

**“Año del buen servicio al ciudadano”**

**UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA**

**NUEVOS TIEMPO, NUEVAS IDEAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y**

**HOTELERÍA**

**CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**Título: EL USO DE LA PUBLICIDAD EN FACEBOOK DE LA EMPRESA**

**MAROX PRODUCCIONES**

**Autor: Bach.TAMARIZ ROLFFO, MANUEL ALEJANDRO**

**Lima- Perú**

**2017**

## RESUMEN

Marox Producciones es una empresa encargada brindar servicios audiovisuales, servicios publicitarios, organización de eventos y servicios fotográficos tanto a personas como empresas. El medio de contacto más empleado por la empresa Marox para dar a conocer sus servicios son las Redes Sociales; principalmente Facebook. El presente trabajo de investigación se realizó con el objetivo evaluar el impacto de las publicaciones emitidas en Facebook por la empresa Marox Producciones en su público usuario, así como también evaluar el nivel de recordación de las publicaciones en Facebook emitidas y el nivel de satisfacción que presentan los usuarios con respecto a las publicaciones e información brindada. La muestra estudiada estuvo compuesta por 80 personas que viven en los distritos de Callao, San Miguel, Pueblo Libre, Jesús María, Surco y San Isidro. El instrumento empleado fue un cuestionario elaborado por preguntas cerradas dicotómicas y politómicas. La recolección de datos se realizó mediante el empleo de una encuesta electrónica y una encuesta personal o "cara a cara. La encuesta evidenció que el 49 por ciento de los encuestados creen que los factores de contenido y diseño fortalecen las publicaciones en Facebook. Por lo tanto, las personas valoran más el contenido y el diseño de las publicaciones, así también el 54 por ciento de los encuestados califica como buena las publicaciones de Facebook emitidas por la empresa. Concluyendo que existe una relación directa con la calidad del servicio y la recomendación de los usuarios; y que las publicaciones de Facebook mejor diseñadas y con mejores contenidos presentan un nivel de satisfacción más alto en los usuarios, ya que genera un mayor interés en el público objetivo. Por último se recomienda realizar encuestas virtuales periódicas sobre oportunidades de mejora de las publicaciones en Facebook, con preguntas abiertas y cerradas para favorecer la retroalimentación con el público objetivo.

Palabras clave: Publicidad, Facebook, nivel de satisfacción, diseño, internet.