



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL  
EXTENSION QUEVEDO**

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**PERIODISMO DIGITAL COMO HERRAMIENTA PUBLICITARIA Y SU  
IMPACTO EN EL DESARROLLO DE LOS EMPRENDEDORES DE LA RUTA  
DEL RIO DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2022.**

**AUTORA:**

**MINDIOLA BENITES HEYDI KAIMARA**

**TUTOR:**

**MSC. URQUIZA MENDOZA LILIANA**

**QUEVEDO-LOS RÍOS-ECUADOR**

**2022**

## **Dedicatoria**

El presente trabajo investigativo, es el final de la carrera, llegar a la cúspide y observar el horizonte con más pertinencia así un futuro, personifica un nuevo amanecer, de una joven que quiere ser mejor cada día para la sociedad y la transformación del país.

Quiero agradecer a Dios por brindarme salud y permitirme cumplir un sueño más de tantos, de aprender cada cosa de la vida y sobre la profesión del periodismo, por permitirme conocer personas extraordinarias que cada una fomentaron algo especial de aprendizaje en mí, docentes, compañeros y amigos que sin querer se fueron compaginando como mi segunda familia.

Heydi Kaimara Mindiola Benites

## **Agradecimiento**

Ante todo, quiero agradecer a Dios, por ser el, quien me impulso y me brindo fuerzas para continuar este arduo proceso, de llegar a obtener uno de mis grandes anhelos más deseados. Segundo y uno de los más importantes a mis padres Adolfo Mindiola y Yolanda Benites por ser los pilares fundamentales que estuvieron desde el inicio hasta el fin de esta gran travesía, de brindarme su amor infinito, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí.

A mis hermanos Lorena Mindiola, Carlos Zúñiga, Patricia Mindiola y Cándida Mindiola por ser ese apoyo emocional e incondicional, a mis amigas Evelyn Menéndez, Keyla Dávila y Olga Maldonado por ser esas hermanas tal vez no de sangre, pero sí de corazón con las cuales he compartido alegrías, tristezas, pero sobre todo el espíritu de lucha de no decaer a las adversidades que se nos apuesto en el camino las cuales he admirado cado una de ellas, ha ese amor bonito que recibe de parte de una persona muy especial por el ánimo y no dejarme sola, alentándome siempre diciéndome tu si puedes eres una niña muy inteligente.

A mi queridísima y estimada Coordinadora, Docente y Tutora de la CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Msc. Liliana Urquiza Mendoza por haberme impartido grandes y profundos conocimientos en el ámbito profesional.

Heydi Kaimara Mindiola Benites

## **Resumen**

El presente estudio presenta como tema, periodismo digital como herramienta publicitaria y su impacto en el desarrollo de los emprendedores de la ruta del río del cantón Quevedo, el cual muestra a través de un estudio bibliográfico la influencia que genera el periodismo digital y los nuevos estilos de comunicación en el desarrollo de los emprendedores, para lo cual se presentó como objetivo general, Determinar el impacto en el periodismo digital utilizado como herramienta publicitaria en el desarrollo de emprendimientos turísticos impacta en la Ruta del Río del cantón Quevedo. Año 2021. Para una correcta investigación se hizo uso de medios bibliográficos los cuales permitieron conocer de diversas fuentes los criterios de expertos en el tema, así como definiciones relevantes que lograron profundizar el tema y obtener mejores resultados. Entre las técnicas de recolección de información también se utilizaron la encuesta y entrevista, las cuales se aplicaron a los emprendedores encontrados en la Ruta del Río del cantón Quevedo, los cuales presentaron sus criterios referentes a las preguntas planteadas, los cuales se aprecian en los resultados obtenidos en el mismo. Al final del mismo el autor procede a presentar las conclusiones respectivas considerando los puntos favorables alcanzados en el proceso investigativo.

Palabras claves: Periodismo Digital, herramienta publicitaria, emprendedores, desarrollo.

## Índice general

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Resumen.....	iv
Índice general.....	v
Introducción.....	1
Capítulo I.....	3
1.1.    Definición del tema caso de estudio.....	3
1.2.    Planteamiento del problema.....	3
1.3.    Justificación.....	4
1.4.    Objetivo.....	5
1.4.1.  Objetivo general.....	5
1.4.2.  Objetivos Específicos.....	5
1.5.    Sustento teórico.....	6
Periodismo.....	6
Periodismo Digital.....	7
El periodista en la era digital: transformaciones y cambios del oficio periodístico en la prensa escrita.....	7
Desarrollo de una empresa.....	9
Capitulo II.....	11

1.6.	Técnicas aplicadas para la recolección de la información.....	11
1.6.1.	Método cuantitativo.....	11
1.6.2.	Tipos de Investigación .....	11
1.6.3.	Técnica .....	12
1.6.4.	Población.....	13
1.6.5.	Muestra.....	13
1.7.	Resultados Obtenidos. ....	14
1.7.1.	Situaciones detectadas.....	15
1.7.2.	Soluciones planteadas. ....	16
1.8.	Conclusiones.....	17
1.9.	Bibliografía.....	18
1.10.	Anexos.....	19

## **Introducción**

El periodismo digital como herramienta publicitaria es el medio utilizado por los periodistas del siglo XXI. A través de Internet, un periodista logra llegar a una gran audiencia, lo que le permite difundir una gran cantidad de información que, de otro modo, sería casi inaceptable para él.

Las tecnologías de la nueva era han cambiado radicalmente el trabajo de los medios: radio, noticias y televisión se han unido en una alianza que les permite seguir informando a una nueva generación exigente de la aplicación de estos modernos canales en cualquier momento. El periodismo digital como herramienta publicitaria ha creado un mix en los medios que afecta a universidades, empresas y profesionales. La campaña requiere que los periodistas se adhieran a nuevos elementos de comunicación, como el uso de habilidades informáticas, que de otro modo limitarían la práctica profesional.

La audiencia de un periodista puede volverse algo intangible porque las campañas mediáticas de hoy en día son difíciles de limitar a un solo mensaje, las audiencias son mixtas y no se pueden segmentar por medios como solía ser. La información se convierte en una entidad que nos rodea constantemente, por lo que podemos acceder a ella en cualquier momento y lugar. El enorme progreso tecnológico ha llevado al desarrollo de una gran sociedad. El presente trabajo presenta algunas recomendaciones y lineamientos para su adecuada incorporación al plan de estudios.

El necesario proceso de depuración y homogeneización de textos muy diversos, todos ellos interesantes y con aportaciones relevantes, da lugar a estos capítulos bastante breves pero densos. Determinación concluida de cómo el periodismo digital utilizado como herramienta publicitaria incide en el desarrollo de los Emprendedores de la Ruta del Rio del cantón Quevedo.

Así que vamos a ver un trabajo duro en este proyecto, incluida una encuesta de este tema amplio, descubriendo muchas cosas importantes que se mostrarán de forma incremental.



## **Capítulo I**

### **1.1. Definición del tema caso de estudio.**

Periodismo digital como herramienta publicitaria y su impacto en el desarrollo de los emprendedores de la Ruta del Río del cantón Quevedo, año 2021.

### **1.2. Planteamiento del problema**

La nueva revolución tecnológica estuvo marcada por la expansión de Internet, que comenzó en la década de 1990, pasando de un uso puramente militar y científico a un verdadero uso masivo.

Este nuevo campo del periodismo está directamente relacionado con el desarrollo de las nuevas tecnologías, especialmente desde finales del siglo XX. Con sus diferentes géneros y expresiones, las redes sociales como la radio, la televisión, los diarios y las películas están marchando hacia las nuevas redes sociales del siglo XXI. Por lo tanto, cuando hablamos de transmisión digital, televisión digital y noticias digitales, nos referimos a los medios transmitidos mediante tecnología digital, que es más versátil y versátil que las tecnologías analógicas más antiguas.

Los medios digitales se han convertido en un elemento cómodo y práctico a la hora de brindar información de forma rápida, ampliada y actualizada a quienes necesitan o quieren conocer las noticias, sobre todo independientemente de los parámetros de las noticias. Medios tradicionales, creando nuevos modelos informativos. Los temas que se presentan a continuación son breves resúmenes del desarrollo empresarial en relación al periodismo digital como herramienta publicitaria.

Una empresa consiste en entidades creadas u organizadas para obtener dinero a cambio de realizar actividades productivas. Para lograrlo, la sociedad debe estar informada sobre los servicios y productos que brindan todos los emprendedores de la Ruta del Rio del cantón Quevedo.

### **1.3.Justificación**

La venida de Internet en la década de 1990 provocó una revolución tecnológica que revolucionó el proceso de adquisición, procesamiento y difusión de información. En este sentido, el éxito global de la web es un factor importante para cambiar el futuro de la industria de la comunicación, especialmente del periodismo, en cuanto a su materia prima: la información.

El ritmo de esta revolución está afectando a los medios más que nunca. La radio tardó 38 años en llegar a los 50 millones de oyentes y 13 años en llegar a la misma cifra a la televisión. Por el contrario, Internet llegó a más de 50 millones de usuarios en todo el mundo en sólo cuatro años (de 1991 a 1995), y necesitaban cada vez más información. Colectivamente, Internet y las comunicaciones digitales parecen destinadas a ser el entorno privilegiado del periodismo del siglo XXI. Por tanto, es necesario reflexionar sobre si la doctrina periodística actual encaja en el nuevo panorama. Eso significa hacer preguntas clave, como determinar qué imagen deben tener los periodistas en la nueva era de las comunicaciones digitales.

De esta forma, el periodismo va más allá de reseñar, redactar y difundir noticias de forma clara, veraz y contextualizada. En cualquier caso, no son solo los periodistas los que deben adaptarse a los nuevos requisitos, ya que las futuras transformaciones serán necesarias para todas las empresas de medios, grandes y pequeñas. El periodismo digital va más allá de los límites de la comunicación, es importante promover cómo hacer periodismo digital y sus ventajas en la formación de comunicadores porque muchos periodistas no saben cómo afrontar esta situación y

se les hace muy difícil adaptarse a la importancia del periodismo digital como parte de su formación académica.

#### **1.4.Objetivo**

##### ***1.4.1. Objetivo general***

Determinar el impacto en el periodismo digital utilizado como herramienta publicitaria en el desarrollo de emprendimientos turísticos impacta en la Ruta del Rio del cantón Quevedo. Año 2021.

##### ***1.4.2. Objetivos Específicos***

Analizar la utilidad del periodismo digital como herramienta publicitaria.

Identificar como periodismo digital impacta en el desarrollo de los emprendimientos.

Establecer la importancia que tiene el periodismo digital como herramienta publicitaria para el desarrollo de los emprendimientos.

## **1.5.Sustento teórico**

### ***Periodismo***

Esta se define como una actividad sistemática consistente en recopilar información con el fin explícito de difundirla a través de los medios de comunicación de masas, y se enmarca dentro del campo de las ciencias de la comunicación. En otras palabras, el objetivo explícito de esta industria o profesión es buscar noticias o información de interés para mantener a las personas informadas sobre lo que sucede a su alrededor (Caminos, Marín, & Armentia, 2007).

Es importante considerar que medios como los diarios son comunes en el día a día y esta es la forma más común en que la información llega a los hogares, por lo que debe ser elaborada por expertos en la materia. Todo tipo de medios tienen la capacidad de captar, filtrar y difundir diferentes noticias, por lo que es necesario contar con profesionales que respondan positivamente a la ética de trabajo. Entonces es importante que lo veas como una carrera, porque para ser un buen periodista se requiere trabajo, y lo más importante, pasión por lo que haces, además de tu práctica. Porque se verá reflejado en la forma de comunicación (Caminos, Marín, & Armentia, 2007).

Según (Wolfe & Guarner, 1976) esta rama de las ciencias de la comunicación se puede clasificar según su tipo, ya sea informativa, de opinión o interpretativa, e incluye: artículos de opinión, entrevistas, reseñas biográficas, crónicas, reportajes, etc. Según el tipo de información, es decir, el tema a tratar, puede ser: política, eventos, economía, deportes, cultura, etc., o según el medio de información: ej. Fotografía, digital, prensa, radio, televisión, etc.

- Informativo: Pretende concienciar a las personas de la realidad a través de un lenguaje objetivo y directo, su característica principal es que la persona que lo escribió es ajena o poco clara. Como su nombre indica, hay mucha información y no permite opiniones personales ni demasiados juicios de valor.

- Opinión: Su finalidad es expresar la opinión del autor, también evalúa los hechos a la luz de su situación y en algunos casos hace recomendaciones para mejorar la situación.
- Interpretativa: Son aquellas en las que el autor expresa su opinión sobre el tema además de relatar el hecho. Además de ser informativos, agregan detalles y algunos datos se correlacionan con otros datos para que los lectores puedan entender lo que está pasando (Wolfe & Guarner, 1976).

### ***Periodismo Digital.***

La publicidad digital puede convertirse en un tema muy complejo. Desde publicidad gráfica hasta medios enriquecidos y televisión digital, tiene acceso a una amplia variedad de herramientas digitales. La pregunta es: ¿qué quieres lograr y cuál es la mejor manera de hacerlo? Puede elegir la publicidad gráfica para desarrollar su marca o la televisión digital para llegar a un público específico. Hoy en día, los anuncios pueden estar en una variedad de formatos digitales y pueden distribuirse a través de cualquier medio. Si bien los anuncios publicitarios tradicionales siguen siendo una parte importante de muchas campañas, es posible que también desee considerar los anuncios para dispositivos móviles y explorar otras soluciones multiplataforma (Ayerdi, 2003).

***El periodista en la era digital: transformaciones y cambios del oficio periodístico en la prensa escrita***

El periodismo ha estado en constante cambio desde sus inicios. El contexto, la audiencia y los medios son las razones de los diferentes cambios en la producción, distribución y comercialización de la información. La historia demuestra que, a medida que evoluciona el entorno, la gestión de la información, los procedimientos de trabajo y el periodismo deben adaptarse a las actualizaciones que trae consigo la invención (Caminos, Marìn, & Armentia, 2007).

Este fue el caso con el advenimiento de la imprenta, el telégrafo, los medios tradicionales y las plataformas digitales. En todos los momentos históricos que anuncian revoluciones, descubren o difunden cambios de sistema, el periodismo se esfuerza por aprender de las herramientas emergentes, las actitudes públicas y el consumo de datos para adaptar sus modelos de negocio a modelos sostenibles y rentables, coherentes con hábitos sociales susceptibles a la novedad (Ayerdi, 2003).

El periodismo como profesión ha tenido que reinventarse a lo largo del tiempo, especialmente con los avances tecnológicos y digitales de la última década, el internet y las nuevas herramientas para el consumo de información. El periodismo tradicional ha tenido que lidiar con el surgimiento y desarrollo de la era digital y sus herramientas en la modificación y construcción del discurso informativo. Si bien el periodismo se basa en valores y características inmutables, la aparición de nuevos canales de difusión de la información ha cambiado la configuración y difusión de los contenidos a través de la calidad del entorno digital y los atributos de las nuevas tecnologías (Ayerdi, 2003).

En este contexto, la carrera de los periodistas ha cambiado junto con los medios de comunicación y las empresas que buscan formar parte de las nuevas plataformas digitales a través de una fusión de contenidos, herramientas, empleados y modelos de negocio. Durante la última década, los periodistas de los medios ecuatorianos han tratado de mantenerse al día con los cambios

que han tenido lugar en este período, a saber, el surgimiento de nuevas formas de comunicación en los canales digitales de todo el mundo. Lamentablemente, no existen muchos datos sobre la metamorfosis que sufrió el comunicador ecuatoriano en su profesión, por lo que es necesario reunir experiencia y teoría para mostrar los avances y dificultades que enfrentan los periodistas (Caminos, Marín, & Armentia, 2007).

### *Desarrollo de una empresa*

El negocio incluye la actividad, método o medio de obtener dinero a cambio de proporcionar algún beneficio a otros. Un ejemplo es la creación de una página web donde ofrecemos asesoramiento comercial gratuito y ganamos dinero con los anuncios que colocamos. Otro ejemplo podría ser solicitar un crédito, viajar al extranjero, comprar muchos autos usados y venderlos en su país de origen. (Esto no es raro en un país como el que vivimos) (Rodríguez, 2019).

Además, un negocio consiste en una entidad cuyo objeto es obtener dinero a cambio de realizar actividades de producción (por ejemplo, una fábrica de muebles), comercialización (por ejemplo, una tienda de abarrotes o una cadena comercial como Soriana), o para proporcionar servicios que beneficien a otros (por ejemplo, un restaurante, un taller de reparación de automóviles o un bufete de abogados) (Castillo & Lourdes, 2019).

Una empresa es una actividad empresarial o social bien pensada y con ganas de crecer. Es una herramienta que nos permite organizar y planificar las actividades que se deben realizar para alcanzar los objetivos de la empresa. La palabra negocio proviene del latín nec y otium, no ocio. Porque el otium de los romanos se hacía en sus ratos libres, sin nada a cambio. Entonces, para ellos, hacer negocios tiene que ver con el dinero. También es el resultado de una adecuada gestión

de los recursos, que tiene resultados económicos positivos para todas las partes. Es importante señalar que no solo puede ser dinero, sino también relaciones de poder (Rodríguez, 2019).



## Capítulo II

### 1.6. Técnicas aplicadas para la recolección de la información.

#### 1.6.1. Método cuantitativo

La investigación cuantitativa es un conjunto de estrategias de adquisición y procesamiento de información, analizada mediante técnicas numéricas de magnitud y forma y/o estadísticas, siempre dentro del marco causal del enfoque en el periodismo digital utilizado como herramienta publicitaria para el desarrollo de los emprendedores de la Ruta del Río del cantón Quevedo. Los métodos de investigación cuantitativa son útiles cuando el problema a estudiar tiene un conjunto de datos que pueden ser representados por diferentes modelos matemáticos. Por lo tanto, los elementos de la investigación son claros, inequívocos y limitados. Los resultados obtenidos son numéricos, descriptivos y en algunos casos predictivos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

#### 1.6.2. Tipos de Investigación

##### Investigación descriptiva

Buscan el "qué" del tema, no el "por qué". Como sugiere el nombre, pretende describir y explicar lo que se está investigando, pero no proporcionar el motivo de la investigación. La investigación descriptiva tiene como objetivo caracterizar a la población objeto de estudio. Por ejemplo, puede ser una descripción de ciertos comportamientos humanos sin explicar sus razones (Gómez, et al. 2017).

### Investigación de campo

Este tipo de investigación es esencial para realizar otras investigaciones, como exploratoria, correlacional o de mezcla. De hecho, en la deducción hipotética, por lo general es el paso posterior a la realización de la suposición. Una vez que sabemos lo que estamos buscando, tenemos que recopilar datos y hacer trabajo de campo para ello (Gómez, et al. 2017).

### Investigación bibliográfica

Se recolectará información relevante de fuentes como libros, diarios, medios digitales, etc., con el objetivo de desarrollar el tema de investigación (Gómez, et al. 2017).

### ***1.6.3. Técnica***

#### Observación

En general, la observación es una tarea descriptiva. En otras palabras, muestra el estado actual de las cosas y ayuda a comprender el estado de las cosas antes de intervenir de cualquier manera. Sin embargo, la observación también se entiende como un proceso activo de selección y clasificación mental, es decir, como una forma de ordenar lo percibido. Por otro lado, también se conoce a la observación como uno de los primeros pasos de toda investigación regida por métodos analíticos empíricos, posible modelo del método científico, muy utilizado en las ciencias naturales y sociales. En este sentido, la observación incluye la recolección de datos directamente de la naturaleza a través del trabajo de campo (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

## Encuesta

Las encuestas son herramientas para conocer las características de un grupo de personas. En este caso serían todos los emprendedores de la Ruta del Rio del cantón Quevedo. Estas variables pueden ser variables económicas, como los niveles de ingresos (cuantitativas), u otras variables, como las preferencias políticas (cualitativas). Para realizar una encuesta, el investigador debe hacer un formulario de preguntas enfocados en Formular el impacto que tiene el periodismo digital utilizado como herramienta publicitaria. Entonces, nuestra población es la totalidad de los emprendedores encontrado en la Ruta del Rio (Gómez, et al. 2017).

### ***1.6.4. Población***

Un conjunto de elementos a investigar, que pueden ser objetos, eventos, situaciones o grupos de personas los cuales está definido en su totalidad a todos los emprendimientos localizados en la Ruta del Rio.

### ***1.6.5. Muestra***

Una representación a pequeña escala de algo de la misma calidad pero en mayor cantidad. Las muestras se utilizan para demostrar que lo que desea obtener es correcto sin verificar la calidad de todo el producto; pero dado a la población ya previamente definida que son 43 emprendimientos activos en la Ruta Del Rio.

### **1.7.Resultados Obtenidos.**

De los resultados obtenidos durante esta investigación se pueden observar los siguientes puntos. En una encuesta a 43 los emprendimientos localizados en la Ruta del Rio se demostraron su receptividad al periodismo digital, lo que se reflejó en las respuestas obtenidas en las preguntas planteadas.

¿Crees que el periodismo digital es importante?, La respuesta a esta pregunta es: el 90% manifestó Siempre, el otro 10% Casi siempre, dejando ver la clara aceptación de los emprendedores localizados en la Ruta del Rio del cantón Quevedo.

¿Cree que las nuevas formas de difusión ayudarán al periodismo digital?, en la cual se obtuvo como respuesta que el 100% considero la opción Siempre dejando en evidencia que es una nueva era de la comunicación.

¿Crees que el periodismo digital puede aumentar las oportunidades laborales?, las respuestas a la interrogante evidenciaron el 100% en la opción siempre dando la oportunidad de que sus negocios crezcan en conjunto con sus empleados.

¿Están las nuevas formas de comunicación ayudando a los negocios a ganar aceptación?, las respuestas a esta interrogante mostraron un 80% en la opción Siempre, 10% en la opción Casi siempre y 10% en la opción A Veces enfatizando como una aceptación muy buena para el desarrollo de los emprendimientos.

¿Está de acuerdo en que el periodismo digital incide en el desarrollo de los emprendimientos?, los resultados a esta interrogante reflejan un 90% Siempre, 10% en la opción Casi Siempre, con lo cual los emprendedores de la Ruta del Rio del cantón Quevedo dejan en claro que si tiene incidencia el periodismo digital en el desarrollo de sus emprendimientos.

### ***1.7.1. Situaciones detectadas.***

La investigación bibliográfica muestra que el periodismo se configura como una práctica para que las personas comprendan diferentes acontecimientos, ya sean locales, nacionales o internacionales, pero al mismo tiempo influye en los lectores, ayudándolos a ser conscientes críticamente de dichos acontecimientos. Por otro lado, las noticias digitales surgieron con Internet, que utiliza las siglas TIC para Tecnologías de la Información y la Comunicación, que permite brindar a los lectores o seguidores de los medios publicitarios como información textual, audio visual y video para hacer más valiosa la información.

Nuevos modos de comunicación, moderadores, expresiones, analistas y conductores constituyen las vías por las que los periodistas o medios buscan llegar a lectores o seguidores con el objetivo de influir en su aceptación.

Tanto el periodismo digital como los nuevos métodos de comunicación tienen un impacto en el desarrollo de los negocios o emprendimientos de la comunidad ya que brindan nuevas pautas para incursionar en el campo de la comunicación social ya que aumenta las oportunidades laborales al mismo tiempo que les permite identificarse con su estilo comunicativo, lo que lo guiará a lo largo de su trayectoria empresarial.

Por otro lado, hay evidencia de que el periodismo digital es visto como importante para influenciar a los jóvenes que se están adaptando a la nueva realidad para que continúen comprometiéndose y logrando sus metas, y para ello muestra que los medios digitales les muestran la oportunidad de abrirse, un paradigma de trabajo, por lo que el miedo de los emprendedores a desaparecer por no encontrar una fuente de ingresos en su producto o servicio a brindar.

### ***1.7.2. Soluciones planteadas.***

Se deben aprovechar las ventajas tecnológicas para generar contenidos de alta calidad en los medios informativos digitales, utilizando un lenguaje acorde a un estilo particular, que permita a los lectores comprender claramente el contenido generado, incluyendo elementos audiovisuales que mejoren la presentación y favorezcan la comprensión.

Los emprendedores de la Ruta del Rio del cantón Quevedo, necesitan actualizar sus conocimientos en periodismo digital para mantenerse a la vanguardia de los últimos avances en comunicación social y así adquirir las competencias necesarias para un correcto desarrollo empresarial.

El periodismo digital y las nuevas tecnologías van de la mano, por lo que los emprendedores de la Ruta del Rio del cantón Quevedo deben tener acceso diario con motivación y entusiasmo, utilizando estas herramientas para impactar en su desarrollo empresarial adecuado.

Es importante que cada emprendedor implemente su propio medio digital de publicidad donde los consumidores puedan tener un acceso práctico y rápido, así como los profesionales de la comunicación que gestionen en conjunto estrategias de publicidad para ayudarlos a mejorar el desarrollo de sus emprendimientos adaptándonos a la nueva realidad.

## **1.8.Conclusiones**

El periodismo digital ha ganado gran aceptación entre los usuarios debido a la facilidad de transmisión de la información, y las diferentes herramientas audiovisuales con las que cuenta, las cuales brindan a los lectores más opciones para entender la información producida.

Los emprendedores de la Ruta del Rio del cantón Quevedo demuestran un abrazo al periodismo digital y nuevas formas de comunicación que impactan en su preparación empresarial, brindándoles nuevas perspectivas laborales en las que pueden iniciar dada a la cercanía que mantienen con el consumidor.

El periodismo digital, tanto en el apartado de comunicación, que permite a los lectores estar al día de los últimos acontecimientos, como a los consumidores que pueden iniciar sus actividades laborales y seguir preparando las acciones en su tiempo libre o descanso de las ocupaciones habituales, a través de este medio.

Los emprendedores de la Ruta del Rio del cantón Quevedo no todos cuentan con un medio digital propio que los apoye en el desarrollo de su negocio, donde puedan realizar prácticas esas publicaciones diarias e ingresar al mundo consumista con las estrategias adecuadas de publicidad.

Facilitando las habilidades comunicativas de los emprendedores de la Ruta del Rio del cantón Quevedo en plataformas digitales a través de herramientas integradas, así como la innovación en productos multimedia ayudara al desarrollo de los emprendimientos.

## 1.9. Bibliografía

Ayerdi, K. (2003). La formación del periodista digital. Quito-Ecuador: Quipus - Ciespal.

Camino, J., Marín, F., & Armentia, J. (2007). *Elementos definitorios del Periodismo Digital*. Obtenido de

<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/ESMP0707110317A/12129>

Castillo, C., & Lourdes, Q. (2019). Entornos digitales y credibilidad de los medios en época de la posverdad. *UIDE*, 91-92.

Gómez, C., Álvarez, G., Romero, A., Castro, F., Vega, V., Comas, R., & Velázquez, M. (2017). *La Investigación Científica Y Las Formas De Titulación, Aspectos Conceptuales Y Prácticos*. Quito: Editorial Jurídica del Ecuador.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Rodríguez, J. (12 de 09 de 2019). *Contenidos en las plataformas digitales*. Obtenido de ¿Qué son las plataformas digitales y para qué sirven?: <https://www.rankia.co/blog/analisis-colcap/4317884-que-son-plataformas-digitales-para-sirven>

Wolfe, T., & Guarner, J. (1976). *El Nuevo Periodismo*. Obtenido de [https://www.academia.edu/download/62310121/Wolfe\\_Tom\\_El\\_nuevo\\_periodismo20200308-84992-6hgggtg.pdf](https://www.academia.edu/download/62310121/Wolfe_Tom_El_nuevo_periodismo20200308-84992-6hgggtg.pdf)



## 1.10. Anexos

*Anexo#1 evidencia fotográfica.*



Ilustración 1: localidad de estudio de investigación



Ilustración 2: emprendimientos encontrados en la ruta del Rio



Ilustración 3: emprendimientos encontrados en la ruta del Rio



Ilustración 4: encuesta realizada

*Anexo#2 Encuesta dirigida a los emprendimientos encontrados en la ruta del rio del cantón Quevedo.*

¿Crees que el periodismo digital es importante?

Siempre

Casi siempre

¿Cree que las nuevas formas de difusión ayudarán al periodismo digital?

Siempre

Casi siempre

¿Crees que el periodismo digital puede aumentar las oportunidades laborales?, las

Siempre

Casi siempre

¿Están las nuevas formas de comunicación ayudando a los negocios a ganar aceptación?,

Siempre

Casi siempre

¿Está de acuerdo en que el periodismo digital incide en el desarrollo de los emprendimientos?

Siempre

Casi siempre