



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

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

**EXAMEN COMPLEXIVO**

**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL EXAMEN  
COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**MEMES COMO ESTRATEGIA PUBLICITARIA: CASO HOLCIM - ECUADOR.**

**AUTOR:**

**BEATRIZ AGUSTINA ARREAGA OLAVARRIA**

**TUTOR:**

**MSC. ANA ELIZABETH HERRERA FLORES**

**BABAHOYO – LOS RÍOS- ECUADOR**

**2020**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**



**AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por haber bendecido mi vida y guiado cada uno de mis pasos a este maravilloso momento. A mi Madre, Glenda Arreaga, ejemplo de rectitud, honestidad y trabajo quien es la persona más importante a quien me debo, por su cariño, dedicación, comprensión y consejos que me ha brindado durante mi carrera universitaria, así como también al desarrollo del presente proyecto. A mi padre Felipe Moreira y hermanas que siempre han estado presentes en cada uno de mis logros y que ahora estarán presenciando un logro más, verme como profesional.

A mi novio el ser más maravilloso del mundo y mi mejor amigo, quien ha estado a mi lado en los momentos más difíciles a lo largo de mi carrera universitaria ayudándome a seguir firme en cada paso que he dado, pero siempre brindándome su apoyo incondicional. Mi tutora que con cada uno de sus consejos me han ayudado a sobresalir en este proyecto.

***BEATRIZ AGUSTINA ARREAGA OLAVARRIA***



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**



**DEDICATORIA**

Dedicado a mis padres y hermanas que han sido un pilar fundamental para llegar hasta este punto de mi vida en donde estoy logrando un objetivo más como profesional, gracias a su apoyo incondicional. A mí querido novio y mejor amigo por ser quien me ha brindado sus consejos día a día y que con sus palabras me ha dado una luz de esperanza en días sombríos y más que todo por permanecer a mi lado a pesar de la adversidad.

***BEATRIZ AGUSTINA ARREAGA OLAVARRIA***



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**



**RESUMEN**

La publicidad combinada con los memes es la mejor forma de hacer publicidad sin tener un rechazo o que los usuarios se sientan abrumados por el anuncio publicitario, esta nueva forma tiene mayor éxito que la publicidad estándar porque el meme en sí tiene un nivel de ser viral en las plataformas o redes sociales ya que el meme siempre hace una referencia a algún acontecimiento reciente, mezclando estas dos herramientas se obtiene una campaña publicitaria oportuna y consumible

En este presente proyecto se analizará el meme como estrategia publicitaria caso Holcim- Ecuador, mediante esta investigación se logrará aportar más sobre esta nueva forma de realizar publicidad digital y sería de gran ayuda que los estudiantes del último semestre de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo tengan más información acerca de este formato, ya que ayudaría en sus carreras futuras como comunicadores.

**Palabras claves:** Publicidad digital, memes, redes sociales, Holcim Ecuador.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**



**ABSTRACT**

Advertising combined with memes is the best way to advertise without having a rejection or users being overwhelmed by the advertisement, this new form is more successful than standard advertising because the meme itself has a level of being viral on platforms or social networks since the meme always makes a reference to a recent event, mixing these two tools results in a timely and consumable advertising campaign

In this present project, the meme will be analyzed as an advertising strategy in the Holcim-Ecuador case, through this research it will be possible to contribute more about this new way of carrying out digital advertising and it would be of great help for students in the last semester of the Social Communication career of the Babahoyo Technical University have more information about this format, as it would help in their future careers as communicators.

**Keywords:** Digital advertising, memes, social networks, Holcim Ecuador.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**



**INDICE**

<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II. DESARROLLO .....</b>	<b>3</b>
<b>2.1 JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>2.2 OBJETIVO GENERAL .....</b>	<b>4</b>
<b>2.3 SUSTENTO TEÓRICO .....</b>	<b>4</b>
<b>2.3.1 MEMES.....</b>	<b>4</b>
<b>2.3.2 EL PRIMER MEME.....</b>	<b>5</b>
<b>2.3.3 EVOLUCIÓN DEL MEME. ....</b>	<b>7</b>
<b>2.3.4 FUNCIÓN DE LOS MEMES.....</b>	<b>8</b>
<b>2.3.5 TIPOS DE MEMES. ....</b>	<b>9</b>
<b>2.3.6 PUBLICIDAD.....</b>	<b>10</b>
<b>2.3.7 PUBLICIDAD DIGITAL. ....</b>	<b>10</b>
<b>2.3.8 MEMES Y MARKETING.....</b>	<b>11</b>
<b>2.3.9 PUBLICIDAD COM MEMES.....</b>	<b>12</b>
<b>2.3.10 HOLCIM EN ECUADOR. ....</b>	<b>13</b>
<b>2.4 TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>14</b>
<b>Investigación descriptiva. ....</b>	<b>14</b>
<b>2.5 TÉCNICAS APLICADAS .....</b>	<b>15</b>
<b>2.6 RESULTADOS OBTENIDOS.....</b>	<b>15</b>
<b>III. CONCLUSIONES .....</b>	<b>19</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>19</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>20</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>22</b>



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**



## I. INTRODUCCIÓN

La publicidad combinada con los memes se ha vuelto la mejor forma de hacer publicidad sin tener un rechazo o que los usuarios se sientan abrumados por un anuncio publicitario, esta nueva forma ha llegado a obtener un mayor éxito que la publicidad estándar, el meme en sí tiene un nivel de ser viral en las plataformas o redes sociales dando un alcance alto en publicidades que se han acoplados a ellos.

En este presente proyecto se analizará el meme como estrategia publicitaria caso Holcim- Ecuador, mediante esta investigación se logrará aportar más sobre esta nueva forma de realizar publicidad digital y sería de gran ayuda que los estudiantes del último semestre de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo tengan más información acerca de este formato, ya que ayudaría en sus carreras futuras como comunicadores.

Como respaldo para el proyecto se realizó la técnica de observación y se pudo tener un acertado acercamiento de cada publicidad con memes realizada por la compañía Holcim y se adquirió un estudio sobre ellos de una forma más detallada. También se realizó la técnica de la entrevista al Msc. Daniel Gustavo Lemos Beltrán obteniendo información de este nuevo formato publicitario.

Con esta investigación se obtuvo la importancia de los memes, la facilidad con la que se alcanza a un público objetivo de alguna empresa con una publicidad que este acoplada con los memes y el impacto que tiene en las redes sociales sin que éstas se vuelvan abrumadoras o no se han aceptadas por los usuarios.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**



La sub-línea que se orienta para este proyecto es la Comunicación Digital, la misma que tiene como objetividad el plan nacional del buen vivir fortalecer las capacidades y potencialidad.





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**



## **II. DESARROLLO**

### **2.1 JUSTIFICACIÓN**

Este presente trabajo se elaboró con la finalidad de analizar los memes como estrategia publicitaria de la compañía Holcim en Ecuador, a medida que la tecnología ha evolucionado también las formas de comunicarse por estos medios electrónicos abriendo paso a nuevos métodos de comunicación en masas.

La publicidad una herramienta tradicional al momento de promocionar algún producto, servicio o marca, en los últimos años se ha ido combinando esta estrategia con los memes, una nueva forma popular de comunicación en redes sociales haciendo a las publicidades dinámicas y logrando un aumento en el alcance del público objetivo de las empresas.

Con la línea de investigación de la carrera que es el periodismo investigativo sustentable aplicado a nuevas tecnologías, se hará el análisis de los memes como estrategia publicitaria en el caso de la compañía Holcim en Ecuador, en la que se pretende conocer la importancia de este proyecto en estudiar los memes, como estos influyen en el público, la combinación de la herramienta publicitaria con esta nueva forma de comunicación virtual y como los estudiantes se pueden beneficiar de esta investigación en su carrera teniendo la compañía de cemento Holcim como referencia.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**



Los beneficiarios directos de este proyecto son los estudiantes del último semestre de comunicación social ya que por este medio se pretende informar de esta nueva forma de realizar publicidad y como ellos puedan utilizarla esta nueva forma de comunicación virtual.

## **2.2 OBJETIVO GENERAL**

Analizar los memes como estrategia publicitaria caso Holcim –Ecuador

## **2.3 SUSTENTO TEÓRICO**

### **2.3.1 MEMES.**

La palabra meme se originó en el año de 1976, fue utilizada por primera vez en el libro El Gen Egoísta obra escrita por el biólogo evolutivo británico Richard Dawkins, donde él explica que hay una semejanza entre los memes o conducta que es transmitida de un individuo a otra y de los genes que se transmiten de generaciones. (CanalHistoria, 2020)

Dawkins afirma que el meme es la unidad cultural de imitación, replicación y transmisión, siendo de la misma forma que un gen es la unidad hereditaria. Por la semejanza del concepto Dawkins comenzó a investigar una palabra que se pareciera a gene que es la palabra inglesa de gen, así creando la palabra mimeme, está la abreviaría después y se quedaría cómo meme. (CanalHistoria, 2020)

La palabra mimeme procede del neologismo siendo una grafía griega, está compuesta por “min” de mímica y eme del castellano que significa “aquello que es



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**

imitado”, el biólogo británico decidió dejarlo como meme ya que tenía una cierta asociación con las palabras memoria y mimética y la pronunciación de esta palabra en inglés es “min” (Payo, 2018)

La teoría que Dawkins les otorgó a los memes fue basándose en la biología, sí el gene es de donde parte toda la información biológica entonces los memes son la información de la cultura también, surgiendo el meme como una unidad de transferencia de ideas, moda, creencias, etc. Que puede tener un par de personas o sociedad dependiendo de su cultura, siendo algo que se reproduce y se multiplica. (Payo, 2018)

La periodista Delia Rodríguez en su libro Memecracia, afirma que los memes son egoístas como los genes ya que estos no tienen que ser bellos, útiles, necesarios, ni buenos, ni una verdad. Ellos solo sobreviven y se extienden. La vida de los memes es variada puede haber; populares o impopulares, original o copias, exitosos o fracasados, beneficiosos o peligrosos. (Payo, 2018)

### **2.3.2 EL PRIMER MEME.**

Los memes son una forma graciosa, sarcástica de decir o expresar una idea que tiene un individuo acerca de un acontecimiento, de modo que es muy probable que existirán antes de la llegada del internet y de las redes sociales, así que es muy difícil saber cuál es el primero de todos en la historia de la humanidad, pero si se tiene un acercamiento gracias al descubrimiento de un usuario en internet del cuál pueda que sea el primero. (Mollejo, 2018)



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**



En el año 2018 una usuaria de la red social Twitter descubrió una tira cómica del año 1921 en donde tiene mucha similitud hacia los memes de ahora que son existentes en la red. Esta imagen es de la revista Judge, una revista de los años 1881 y 1947 de Estados Unidos, realizaban ilustraciones, caricaturas y chistes sobre cualquier situación que suceda en la vida pública. (Mollejo, 2018)

El comic consiste en un dibujo en donde hay dos hombres, el primero bien vestido y simpático con la reseña debajo de él “como crees que sales cuando te hacen una foto” y al lado opuesto se tiene otro dibujo de un hombre no agraciado y poco torpe la forma del dibujo en donde tiene una reseña bajo de él la cuál es “como sales realmente”. (Olmos, 2018)

La forma de comparación es la misma que tienen los memes hoy en día, esto asombro a los internautas llegando a tener la publicación 43.000 retweets y 132.000 me gusta, no cabe duda que los memes han existido antes y si contamos realmente con esta ilustración que es la primera en la historia llegaríamos a suponer que los memes se estarían realizando alrededor de 96 años. (Mollejo, 2018)

En el caso del primer meme en internet, se registra una animación Gif llamada “Hanster Dancing” donde consistía en unos roedores que estaban formados en filas, en cada una de las filas hacían actividades diferentes como bailar, girar o realizaban movimientos desiguales con una música de fondo similar a las voces de Alvin y las ardillas. Este meme se enviaba por correos electrónicos como cadenas de información. (Digitalserver, 2019)



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**

Se tiene un segundo registro del año 1998, un meme llamado “All your base are belong to us”, este meme hace referencia a la llegada del año 2000 y las consecuencias que este tendría, así mismo como el primero se enviaba por correo electrónico, el meme se originó por una mala traducción de un videojuego japonés llamado “Zero Wing”, el diálogo tenía que decir “ All of your bases are under control” que traducido sería “ todas tus bases están en control”, este meme se producía con herramientas digitales como Photoshop donde se ponía la frase en diferentes imágenes realizando un video de todas estas. (Digitalserver, 2019)

A finales del año 2002, se popularizó un video llamado “Star Wars Kid” de un chico canadiense que sostiene un palo de golf y simula que está peleando con enemigos de la famosa franquicia de películas y sin percatarse de una toalla que había en el suelo con la cual el chico resbaló, este video se popularizó y rápidamente los internautas comenzaron a realizar todo tipo de ediciones en el video reemplazando el palo de golf, añadiendo sonidos y efectos de película de ciencia ficción. (Payo, 2018)

### **2.3.3 EVOLUCIÓN DEL MEME.**

Los memes tienen una evolución que comenzó en la década de los 70, creaciones de textos con imágenes, haciendo parodias de un acontecimiento que a la gente le parecía interesante comentar eran enviados y compartidos desde correos electrónicos en forma de cadena de información. (Por el grito del sur, 2019)

En los años 90 se popularizaron los “gif” creaciones modernas en la que se trata de una breve secuencia de movimiento, uno de los memes que se viralizó fue realizado



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**

por Character Studio, es acerca de un bebe en pañales bailando la danza del “Oogachaka”, esta animación se inventó pensando en un meme. (Por el grito del sur, 2019)

Durante estos últimos 10 años a medida que la tecnología avanzaba y la comunidad internautas iba haciéndose más grandes, en el año 2011, los foros como 4chan, DevianArt, Tumblr. Estaban inundados de viñetas como memes, gestos faciales caricaturizados donde estaba el “trollface”, el “me gusta” y muchas viñetas más que ahora son conocidas como los padres de los memes, también circulaban imágenes de personas anónimas haciendo chistes como “este es mi futuro esposo o futura esposa”. (RPP, 2020)

Las diferentes redes sociales como Youtube, Facebook e Instagram, las imágenes con texto pasaron hacer videos de personas famosas y no famosas que recorren la red con ediciones de cualquier tipo. En esta época sigue habiendo memes de todo tipo como son; imágenes, imágenes con texto, videos, videos con edición no solo de personas también de animales. (RPP, 2020)

#### **2.3.4 FUNCIÓN DE LOS MEMES.**

Los memes tienen como función transmitir mensajes, estos son una opinión o una idea, pero siempre llevando un toque de humor en ellos, los memes también funcionan como una expresión de valores que tiene una sociedad o situaciones culturales por esta razón para que un meme funcione, el receptor tiene que tener una información previa para que el mensaje sea entendido. Existe otra función de los memes como colaborador



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**

o productores de alguna propaganda, persona o empresa que desee posicionarse en el mercado antes o en el momento del lanzamiento de algún producto oficial.

(Significados.com, 2019)

### **2.3.5 TIPOS DE MEMES.**

Clasificar o mencionar los tipos de memes es muy difícil ya que existe una extensa variedad y de estas variedades se desprenden otras y no siguen un parámetro como tal, por ello en base a la investigación que se realizó se clasifica dependiendo según el formato y según el tema.

El tipo de memes según el tema están: **los memes de imagen**; estos están compuestas por ser imágenes y textos, por medio de estos dos elementos se da un nuevo significado. **El internet faces**; son los memes que tienen como objetivo el rostro con alguna expresión, por lo general representan el rostro de una determinada persona.

(Significados.com, 2019)

**Los memes en texto**; son los que utilizan solo texto en ellos, en la mayoría de los casos son capturas de pantalla de algún usuario de alguna red social. **El meme de video**; son aquellos videos que están editados, las ediciones varían desde sonidos hasta partes de una película o serie doblándole la voz, esta comenzó gracias a la plataforma YouTube.

(Significados.com, 2019)

Los tipos de memes según el tema son: **Los memes sociales**; son aquellos que buscan crear conciencia sobre los problemas sociales. **Los memes reflexivos**; son los que están direccionados a dar consejos de superación y frases que inspiran de forma



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**

positiva en las personas. **Los memes humorísticos**; son netamente para entretenimiento, muchas veces utilizan ironía y también dan pasos a dar una opinión sobre el tema que se está hablado. **Los memes de situación**; estos son representaciones de situaciones que suceden en la vida diaria de las personas (Significados.com, 2019)

### **2.3.6 PUBLICIDAD.**

La publicidad es una estrategia que tiene la mercadotecnia para la divulgación de un producto, servicio, marca que tiene una empresa y así mediante está alcanzar el público objetivo e incentivar a comprarlo. En el área de comunicación social la publicidad se estudia su función en relaciones sociales y culturales. (Giraldo, 2019)

Esta herramienta está pendiente de tendencias culturales, comportamiento de la sociedad ya que la publicidad busca que las personas o la sociedad se identifique con los anuncios y logren su objetivo que es el consumo del producto en el grupo establecido. (Giraldo, 2019)

### **2.3.7 PUBLICIDAD DIGITAL.**

La publicidad digital es la utilización de técnicas para comunicar, promocionar y difundir una marca o empresa lanzada en internet. Desde la llegada del internet se crearon diferentes plataformas en donde estas ayudan a llegar a un público potencial y hacer que se genere más consumo de un determinado producto. (Tomas, 2020)

En la publicidad digital existen formatos publicitarios que son: Publicidad nativa; son aquellas que están dentro de la plataforma, pero sin interrumpir el contenido neto, el formato de esta publicidad es lograrse camuflarse, pero tiene que ser creativa y





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**

sorprender al público para no pasar desapercibido. Email marketing; en este se lanza campañas de contenidos descargables a cambios del email, mediante los emails se consigue segmentar el público y así enviar campañas a través de este. (Tomas, 2020)

**Social Ads;** en este formato se realiza la publicidad a través de las redes sociales y aprovechan sus diferentes características para llegar al público, entre las opciones son Facebook, twitter e Instagram. **Display;** estos son los formatos que se colocan en web, blog, portal, etc. son conocidos como banner, pop up y el interstitial. Estos anuncios se han visto afectados por los bloqueadores de anuncios. (Tomas, 2020)

**Retargeting online;** estos son display en línea donde a través de cookies de los usuarios acceden a la información para mostrarle anuncios más adecuados y así tengan oportunidad de triunfar con la publicidad. **Sem;** son formatos de publicidad de anuncios por clic en los buscadores Google o Bing, estos aparecerán por las palabras claves que los usuarios busquen. (Tomas, 2020)

**Mobile ads;** estos formatos de publicidad son para dispositivos móviles, las campañas web son adaptas para estos dispositivos. **Video online;** este formato es muy efectivo ya que cuenta con mayor aceptación de los usuarios sin que estos lleguen a ser abrumadores, estas publicidades se dan en plataformas cómo YouTube. (Tomas, 2020)

### **2.3.8 MEMES Y MARKETING.**

Según (Kotler, 2001) afirma que “el marketing es la función comercial que identifica las necesidades y los deseos de los clientes, determina qué mercados meta



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**



puede atender mejor la organización, y diseña productos, servicios y programas apropiados para atender a esos mercados”.(...) (pag.12)

La combinación del Marketing con el meme es un nuevo formato, este es usado por una empresa que quiere resaltar o una marca, ahora no es solamente vender o crear servicios, productos en un contenido publicitario. Entretener a el futuro cliente con un contenido divertido y viral sin realizar mucho esfuerzo en ello. El marketing con la utilización de memes es una forma moderna y creativa de que una marca se haga reconocida, este formato es efectivo si se entiende la naturaleza de lo que es un meme (Mir, 2020)

### **2.3.9 PUBLICIDAD COM MEMES.**

La publicidad combinada con los memes es la mejor forma de hacer publicidad sin tener un rechazo o que los usuarios se sientan abrumados por el anuncio publicitario, esta nueva forma tiene mayor éxito que la publicidad estándar porque el meme en sí tiene un nivel de ser viral en las plataformas o redes sociales ya que el meme siempre hace una referencia a algún acontecimiento reciente, haciendo mezcla de estos dos se obtiene una campaña publicitaria oportuna y consumible. (Puente, 2015)

Las publicidades con los memes se acoplan porque tienen el mismo enfoque que es dar una información entretenida siendo el objetivo principal de ambas. El término “memejacking” se refiere a cuando se realiza una campaña publicitaria ingeniosa en línea empleando estos dos formatos digitales, generando un resultado exitoso y viral al mismo tiempo. (Puente, 2015)

### 2.3.10 RETORICA DE LA IMAGEN.

Las publicidades de Holcim están llenas de metáforas, antítesis, comparación, Hipérbole y personificación, como se aprecia en los dos ejemplos publicitarios, en donde en el primer ejemplo se realiza la personificación de una persona que se hizo viral en las redes sociales, solo implementando en el producto de la empresa puntos que se relacione con la persona. En la segunda imagen se realiza la comparación de una cosa en común como son “las vacaciones” pero se desarrolla en situaciones diferente.



*Ejemplo 1 imagen de publicidad Holcim*



*Ejemplo 2 imagen de publicidad Holcim*

### 2.3.11 HOLCIM EN ECUADOR.

La empresa Holcim Ecuador le pertenece al grupo suizo “LafargeHolcim” empresa número uno de producción de cemento y agregado, El significado de su nombre proviene de dos palabras, “Hol” proveniente del grupo Holderbank y “cim” de la palabra francesa “ciment” que significa cemento. (Holcim Ecuador, 2015)



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

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

### EXAMEN COMPLEXIVO

El símbolo de la marca proviene de la C de cemento, el color de la empresa es el rojo. Desde el año 2004 la empresa se encuentra en el Ecuador, antes en el año 2001 se lo conocía como “la cemento nacional” en el país. La empresa produce cemento por desempeño, hormigón premezclado, agregados y cuenta con servicios complementarios. (Holcim Ecuador, 2015)

La producción de cemento de la empresa tiene dos sedes, una en Guayaquil y la otra en la Tacunga, Para la producción de hormigón la empresa cuenta con siete plantas fijas en la ciudad de Guayaquil, dos en Quito, Machala, Cuenca, Ambato y Manta. La empresa cuenta con los servicios complementarios que son productos adicionales disponibles para el campo de la construcción, minería e industria. (Holcim Ecuador, 2015)

#### 2.4 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

##### **Investigación descriptiva.**

Para la realización de este trabajo se seleccionó un tipo de investigación, siendo la investigación descriptiva la que más se copla al proyecto.

El método descriptivo es uno de los métodos cualitativos que se usan en investigaciones que tienen como objetivo la evaluación de algunas características de una población o situación en particular. En la investigación descriptiva, el objetivo es describir el comportamiento o estado de un número de variables (...). (OKDIARIO, 2020)



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**

## **2.5 TÉCNICAS APLICADAS**

Las Técnicas de investigación que fueron utilizadas en este proyecto son la observación y la entrevista ambas cualitativas. La ficha de observación permitió un acercamiento a todas las publicidades con memes que la compañía Holcim ha realizado hasta la fecha con los que se puede obtener una información más exacta de cada uno de ellas y también se realizó una entrevista al Master en Marketing Daniel Gustavo Lemos Beltrán para poder obtener un dialogo más a detalle acerca del tema.

La técnica de **observación** es una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. La técnica de observación se suele utilizar principalmente para observar el comportamiento de los consumidores y, por lo general, al usar esta técnica, el observador se mantiene encubierto, es decir, los sujetos de estudio no son conscientes de su presencia (...). (K., 2013)

La **entrevista** es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma. (Chagoya, 2018)

## **2.6 RESULTADOS OBTENIDOS**

La compañía Holcim tiene cuatro páginas de Facebook de las cuales solo una se dedica a las publicidades con memes. Se aplicó la ficha de observación el día 31 de



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**

agosto del 2020, en la página “Holcim fuerte Ecuador”, está tiene un total de 52.642 seguidores, es la segunda página con más seguidores de la compañía, la que más likes y comentarios recibe.

La página tiene un total de 497 fotos publicadas desde el año 2017 hasta la actualidad, de las cuales 323 son publicaciones con memes, todas estas publicidades son: compartidas por los usuarios que siguen a la página, los usuarios dan like, me divierte, me encantan y comentan en todas las publicidades.

De las 323 publicidades se les aplico la ficha de observación a catorce que han sido las más destacadas, estas fueron compartidas desde los mil hasta quince mil seguidores. Analizando estas publicidades se llegó a comprobar que la mayor parte del contenido publicitario son memes virales modificados con el producto de la compañía por el community manager.

La utilización del producto mezclado con texto o imagen de un meme viral causa furor, alcanzado una popularidad alta con los seguidores de la página. En cada publicidad realizada se destaca el producto, el “cemento Holcim” es el centro de todo el contenido. El contenido publicitario tiene un alto nivel de entretenimiento e información del producto, la utilización del contenido viral es lo más utilizado, los mensajes de todas las publicidades son claros y cortos.

Los usuarios no tienen ningún rechazo a las publicidades, les gusta el trabajo que está llevando la página, el contenido es compartido por los internautas resaltando una de las publicaciones que llego a ser compartida 15.000 veces. Las publicidades han hecho que la compañía y los seguidores tengan una interacción cercana, el administrador de la



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**



página “Holcim fuerte Ecuador” es llamado por los usuarios “Tio Holcim” por aprecio y el administrador llama a los seguidores de la página “sobrinos”, muchos de ellos responden con confianza en los comentarios y demuestran el apego o cariño que le tienen por todo el contenido que brinda.

Se Aplicó también la entrevista que fue realizada el día 01 de septiembre del 2020 por medio de Whatsapp chat al Master Daniel Lemos, donde se le realizo 10 preguntas basadas en publicidad digital, en los memes y en la mezcla que existe entre estas dos herramientas digitales.

El master Lemos Manifestó que las publicidades digitales son realizadas en todas las plataformas en donde puedas publicitar algún producto, por otro lado dijo que los memes son una forma de comunicación virtual que se ha desarrollado gracias a la tecnología, tomando estas dos pautas expreso que la mezcla de la publicidad con los memes es una combinación perfecta ya que causa un impacto en las personas, es el lenguaje que se está utilizando hoy llegando al éxito de una publicidad destacando que siempre va a depender de tu público objetivo.

Afirma que este tipo de publicidades ya es una herramienta del marketing 3.0, siendo las publicidades con memes más fáciles de digerir, de entender y de consumir para los usuarios. También expreso que utilizar memes en la publicidad depende del tipo de empresa ya que hay unas que son serias como un banco en donde el manejo de este formato en sus publicidades no sería el adecuado.

Finalizando con la entrevista expreso que el mal uso que los usuarios les den a las publicaciones o que no se centre el contenido se crearía desventajas de este tipo de



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**



publicidades, También afirmo que tiene conocimiento sobre las publicidades de Holcim e incluso ha llegado a divertirse con ellas, aunque expreso que puede haber personas que no les agrada el contenido y dañar el objetivo que tienen este tipo de publicidad.





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**



### **III. CONCLUSIONES**

La publicidad digital con la combinación de los memes es el nuevo formato que sea creado en esta era digital, esta nueva herramienta del marketing abre paso a una forma más sencilla, entendible, creativa y entretenida de promocionar una marca, producto o empresa.

Las publicidades realizadas con este método no son rechazadas por los usuarios teniendo éxito y al mismo tiempo crean un método de comunicación activa con los usuarios llevando al interés del producto que se esté ofreciendo. Para realizar este método se debe tener información sobre el contenido viral que se vaya a utilizar en la publicidad, emplear cualquier de estos sin indagar con anticipación puede crear un efecto contrario, obteniendo el rechazo total de los usuarios.

### **RECOMENDACIONES**

- Direccionar este contenido publicitario a las demás páginas de la empresa.
- Tener presente las tendencias y variación de contenidos virales (memes).
- Mantener El contenido viral (memes) alineado al público objetivo de la empresa.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**



**Bibliografía**

- CanalHistoria. (21 de Enero de 2020). *canalhistoria*. Obtenido de canalhistoria:  
<https://canalhistoria.es/blog/origen-palabra-meme/>
- Chagoya, E. R. (1 de Julio de 2018). *gestiopolis*. Obtenido de gestiopolis:  
<https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>
- Digitalserver. (30 de Enero de 2019). *Digitalserver*. Obtenido de Digitalserver:  
<https://www.digitalserver.com.mx/blog/el-primer-meme-de-internet/>
- Giraldo, V. (23 de Agosto de 2019). *Rock content*. Obtenido de Rock content:  
<https://rockcontent.com/es/blog/publicidad/>
- Holcim Ecuador. (9 de Febrero de 2015). *Holcim Ecuador*. Obtenido de Holcim Ecuador:  
<https://www.youtube.com/watch?v=CSjbAjSTAJc>
- K., A. (13 de Noviembre de 2013). *Crecenegocios*. Obtenido de Crecenegocios:  
<https://www.crecenegocios.com/la-tecnica-de-observacion/>
- Kotler, P. (2001). *MARKETING*. Atlacomulco: Pearson Educación.
- Mir, J. (Enero de 2020). *xplora*. Obtenido de xplora: <https://www.xplora.eu/meme-marketing/>
- Mollejo, V. (2 de Mayo de 2018). *cronica directo*. Obtenido de cronica directo:  
[https://cronicaglobal.espanol.com/cronica-directo/curiosidades/primer-meme-historia\\_138434\\_102.html](https://cronicaglobal.espanol.com/cronica-directo/curiosidades/primer-meme-historia_138434_102.html)
- OKDIARIO. (28 de Agosto de 2020). *OKDIARIO*. Obtenido de OKDIARIO:  
<https://okdiario.com/curiosidades/que-metodo-descriptivo-2457888>
- Olmos, N. (19 de Agosto de 2018). *gráfica*. Obtenido de gráfica: <https://grafica.info/primer-meme-de-la-historia-yorhaw/#:~:text=Si%20pens%C3%A1bamos%20que%20'Doge'%2C,a%20junio%20del%20a%C3%B1o%201921.>
- Payo, A. (14 de Mayo de 2018). *el mundo*. Obtenido de el mundo:  
<https://www.elmundo.es/f5/comparte/2018/03/31/5abb5329e5fdea7b078b4608.html>
- Por el grito del sur. (24 de Enero de 2019). *por el grito del sur*. Obtenido de por el grito del sur:  
<https://elgritodelsur.com.ar/2019/01/la-historia-del-meme.html>
- Puente, L. (27 de Julio de 2015). *Netcommerce*. Obtenido de Netcommerce:  
<https://info.netcommerce.mx/los-memes-publicidad-de-transmision-viral/>
- RPP. (20 de Enero de 2020). *RPP*. Obtenido de RPP: <https://rpp.pe/tecnologia/redes-sociales/memes-asi-fue-su-evolucion-durante-los-ultimos-10-anos-redes-sociales-noticia-1240669?ref=rpp>
- Significados.com. (09 de Diciembre de 2019). *Significados.com*. Obtenido de Significados.com:  
<https://www.significados.com/meme/>



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**



Tomas, D. (22 de Junio de 2020). *Cyberclick*. Obtenido de Cyberclick:

<https://www.cyberclick.es/numerical-blog/los-8-formatos-de-publicidad-digital-que-no-has-de-perder-de-vista>



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**



# **ANEXOS**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**EXAMEN COMPLEXIVO**



**ANEXO #1**

**PREGUNTAS DE ENTREVISTA**

1. ¿Qué es para usted la publicidad digital?
2. ¿Qué es para usted los memes?
3. ¿Qué piensa sobre la unión de la publicidad digital y los memes?
4. ¿Cree que esto llegue hacer una nueva herramienta en el marketing?
5. Desde su punto de vista ¿cómo ve el desarrollo de este nuevo formato de publicidades con memes?
6. ¿Cree que es más beneficioso para una empresa utilizar meme en las publicidades digitales?
7. ¿Qué piensas sobre el impacto que genera este tipo de publicidades en la red social Facebook?
8. ¿Cree que existen desventajas de utilizar este tipo de publicidades para una empresa?
9. ¿Tiene conocimiento sobre la utilización de este tipo de publicidades en la página de Facebook de Holcim Fuerte Ecuador?
10. ¿Qué opina sobre la popularidad de las publicidades de la página Holcim fuerte Ecuador?



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

### FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL EXAMEN COMPLEXIVO

#### ANEXO #2 - FICHA DE OBSERVACIÓN.

ITEMS	NIVELES		
	ALTO	REGULAR	BAJO
1. Alcance popular de publicidades con memes en los usuarios de la página Holcim fuerte Ecuador.	X		
2. Relevancia promocional por el producto o servicio que ofrece la empresa en la página Holcim fuerte Ecuador.	X		
3. El contenido publicitario es Entretenido para los usuarios	X		
4. El contenido publicitario Informa sobre el producto	X		
5. Frecuente utilización de contenido viral (memes) en las publicidades	X		
6. El mensaje de la publicidad es claro.	X		
7. La publicidad es rechazada por los usuarios			X
8. El Contenido publicitario es compartido por usuarios de la red social Facebook	X		
9. El contenido publicitario con memes va acorde al producto	X		
10. Nivel de interacción de la compañía con sus clientes por medio de las publicidades con memes.	X		



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

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

### EXAMEN COMPLEXIVO

#### ANEXO # 3

#### CAPTURA DE PANTALLA #1



*Entrevista al Msc. Daniel Lemos por chat*



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

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

EXAMEN COMPLEXIVO

CAPTURA DE PANTALLA #2



segunda captura de la entrevista realizada al Msc. Daniel Lemos



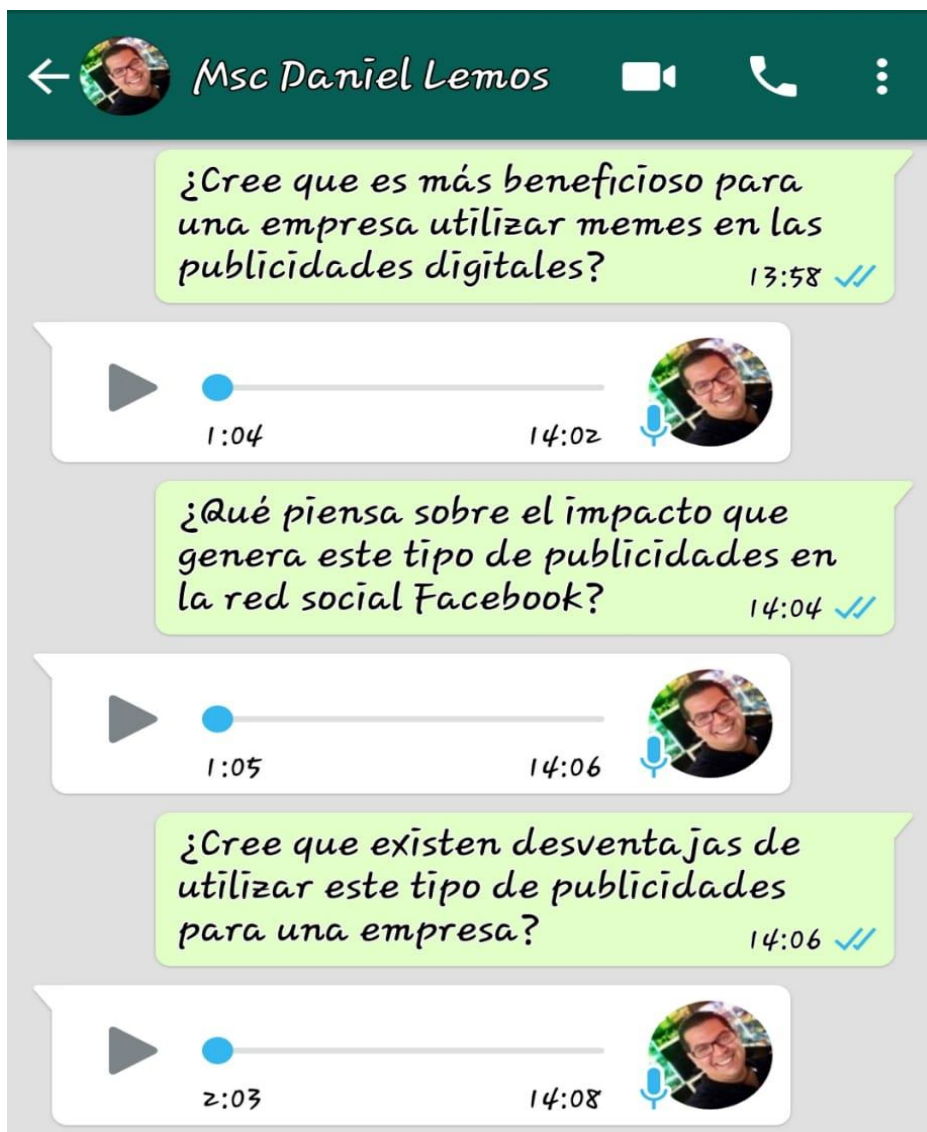


UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

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

EXAMEN COMPLEXIVO

CAPTURA DE PANTALLA # 3



tercera captura de la entrevista realizada al Msc. Daniel Lemos

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
EXAMEN COMPLEXIVO

CAPTURA DE PANTALLA #4



cuarta captura de la entrevista realizada al Ms. Daniel Lemos



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

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

EXAMEN COMPLEXIVO



### CAPTURA DE PANTALLA #5



Buenas tardes Master le envio mi tema y una breve explicación sobre lo que trata el mismo, usted va a ser mi tutora entonces este es mi numero celular 0986953865 para poder comunicarnos.

TEMA: ANÁLISIS DE LOS MEMES COMO ESTRATEGIA PUBLICITARIA: CASO "HOLCIM"  
EXPLICACIÓN DEL TEMA: He observado en redes sociales que algunas empresas han implementado en sus publicidades memes y esta nueva forma de hacer publicidades resulta muy atractiva a la gente, por lo tanto llega mejor el producto o la información que se desea dar a través del humor

*envió del proyecto para la revisión en línea por la Msc. Ana Herrera*



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

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

### EXAMEN COMPLEXIVO

#### CAPTURA DE PANTALLA #6



Adjunto observaciones  
Agradecería enviar archivo wprd no pdf .  
Gracias

[Mostrar texto citado](#)



Captura de la revisión y corrección en línea del proyecto por la Msc. Ana  
Herrera