



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**ESTUDIANTE:
LENNIS ALEXANDRA ZUMBA ZAMBRANO**

**DOCENTE TUTOR:
LIC. GERZON COCHEA PANCHANA, MGT.**

**DOCENTE ESPECIALISTA:
LIC. VILMA MARIBEL GARCÍA, MGT.**

**ARTÍCULO ACADÉMICO:
INSTAGRAM COMO HERRAMIENTA DE
POSICIONAMIENTO E IMAGEN CORPORATIVA DE
MICROEMPRESAS *DELIVERY*, MARCA *FAST SHOP*
PROVINCIA DE SANTA ELENA.**

2021

DECLARACIÓN DE AUTORIA

Quien suscribe; **Lennis Alexandra Zumba Zambrano** con C.C: **1208311272**, estudiante de la Carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Ensayo Académico presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo tema es: **Instagram como herramienta de posicionamiento e imagen corporativa de microempresas *delivery*, marca *Fast Shop* provincia de Santa Elena**. Corresponde exclusiva responsabilidad de la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE).

La Libertad, septiembre del 2021

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'Z' followed by 'u' and 'w' inside a circular flourish.

Lennis Alexandra Zumba Zambrano
C.C: 1208311272



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC
ARTÍCULO ACADÉMICO
MODALIDAD TELETRABAJO

La Libertad, 16 de septiembre de 2021

Licenciado.

BENJAMÍN WILSON LEON VALLE, MDL

DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

En su despacho. -

En calidad de tutor asignado por la carrera de Comunicación, informo a usted que: **ZUMBA ZAMBRANO LENNIS ALEXANDRA**, con cédula de identidad N° **1208311272**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el Instructivo para la implementación de la Unidad de Integración Curricular – UIC, debido al estado de excepción decretado por la emergencia sanitaria ocasionada por la pandemia de covid-19.

En el Art 14.- Actividades académicas del docente tutor. El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular en la plataforma Zoom, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación presentada por el Docente Guía.

Debo indicar, que: ZUMBA ZAMBRANO LENNIS ALEXANDRA, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la UIC con el Artículo Académico: **Instagram como herramienta de posicionamiento e imagen corporativa de microempresas delivery, marca Fast Shop provincia de Santa Elena.**

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; Artículo Académico. Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del autor, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

Lcdo. Gerzon Cochea Panchana. MDGM

DOCENTE TUTOR

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



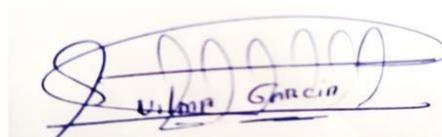
Lcdo. Benjamín Wilson León Valle, MDL
**DIRECTOR CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcda. Gabriela Vélez Bermello, Mgr.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



Lcdo. Cochea Panchana Gerzon Alfredo, Mgt.
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcda. García González Vilma Maribel, Mgt.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



Zumba Zambrano Lennis Alexandra
ESTUDIANTE

Instagram como herramienta de posicionamiento e imagen corporativa de microempresas *delivery*, marca *Fast Shop* provincia de Santa Elena

*Instagram as a positioning tool and corporate image of delivery microenterprises,
Fast Shop brand province of Santa Elena*

Lennis Zumba

ORCID: 0000-0002-7096-8215

Carrera de Comunicación

Universidad Estatal Península de Santa Elena

lenniszumba@gmail.com

Resumen

La digitalización en el siglo XXI ha generado diversos cambios en la forma de vida de la sociedad, donde las redes sociales se han convertido en una de las principales fuentes de comunicación e información, debido a que incluso medios tradicionales y empresas han optado por expandirse y adaptarse a las nuevas plataformas digitales. Este estudio tiene la finalidad de relacionar y diferenciar el posicionamiento de marca *Fast Shop* con su imagen corporativa en la red social Instagram. Para ello esta investigación efectuó una metodología basada en el ámbito cualitativo y cuantitativo, puesto que se recurrió a instrumentos de adquisición de información como encuestas y una ficha de observación directa aplicada a la cuenta de la microempresa en Instagram, donde se evidenció que *Fast Shop* ha logrado posicionarse localmente y obtener una recordación de marca en la mente de sus seguidores en la red social, plataforma que por su capacidad en la gestión de la imagen, difusión de información y la facilidad de interacción ha logrado evolucionar como una herramienta de posicionamiento e imagen corporativa.

Palabras clave: Instagram, Posicionamiento de marca, Imagen corporativa, *Fast Shop*,

Abstract

Digitization in the 21st century has generated various changes in the way of life of society, where social networks have become one of the main sources of communication and information, since even traditional media and companies have chosen to expand and adapt to digital platforms. This study has the purpose of relating and differentiating the Fast Shop brand positioning with its corporate image on the Instagram social network. For this, this research carried out a methodology based on the qualitative and quantitative scope, since it used information acquisition instruments such as surveys and a direct observation file applied to the account of the micro-company on Instagram, where it was evidenced that Fast Shop has managed to position itself locally and obtain brand recognition in the minds of its followers on Instagram, a platform that due to its capacity in image management, dissemination of information and ease of interaction has managed to evolve as a positioning and corporate image tool.

Keywords: Instagram, Brand positioning, Corporate image, *Fast Shop*,