



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**INTEGRACIÓN CURRICULAR**

**Trabajo de titulación en la modalidad de artículo  
académico previo a la obtención del Título de  
Licenciada en Mercadotecnia**

**TEMA: “Marketing de contenidos como  
herramientas en las redes sociales en las empresas  
comerciales de la ciudad de Ambato”**

**AUTOR: Paula Alejandra Gómez Torres**

**TUTOR: Ing. Marcelo Javier Mancheno Saá, Mg.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Marzo 2023**



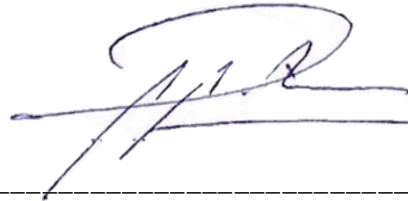
## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

**Ing. Marcelo Javier Mancheno Saá, Mg.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Marketing de contenidos como herramientas en las redes sociales en las empresas comerciales de la ciudad de Ambato**” presentado por el señorita **Paula Alejandra Gómez Torres** para optar por el título de Licenciada en Mercadotecnia, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 3 de marzo del 2023



---

**Ing. Marcelo Javier Mancheno Saá, Mg.**

**C.I. 1803549219**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, **Paula Alejandra Gómez Torres**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Mercadotecnia, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

A handwritten signature in blue ink that reads "PAULAGÓMEZT." with a stylized flourish extending to the right.

**Paula Alejandra Gómez Torres**

**C.I.1804883666**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ruth Armenia Zamora Sánchez', with a large, stylized initial 'R'.

**Lic. Ruth Armenia Zamora Sánchez, Mg.**

**C.I. 1205775461**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jorge Francisco Abril Flores', with a large, stylized initial 'J'.

**Dr. Jorge Francisco Abril Flores, Mg.**

**C.I.1803035086**

Ambato, 3 de marzo del 2023

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi artículo académico con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

A handwritten signature in blue ink that reads "PAULAGÓMEZ T." with a stylized flourish underneath.

**Paula Alejandra Gómez Torres.**

**C.I.1804883666**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo va dedicado a Susi Cañar mi querida mamá y tía que siempre fue y será mi inspiración como mujer y profesional, su cariño su amor y sencillez me ha enseñado a ser una persona dedicada, respetuosa y trabajadora ya que en cada logro siempre ha sido mi estrella que me acompaña y no me ha dejado rendirme. Es muy doloroso y triste que no pueda compartir este logro en persona, pero se que desde el cielo ella estará orgullosa de lo que soy, estoy feliz de haber logrado realizar este trabajo ya que con cada técnica y consejo pude aplicarlo, me faltan palabras para decir lo mucho que le amo y le extraño y que este trabajo lo hice con todo mi corazón hacia ella mi Susi. Le agradezco que sea mi ángel que estuvo día y noche acompañándome en este camino de llegar a ser una persona profesional pero lo principal ser una persona de buenos valores siempre será mi gran ejemplo para cumplir mis metas que lo que mas anhelo que siempre este feliz y orgullosa que tengo mil motivos y metas de seguir cumpliendo.

A mis padres Carmelo y Mayra que son pilares fundamentales en mi vida, dignos de ejemplo de trabajo y constancia, quienes han brindado todo el apoyo necesario para alcanzar mis metas y sueños, y han estado allí cada día de mi vida.

A mis hermanos Analía y Emilio porque siempre han estado conmigo para incentivar el deseo del sueño anhelado de ser una mujer de bien y que ellos sepan que con mucho esfuerzo y dedicación en esta vida todo se puede.

***PAULA ALEJANDRA GÓMEZ TORRES***

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, agradezco a mi familia Gómez Torres que siempre han estado atentos en este transcurso de mi carrera con su cariño y entusiasmo. De igual manera agradezco a mi mami Paty y mi tío Eduardo Lascano que me supieron guiar en el entorno empresarial y aconsejar en el momento del desarrollo de mi trabajo de titulación.

De igual manera agradezco a mi segunda familia Hernández Lascano que me ayudaron a crecer y guiar y por siempre estar me aconsejado y siendo una familia de valores.

Agradezco a la Universidad Técnica de Ambato, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativa a los docentes que en su momento compartieron sus conocimientos quienes con su acertada dirección y apoyo incondicional supieron guiarme a la culminación del presente trabajo, de igual manera agradezco a mi tutor el Ing. Marcelo Mancheno por su predisposición permanente e incondicional en aclarar mis dudas y por sus substanciales sugerencias durante la redacción del artículo académico.

Agradezco a mis amistades que siempre estuvieron apoyando en los momentos difíciles y buenos a mis primos Hanna, Abraham y Octavio que de igual manera van por el mismo camino de ser unos profesionales que luchan por sus sueños.

Agradezco al equipo de investigadores del proyecto de investigación DIDE-UTA “MODELO DE TRANSICIÓN DIGITAL PARA PYMES Y MICROPYMES COMO FACTOR RESULTANTE DE LA PANDEMIA (COVID-19) EN LA ZONA 3 DEL ECUADOR”, con Resolución UTA-CONIN-2020-0303-R, por permitir contribuir con este estudio a la problemática empresarial de la ciudad de Ambato.

Y por último agradezco a mis ángeles que desde el cielo me cuidan y me protegen y que siempre cumpliré mis sueños y metas por mí y por ellos.

***PAULA ALEJANDRA GÓMEZ TORRES***

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se realizó para analizar las tendencias actuales del marketing de contenido como herramienta para las empresas comerciales en la ciudad de Ambato, al ser una localidad de elevado nivel de comercio.

Se analizó dos variables: el marketing de contenidos, el cual es una herramienta que involucra a un público objetivo en el desarrollo de leads a través de contenidos relevantes, y las redes sociales que influyen en la forma de hacer negocios al generar contenidos siendo de gran ayuda para las nuevas generaciones de emprendedores y/o nuevos negocios, las dos variables, son indispensables para proyectar, informar, compartir y difundir información hacía el público objetivo en la parte comercial.

La metodología se aplicó con un enfoque cuantitativo descriptivo al establecer las características de cada una de las variables, los resultados obtenidos indican que un porcentaje medio alto de las empresas comerciales de la ciudad de Ambato, tienen conocimientos de las dos variables, aquellas redes sociales tienen más tasa de retorno, tipo de contenidos que aplican para su publicidad, ahora las grandes empresas buscan no solo aplicar contenidos en artes o diseños a través del Photoshop o del Illustrator, sino que deben ampliar más sobre el marketing de contenidos hacia las empresas que no utilizan este tipo de estrategias de marketing de contenidos y las redes sociales como un elemento de crecimiento y de supervivencia, caso contrario su tendencia a desaparecer será eminente, tomando en cuenta el crecimiento de la generación de consumidores denominados z.

Al hablar del marketing de contenidos una de las dificultades encontradas es su presunta confusión a nivel de población general con el término de marketing digital, por lo que se sugiere a nuevos investigadores la utilización de herramientas específicas al momento de evaluar los términos referenciales.

**PALABRAS CLAVES:** ARTÍCULO ACADÉMICO, MARKETING DE CONTENIDOS, REDES SOCIALES, EMPRESAS COMERCIALES, MARKETING DIGITAL.



## **ABSTRACT**

The present investigation was carried out to analyze the current trends of content marketing as a tool for commercial companies in the city of Ambato, being a town with a high level of commerce.

Two variables were analyzed: content marketing, which is a tool that involves a public objective in the development of leads through relevant content, and social networks that influence the way of doing business by generating content, being of great help. For the new generations of entrepreneurs and/or new businesses, the two variables are essential to project, inform, share, and disseminate information made the public objective in the commercial part.

The methodology was applied with a descriptive quantitative approach to establish the characteristics of each of the variables, the results obtained indicate that a high average percentage of commercial companies in the city of Ambato have knowledge of the two variables, those social networks have more rate of return, type of content that they apply for their advertising, now large companies seek not only to apply in arts or designs through Photoshop or Illustrator, but they must expand more on content marketing towards companies that do not use This type of content marketing strategies and social networks as an element of growth and survival, contrary to their tendency to disappear will be eminent, taking into account the growth of the generation of consumers called z.

When talking about content marketing, one of the difficulties encountered is its alleged confusion at the level of the general population with the term digital marketing, which is why it is suggested to new researchers the use of specific tools when evaluating the referential terms.

**KEYWORDS:** ACADEMIC ARTICLE, CONTENT MARKETING, SOCIAL NETWORKS, COMMERCIAL COMPANIES, DIGITAL MARKETING.

**LINK DEL ARTÍCULO ACADÉMICO PUBLICADO**

<https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/5289/html>