



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**



**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO  
PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE  
LICENIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PROBLEMA:**

INCIDENCIA DE LOS MEDIOS DIGITALES EN EL POSICIONAMIENTO DE LA  
IMAGEN PUBLICITARIA EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL  
CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2021.

**AUTOR:**

AGUILERA KAISER YUSTIN DAYAMI

**TUTOR:**

PhD. AURIA BURGOS BLANCA ARACELY

**QUEVEDO - LOS RÍOS – ECUADOR - 2021**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACION  
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

## DEDICATORIA

En primer lugar, este trabajo se lo dedico a Dios, a mi madre y hermana que siempre han estado ahí motivándome en seguir con mi carrera por ser mis pilares principales a mi padre que desde el cielo me ha guiado y no ha dejado que me dé por vencida a mi novio por siempre estar ahí en todo momento.

A mis maestros que durante este largo camino me ofrecieron sus conocimientos, todos ellos han sido manifestantes de lo que eh luchado para obtener mi título de tercer nivel

AGUILERA KAISER YUSTIN



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL



## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por todo lo que me brinda día a día a mi familia por siempre estar ahí apoyándome en cada paso que doy y en todo lo que me propongo, a la vida por mostrarme lo hermosa que es por permitirme cumplir con mi sueño más anhelado mi título de tercer nivel, les agradezco infinitamente de todo corazón.

AGUILERA KAISER YUSTIN

## **RESUMEN**

El presente trabajo está basado en las tendencias que hay actualmente en los medios digitales y las publicidades de las pequeñas y medianas empresas del cantón Quevedo.

El objetivo principal es llevar a cabo un análisis acerca de la frecuencia del uso de los medios digitales y las publicidades que se llevan a cabo en dichos medios, los datos son adquiridos mediante encuestas digitales estructuradas en aplicaciones de Google en Formularios.

Para poder determinar los objetivos planteados se realizaron pruebas estadísticas, mediante la aplicación de encuestas, esto nos permitió conocer y diagnosticar la importancia que tienen los medios digitales.

Palabras claves: Medios digitales, Comunicación, Publicidades, Quevedo.

## **SUMMARY**

This work is based on the trends that currently exist in digital media and advertisements of small and medium-sized companies in the Quevedo canton.

The main objective is to carry out an analysis about the frequency of use of digital media and the advertisements that are carried out in said media, the data is acquired through structured digital surveys in Google applications in Forms.

In order to determine the proposed objectives, statistical tests were carried out, through the application of surveys, this allowed us to know and diagnose the importance of digital media.

**Keywords:** Digital media, Communication, Advertising, Quevedo.

## INDICE

PORTADA.....	1
PORTADA.....	1
DEDICATORIA .....	2
AGRADECIMIENTO .....	3
RESUMEN .....	4
SUMARY .....	5
CAPÍTULO I.....	2
MARCO METODOLÓGICO.....	2
<b>1.1 DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>2</b>
<b>1.3 JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>4</b>
<b>1.4.1 Objetivo general.....</b>	<b>4</b>
<b>1.4.2 Objetivos específicos .....</b>	<b>4</b>
<b>1.5 SUSTENTO TEORICO .....</b>	<b>4</b>
<b>1.5.1 Una cierta necesidad para educar en medios digitales.....</b>	<b>4</b>
<b>1.5.2 La escritura digital.....</b>	<b>4</b>
<b>1.5.3 Concepto y características de la comunicación publicitaria .....</b>	<b>5</b>
<b>1.5.4 Medios de comunicación digitales, en el internet y su influencia en el comportamiento.....</b>	<b>5</b>
<b>1.5.5 Comunicación digital.....</b>	<b>5</b>
<b>1.5.6 Marketing Digital.....</b>	<b>6</b>
<b>1.5.7 Estrategias del marketing .....</b>	<b>6</b>
<b>1.6 HIPÓTESIS .....</b>	<b>7</b>
<b>1.7 TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....</b>	<b>7</b>
<b>1.7.1 METODOLOGÍA.....</b>	<b>7</b>

<b>1.7.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	7
<b>1.7.3 POBLACIÓN Y MUESTRA</b> .....	7
<b>1.8 RESULTADOS OBTENIDOS</b> .....	9
<b>1.8.1 Situaciones detectadas</b> .....	12
<b>1.8.2 Soluciones planteadas</b> .....	12
<b>CONCLUSIONES</b> .....	12
<b>Bibliografía</b> .....	14
<b>ANEXOS</b> .....	15

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad para poder informarnos acudimos a lo que son las plataformas digitales quienes desempeñan con la tarea de ser un intermediario y un medio conector. Los medios digitales nos brindan la mayor información y permiten que los seguidores distribuyan los diferentes tipos de contenidos que publican. En este trabajo nos enfocaremos en los medios digitales y las publicidades de las medianas y pequeñas empresas del cantón Quevedo.

El objetivo principal es llevar a cabo un análisis acerca de la frecuencia del uso de los medios digitales. Es necesario indagar este fenómeno ya que se requiere de nuevos enfoques para poder mejorar lo que son los medios digitales.

La publicidad es una representación de comunicación cuyo final es propiciar el consumo de un definitivo producto o servicio, la cual se cumple a través de los diferentes medios de comunicación.

El alto crecimiento de Internet, han contribuido a que la publicidad digital se haya convertido en una herramienta de gran valor para las empresas, tanto por su bajo costo como por su gran alcance. Este tipo de publicidad puede llegar a todos los rincones, es el medio más eficaz para lograr la promoción masiva del bien o servicio, convirtiéndose hoy en día en un elemento fundamental

# **CAPÍTULO I**

## **MARCO METODOLÓGICO**

### **1.1 DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO**

Incidencia de los medios digitales en el posicionamiento de la imagen publicitaria en las pequeñas y medianas empresas del cantón Quevedo,

### **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La propuesta de conocer de qué manera influye el uso de la publicidad en los medios digitales del cantón Quevedo, año 2021, es muy indispensable, y se ha convertido en uno de mis retos, ya que es una problemática que nos concierne a todos.

El cantón Quevedo con el paso de los años se ha convertido en un pueblo próspero y productivo, con un crecimiento económico a gran escala.

Uno de los principales problemas que tienen los habitantes del cantón Quevedo, es la influencia que están teniendo de los diferentes medios digitales, quienes los persuaden para que compren tal o cual producto sin importar si es útil o beneficioso para su trabajo u hogar.

¿Cómo inciden los medios digitales en el posicionamiento de la imagen publicitaria en las pequeñas y medianas empresas del cantón Quevedo, año 2021?

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

Los medios digitales son un medio de comunicación muy utilizado en la actualidad por muchas personas, en general por los adolescentes.

Si bien es cierto, los medios digitales son muy frecuentados por cierto tiempo estas, hoy en día han poseído gran apogeo y son de uso cotidiano y habitualmente “inevitable” para la suma de individuos, que disfrutan del acceso a internet.

Por lo cual, mediante este el cómo influye las publicidades en los medios digitales es el cuestionamiento que surge en estos tiempos y es que los medios digitales aparte de ser utilizados como una fuente de información, también suelen ser utilizadas para mal informar y hacer sentir insuficientemente a otros individuos y hasta incitar problemas innecesarios.

En el primer capítulo habla sobre la importancia de este proyecto de investigación en las cuales se empieza definiendo el caso de estudio, se presentan los objetivos, planteamiento del problema se elaboró el sustento teórico de las variables del tema, también las metodologías y técnicas aplicadas en la investigación.

En el segundo capítulo, se plantean los resultados de la investigación obtenidos por las encuestas aplicadas a los seguidores del medio digital Aldía.com de igual forma las soluciones planteadas junto a las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

## **1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1 Objetivo general**

- Identificar la incidencia de los medios digitales en el posicionamiento de la imagen publicitaria en las pequeñas y medianas empresas del cantón Quevedo, año 2021

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Analizar las estrategias de marketing más utilizadas en los medios digitales en las pequeñas y medianas empresas del cantón Quevedo, año 2021.
- Identificar las ventajas de la publicidad en los medios digitales del cantón Quevedo.
- Conocer las formas más adecuadas de utilizar las publicidades en los medios digitales en las pequeñas y medianas empresas del cantón Quevedo, año 2021

## **1.5 SUSTENTO TEORICO**

### **1.5.1 Una cierta necesidad para educar en medios digitales**

Educar en medios digitales no es, simplemente, conocerlos. “Esto nos indica que es una labor determinada; educativa y didáctica con la pretensión de desenvolver criterios, para su disfrute y aprendizaje igualmente, es una forma de acceder a la comprensión de su lenguaje; discurso y tecnología, además de facilitar la destreza de convertirse en receptor-emisor. Es decir; vivimos ante una propuesta que sea un modo de contribuir, al desarrollo de personas creativas, activas y responsables”. (VICTOR, 2010)

### **1.5.2 La escritura digital**

Cuando se habla de la escritura digital, se suele pensar o decir, que ella es un poner por escrito la comunicación oral. Esta versión; que lleva en sí misma una percepción

respectivamente correcta, resulta ser demasiado simplista, ya que hay muchas razones por las cuales la escritura digital se encuentra, claramente distanciada de la oralidad. La comunicación incompleta por ordenadores no es ninguna recombicación de elementos públicos en la oralidad o la escritura, sino que se apoya sobre un nuevo medio (el medio digital) que accede realizar cosas que los otros dos medios no hacen. (CALISE, 2013)

### **1.5.3 Concepto y características de la comunicación publicitaria**

Las publicidades y el impulso de ventas, las relaciones públicas y el Marketing directo, se integran dentro de los medios de comunicación masiva y/o canales de comunicación impersonales, ya que nadie de ellos evidencia si hay contacto íntimo entre el emisor y receptor. (CARMEN, s.f.)

### **1.5.4 Medios de comunicación digitales, en el internet y su influencia en el comportamiento.**

Los medios digitales edifican una aforo diverso de saberes de comunicación digitales donde está menos desarrollado el proceso de digitalización, alentando a los interesados en estos temas a participar e influir en el cambio. Colectivamente, esta investigación crea un soporte de conocimientos que sientan las bases para el trabajo de incidencia en el espacio público y la creación de capacidades para fomentar el debate. La causa de la digitalización en Pijuyo se encuentra aún en su etapa inicial, de modo que la marca de la comunicación online, si bien es creciente, sigue siendo limitado. La comunicación online no ha alterado ciertos elementos del proveedores de medios o las tendencias generales de la elaboración y el consumo de noticias, se están dando algunos procesos que deben tomarse en cuenta. Ya existen medios virtuales que se han transformado en referentes alternativos autónomos del contenido noticioso, su impacto sigue siendo pequeño en términos estrictamente cuantitativos. Las redes sociales están notando un importante incremento, y sólo es cuestión de tiempo e investigación para que los efectos del cambio de uso de los medios y el consumo noticioso empiecen a sentirse. (Fergye, 2018)

### **1.5.5 Comunicación digital**

Es la unión de consumidores o internautas que se congregan con un fin normal, que conlleva un compromiso adquirido alrededor de un objetivo particular. El entorno de una 35 comunidad digital puede ser una plataforma web o un servicio u aplicación que los agrupe, por ejemplo un chat, un foro virtual, las conversaciones en grupo por Facebook o por Whatsapp. Las marcas y empresas han usado redes sociales y medios de comunicación para construir comunidades que generen conversaciones en torno a ellas, sin embargo, el contar con partidarios en páginas de Facebook o cuentas de Twitter no es una asociación adecuada. Para llamarse asociación, deben tener características como labor de los usuarios, circunstancias que los unan, intereses comunes, ser de lugares cercanos, y la práctica (Cristian, 2016).

### **1.5.6 Marketing Digital**

El marketing digital se ha tornado un instrumento necesario y poderoso en las empresas, debido a las nuevas implementaciones e innovaciones tecnológicas.

Entre los resultados se demostró que el uso del marketing digital es primordial en el buen trabajo laboral, la mayoría de las empresas donde estos trabajan usan plataformas en línea, muestran los servicios de la empresa e interactúan con bases de datos de los clientes, y trabajan con su propia página web. El conocimiento sobre los equipos y las tecnologías del marketing digital se logra que los profesionales sean más competitivos y logren una excelente fidelización y vínculo con los clientes del negocio (BRICIO KARINA, 2018)

### **1.5.7 Estrategias del marketing**

El universo cambia y por lo tanto asimismo el marketing ya que cada vez evoluciona adaptándose a los cambios que ocurren en las empresas. Philip Kotler, uno de los más magnos gurús en el campillo del marketing, ha reconocido esto como un cambio importante y ha añadido a su famoso modelo de Plan de Marketing nuevas destrezas que cambian la manera de ver y opinar del marketing en las empresas.

Es indispensable para que una empresa, del volumen que sea, pequeña o grande, puedan lograr los objetivos determinados y propongan una estrategia integral, desarrollando la misma en las pequeñas acciones que resulten tanto como en su mercado externo como en el interno.

Es por eso que al formar las siete estrategias no es necesario desarrollarlas de forma global y con un orden u gui3n imprescindible, pues cada compa1a debe conocer sus necesidades y posibles mejoras, debe saber c3mo es percibida por sus clientes o consumidores y sobre todo, debe tener en cuenta el entorno que vive. (LILIANA, 2007)

## **1.6 HIP3TESIS**

Es posible analizar la incidencia de los medios digitales en el posicionamiento de la imagen publicitaria en las peque1as y medianas empresas del cant3n Quevedo, a1o 2021

## **1.7 T3CNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCI3N DE INFORMACI3N**

### **1.7.1 METODOLOGÍA**

#### **➤ M3todo estadístico**

Recoger y seleccionar informaci3n que luego se graficara mediante barras o cuadros de la encuesta realizada a los seguidores del medio digital Aldía.com

### **1.7.2 TIPOS DE INVESTIGACI3N**

#### **➤ Investigaci3n de campo**

Este asunto nos permitir3 a alcanzar datos de la situaci3n y poder estudiarlos tal y como se muestran sin distorsionar las variables

#### **➤ Investigaci3n bibliogr3fica**

Se re1ne informaci3n importante sea de libros, tesis, peri3dicos o medios digitales con el objetivo de desarrollar el tema de investigaci3n

### **1.7.3 POBLACI3N Y MUESTRA**

### 1.7.3.1 POBLACIÓN

En mi investigación tomare en cuenta la población de los seguidores del medio digital ALDIA.COM que tiene 210.000 seguidores en lo cual determinaremos la muestra.

### 1.7.3.2 MUESTRA

En esta investigación debimos sacar la muestra ya que nuestra población supera las 100 personas.

#### Valores

**N:** 210.000

**p:** 0,5

**q:** 0,5

**k:** 1,96

**E:** 0,05

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 210.000}{(0,05)^2 \times (210.000 - 1) + 0,5 \times 0,5 \times (1,96)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5 \times 0,5 \times 210.000}{0,0025 \times 209.999 \times 0,5 \times 0,5 + 3,8416}$$

$$n = \frac{201.684}{524,975 + 0,9604}$$

$$n = \frac{201.684}{525,9354}$$

$$n = 383,46$$

$$n = 383$$

La muestra establecida es de 383 seguidores

## 1.8 RESULTADOS OBTENIDOS

### ¿Con que frecuencia revisan los medios digitales del cantón Quevedo?

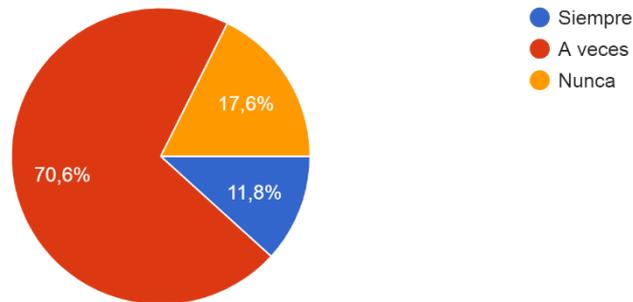


FIGURA 1. Porcentajes de personas que revisan los medios digitales del

**Elaborado por:** Aguilera Kaiser Yustin Dayami

**Fuente:** Seguidores de Aldía.com

**Análisis de interpretación:** En la siguiente encuesta el 11,8% de las personas SIEMPRE revisan los medios digitales, en cambio el 70,6% A VECES revisan y finalmente el 17,6% NUNCA lo hacen.

### Son interesantes los medios digitales

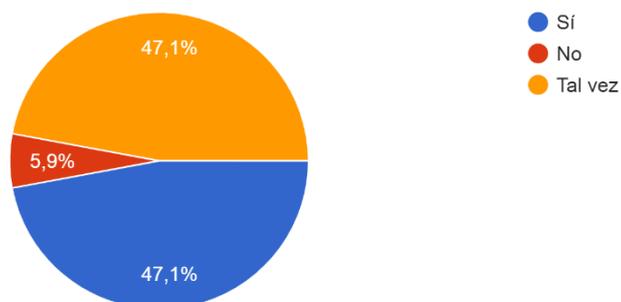


FIGURA 2. Porcentajes sobre si son interesantes los medios

**Elaborado por:** Aguilera Kaiser Yustin Dayami

**Fuente:** Seguidores de Aldía.com

**Análisis de interpretación:** En la siguiente encuesta el 47,1% de las personas SI les interesan los medios digitales en cambio el 5,9% NO les interesa los medios digitales y finalmente el 47,1% TAL VEZ les interesan.

**¿Sigue usted algún medio digital?**

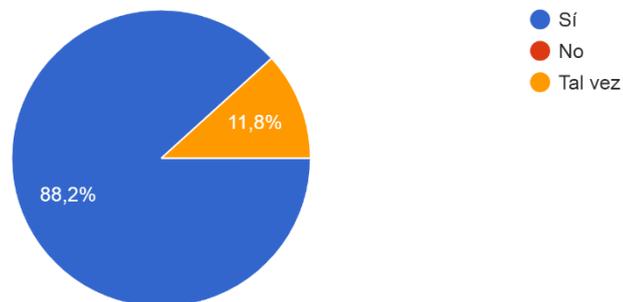


FIGURA 3. Porcentajes sobre si las personas siguen algún

**Elaborado por:** Aguilera Kaiser Yustin Dayami

**Fuente:** Seguidores de Aldía.com

**Análisis de interpretación:** En la siguiente encuesta el 88,2% de las personas SI siguen los medios digitales, en cambio el 11,8% NO siguen ningún medio digital.

**¿Como calificarías los medios digitales?**

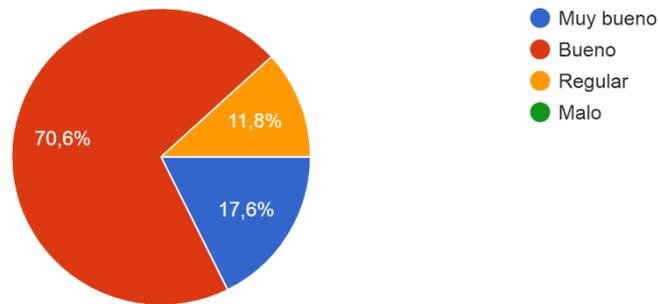


FIGURA 4. Porcentajes sobre como califican los medios digitales

**Elaborado por:** Aguilera Kaiser Yustin Dayami

**Fuente:** Seguidores de Aldía.com

**Análisis de interpretación:** En la siguiente encuesta 17,6% de las personas piensan que es MUY BUENO los medios digitales, en cambio el 70,6% piensan que es BUENO y finalmente el 11,8% que es REGULAR.

**¿Considera usted que los medios digitales ayudan al progreso del cantón Quevedo?**

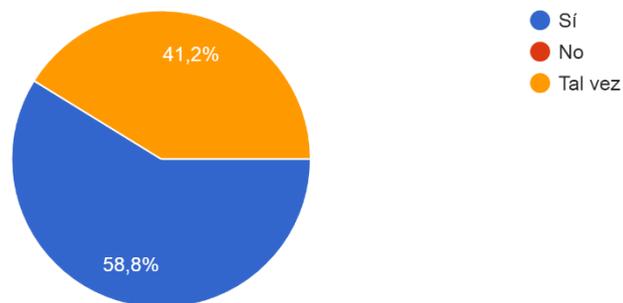


FIGURA 5. Porcentajes sobre si los medios digitales ayudan al progreso del Cantón

**Elaborado por:** Aguilera Kaiser Yustin Dayami

**Fuente:** Seguidores de Aldía.com

**Análisis de interpretación:** En la siguiente encuesta el 58,8% de las personas piensan que, SI ayudan al progreso, en cambio el 41,2% opino que NO ayudan en nada.

### **1.8.1 Situaciones detectadas**

- Los resultados obtenidos de las encuestas determinan que si existe apego a los medios digitales ya por su fácil acceso.
- Las encuestas detallan que no todos son seguidores de dicho medio digital.
- Datos obtenidos de la encuesta nos damos cuenta que están en una disputa de si son interesantes o no.

### **1.8.2 Soluciones planteadas**

- Determinar las opciones para mejorar la plataforma digital
- Diseñar un medio digital en la cual haya una buena acogida y exista una interacción con los seguidores
- Conservar la forma de acceso a los medios digitales

## **CONCLUSIONES**

- Las principales estrategias de marketing comprenden donde nos vamos a dirigir en el posicionamiento de las publicidades y trabajar de manera estratégica.
- En las ventajas de las publicidades encontramos la visibilidad y conocimiento de las marcas para construir una imagen de medios digitales.
- Se conocieron las formas correctas de utilizar y manejar las publicidades de las pequeñas y medianas empresas con muchos seguidores.

## **RECOMENDACIONES**

- Es recomendable que todas las empresas incluyan las técnicas de marketing.
- Es favorable que las ventajas de las publicidades en los medios digitales apliquen todos los métodos que les favorezcan.
- Es adecuado que se conozcan las formas idóneas para manejar las publicidades de una manera eficaz.

## Bibliografía

- Arango, F. G. (2013). Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo. *DIALNET*. Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjw1P289KHnAhWno1kKHREHCFAQFjABegQIBRAB&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F5243155.pdf&usq=A0vVaw0XFxrr0redK2dEHakeQoUC>
- BRICIO KARINA, C. J. (S/N de 07 de 2018). *El marketing digital como herramienta en el*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n4/2218-3620-rus-10-04-103.pdf>
- CALISE, S. G. (2013). *EL MEDIO DIGITAL COMO MEDIO DE MEDIOS*. Obtenido de <https://cdsa.academica.org/000-038/297.pdf>
- CARMEN, P. (s.f.). *PUBLICIDAD Y EFICACIA PUBLICITARIA*. Obtenido de [file:///C:/Users/SEBASTIAN/Downloads/203\\_00.pdf](file:///C:/Users/SEBASTIAN/Downloads/203_00.pdf)
- Cristian, R. Q. (27 de 07 de 2016). “*LA COMUNICACIÓN DIGITAL Y LAS HERRAMIENTAS VIRTUALES EN*”. Recuperado el 04 de 08 de 2021, de “*LA COMUNICACIÓN DIGITAL Y LAS HERRAMIENTAS VIRTUALES EN*”: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24215/1/FJCS-CS-423.pdf>
- Fergye, G. C. (06 de 12 de 2018). *Medios de comunicación digitales en el internet y su influencia en el comportamiento*. Obtenido de *Medios de comunicación digitales en el internet y su influencia en el comportamiento* : <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/4967>
- VICTOR, A. (ENERO de 2010). *LA EDUCACIÓN EN MEDIOS DIGITALES DE COMUNICACIÓN*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/368/36815128009.pdf>

## ANEXOS



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**EXTENSIÓN – QUEVEDO**  
 FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
**CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL.**



**TÍTULO:** Incidencia de los medios digitales en el posicionamiento de la imagen publicitaria en las pequeñas y medianas empresas del cantón Quevedo, año 2021.



PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL	MARCO TEÓRICO	HIPOTESIS	VARIABLES	MÉTODOS	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿DE QUE MANERA INFLUYE EL USO DE LA PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS DIGITALES DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2021?</li> </ul>	CUALES SON LAS FORMAS DE UTILIZAR LAS PUBLICIDADES EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar la incidencia de los medios digitales en el posicionamiento de la imagen publicitaria en las pequeñas y medianas empresas del cantón Quevedo, año 2021</li> </ul>	Una cierta <b>necesidad para educar en medios digitales</b>  Educar en medios digitales no es, simplemente, conocerlos. Es	La incidencia de los medios digitales en el posicionamiento de la imagen publicitaria en las pequeñas y medianas empresas del cantón Quevedo.	V.I MEDIOS DIGITALES  V.D IMAGEN PUBLICITARIA	INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA	ENCUESTAS



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**EXTENSIÓN – QUEVEDO**  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
**CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL.**



**TÍTULO:** Incidencia de los medios digitales en el posicionamiento de la imagen publicitaria en las pequeñas y medianas empresas del cantón Quevedo, año 2021.

<b>PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN. ESPECIFICO.</b>		<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	una acción organizada pedagógica y didácticamente con la pretensión de desarrollar criterios para su disfrute y aprendizaje e, igualmente, es un modo de acceder a la comprensión de su lenguaje, discurso y tecnología, además de posibilitar la	<b>HIPOTESIS ESPECIFICAS</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ ¿CUALES SON LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING MAS UTILIZADAS EN LOS MEDIOS DIGIATLES?</li><li>➤ ¿CUALES SON LAS VENTAJAS DE LA PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS DIGITALES DEL CANTÓN QUEVEDO?</li><li>➤ ¿CUALES SERIAN LAS FORMAS MAS ADECUADAS DE UTILIZAR</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Analizar las estrategias de marketing más utilizadas en los medios digitales.</li><li>➤ Identificar las ventajas de la publicidad en los medios digitales del cantón Quevedo.</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>➤</li><li>➤</li><li>➤</li></ul>			

Activar V  
Ir a Configu



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**EXTENSIÓN – QUEVEDO**  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
**CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL.**



**TÍTULO:** Incidencia de los medios digitales en el posicionamiento de la imagen publicitaria en las pequeñas y medianas empresas del cantón Quevedo, año 2021.

LAS PUBLICIDADES EN LOS MEDIOS DIGITALES?		➤ Conocer las formas más adecuadas de utilizar las publicidades en los medios digitales	facilidad de convertirse en receptor-emisor. Es decir, estamos ante una propuesta que sea un modo de contribuir al desarrollo de personas creativas, activas y responsables. (VICTOR, 2010)				
---	--	---	--	--	--	--	--

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EXTENSIÓN QUEVEDO

Encuesta sobre la incidencia de los medios digitales en el posicionamiento de la imagen publicitaria en las pequeñas y medianas empresas del cantón Quevedo

Correo electrónico

-----

Encuesta

¿Con que frecuencia revisan los medios digitales del cantón Quevedo?

Siem

A ve

Nunca

¿Son interesantes los medios digitales?

Si

No

Tal vez

¿Sigue usted algún medio digital?

Si

No

Tal vez

¿Como calificarías los medios digitales

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

¿Considera usted que los medios digitales ayudan al progreso del cantón Quevedo?

Si

No

Tal vez