



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de artículo académico previo a la obtención del Título de Licenciados en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “El sector agrícola y las redes sociales: un análisis tras pandemia”

AUTORES:

Aracelly Daniela Coronel Carrión

Alexis Nicolay Paredes Mera

COAUTORA:

Michelle Ugarita Sumbana Pilla

TUTOR: Lic. Pilar Lorena Rivera Badillo, PhD.

AMBATO – ECUADOR

Marzo 2023



APROBACIÓN DEL TUTOR

Lic. Pilar Lorena Rivera Badillo, PhD.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**El sector agrícola y las redes sociales: un análisis tras pandemia**” presentado por los señores **Coronel Carrión Aracelly Daniela y Paredes Mera Alexis Nicolay** para optar por el título de Licenciado/a en Marketing y Gestión de Negocios, **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, 13 de marzo del 2023



Lcda. Mg. Pilar Lorena Rivera Badillo, PhD
C.I.: 0912139136

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Aracelly Daniela Coronel Carrión y Alexis Nicolay Paredes Mera,** declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciados en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Aracelly Daniela Coronel Carrión

C.I. 1804685194



Alexis Nicolay Paredes Mera

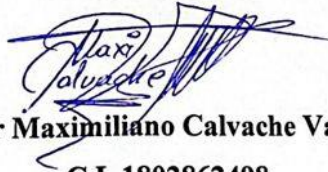
C.I. 1804983870

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.



Ing. William Fabián Teneda Llerena, Mg.
C.I. 1801670041



Ing. César Maximiliano Calvache Vargas, Mg.
C.I. 1802862498

Ambato, 14 de marzo del 2023

DERECHOS DE AUTOR

Autorizamos 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.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro artículo académico con fines de difusión pública, además aprobamos 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 nuestros derechos de autores.



Aracelly Daniela Coronel Carrión

C.I. 1804685194



Alexis Nicolay Paredes Mera

C.I. 1804983870



Michelle Ugarita Sumbana Pilla

C.I. 1804875225

RESUMEN EJECUTIVO

Durante la emergencia sanitaria COVID – 19 todas las esferas comerciales fueron afectadas, entre ellos, el sector agrícola de Tungurahua. Ante esta situación, los diferentes sectores tuvieron que implementar formas alternas para comercializar sus productos, en especial el uso de redes sociales.

Por lo que, esta investigación se centró en un análisis post crisis de los métodos utilizados por los agricultores tungurahueses para afrontar la situación. Para ello, se aplicó una encuesta de 30 ítems a 189 representantes de las asociaciones de la provincia de Tungurahua, estructurada por preguntas dicotómicas y preguntas con escala Likert.

Para el análisis estadístico de las variables de estudio que refieren al uso de las redes sociales en la comercialización de productos se utilizó Rho de Spearman, Regresión Lineal Múltiple, Durbin-Watson y ANOVA con el apoyo de la herramienta SPSS.

Los resultados evidencian que los agricultores de la provincia de Tungurahua no utilizan las redes sociales con fines comerciales. Además, se identificó que las redes sociales como Facebook y WhatsApp no son aprovechadas al 100% lo que pone al descubierto la necesidad de que los agricultores se actualicen en métodos de comercialización digital, para así afrontar de manera óptima futuras crisis.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, REDES SOCIALES, SECTOR AGRÍCOLA, PANDEMIA, TUNGURAHUA

ABSTRACT

During the COVID-19 health emergency, all commercial spheres were affected, including the agricultural sector of Tungurahua. Faced with this situation, the different sectors had to implement alternative ways to market their products, especially the use of social networks.

Therefore, this research focused on a post-crisis analysis of the methods used by Tungurahua farmers to deal with the situation. For this, a survey of 30 items was applied to 189 representatives of the associations of the province of Tungurahua, structured by dichotomous questions and questions with a Likert scale.

For the statistical analysis of the study variables that refer to the use of social networks in product marketing, Spearman's Rho, Multiple Linear Regression, Durbin-Watson, and ANOVA were used with the support of the SPSS tool.

The results show that farmers in the Tungurahua province do not use social networks for commercial purposes. In addition, it was identified that social networks such as Facebook and WhatsApp are not 100% used, which reveals the need for farmers to update themselves in digital marketing methods, to optimally face future crises.

KEY WORDS: ACADEMIC ARTICLE, SOCIAL NETWORKS, AGRICULTURAL SECTOR, PANDEMIC, TUNGURAHUA.

ENLACE DE PUBLICACIÓN DEL ARTÍCULO ACADÉMICO

https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/1567/1410