

**LA EFECTIVIDAD DE LOS EMBAJADORES DE MARCA EN REDES SOCIALES**

**THE EFFECTIVENESS OF BRAND AMBASSADORS IN SOCIAL NETWORKS**

**A EFICÁCIA DOS EMBAIXADORES DA MARCA EM REDES SOCIAIS**

**Origen del Artículo:**

El presente artículo se origina a partir de la revisión de la literatura en Conocimiento de Marca, que se llevó a cabo entre febrero 2016 y noviembre 2017, la investigación consistió en hallar nuevos factores los cuales se pueden aplicar para denotar la eficiencia de los embajadores de marcas en las plataformas de redes sociales con el fin de obtener una mejor comunicación e interacción entre los seguidores y las marcas.

María Carolina Lozano

Magister en Gerencia Estratégica de Mercadeo, Especialista en Gerencia de Proyectos en Inteligencia de Negocios, Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano, Colombia.

Correo electrónico: [lclozano@poligran.edu.co](mailto:lclozano@poligran.edu.co)

Leonardo Ortegón Cortázar

Ph.D. (s) en Marketing, Magister en Psicología del Consumidor, Profesor de la Maestría de Gerencia Estratégica de Mercadeo, Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano,

Colombia. Correo electrónico: [lortegon@poligran.edu.co](mailto:lortegon@poligran.edu.co)

## **Resumen**

La creación de estrategias para captar la atención de los seguidores en las redes sociales se ha vuelto un reto para las gerencias de marca que se enfrentan a las diversas plataformas de información que tienen los seguidores para dar a conocer los beneficios del producto o servicio, en los últimos tiempos consultar las opiniones y mensajes de los embajadores de marcas acerca de un producto o servicio podría estar influenciando previamente por la intención de compra del seguidor. En este sentido, el objetivo de esta investigación consiste en analizar la efectividad de los embajadores de marca a través del concepto de *conocimiento de marca* en el ámbito de las plataformas de redes sociales. Los resultados sugieren la importancia para el seguidor de la coherencia entre el contenido comunicado por el embajador de marca, la imagen e identidad de marca expuestas en las redes sociales. Por lo tanto resulta interesante conocer que factores logran tal efectividad.

**Palabras clave:** Conocimiento de marca, Embajadores de marca, Notoriedad, Imagen, Redes Sociales.

## **Abstract**

The creation of strategies to capture the attention of followers in social networks has become a challenge for brand managers who face the various information platforms that followers have to make known the benefits of the product or service, in In recent times, consulting the opinions and messages of brand ambassadors about a product or service could be previously influencing the purchase intention of the follower. In this sense, the objective of this research is to analyze the effectiveness of brand ambassadors through the concept of brand awareness in the field of social networking platforms. The results suggest the importance for the

follower of the coherence between the content communicated by the brand ambassador, the image and brand identity exposed in the social networks. Therefore, it is interesting to know what factors achieve such effectiveness.

**Key words:** Brand awareness, Brand Ambassadors, Notoriety, Image, social networks.

### **Resumo**

A criação de estratégias para capturar a atenção dos seguidores nas redes sociais tornou-se um desafio para os gerentes de marca que enfrentam as várias plataformas de informação que os seguidores devem divulgar os benefícios do produto ou serviço, em Nos últimos tempos, a consulta das opiniões e mensagens de embaixadores da marca sobre um produto ou serviço poderia influenciar previamente a intenção de compra do seguidor. Nesse sentido, o objetivo desta pesquisa é analisar a eficácia dos embaixadores da marca através do conceito de reconhecimento da marca no campo das plataformas de redes sociais. Os resultados sugerem a importância para o seguidor da coerência entre o conteúdo comunicado pelo embaixador da marca, a imagem e a identidade da marca expostas nas redes sociais. Portanto, é interessante saber quais fatores conseguem tal eficácia.

**Palavras-chave:** Brand awareness, Brand Ambassadors, Notoriedade, Imagem, Redes Sociais.