



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



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

**TEMA:**

**ESTRATEGIAS DE MARKETING POLÍTICO EN LAS REDES SOCIALES  
(FACEBOOK) EN EL CANTÓN BABA**

**AUTOR:**

**LAURA GILIBERTH VERA COELLO**

**TUTOR:**

**MSC. JAVIER CASTILLO ZUÑIGA**

**BABAHOYO-ECUADOR**

**2022**



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



**DEDICATORIA**

El presente trabajo investigativo se lo dedico principalmente a mis padres Galo Vera y Laura Coello, quienes han estado conmigo en todo momento, apoyándome, motivándome para que no me dé por vencida y pueda alcanzar mis metas. A mis hermanos por estar pendiente de mí, por ayudarme en momentos que los he necesitado. Mi hermana que ha sido mi ejemplo a seguir y me ha enseñado que todo se logra con esfuerzo.



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



**AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a Dios ya que sin la bendición todo hubiera sido contrario por brindarme la oportunidad de conseguir unas de mis metas y por acompañarme en mi etapa universitaria.

A mi familia por darme su confianza, quienes han creído en mí en todo momento, Mis padres que se han esforzado por ayudarme a llegar al punto que me encuentro, siempre me han hecho sentir que cuento con sus valiosos e incondicional apoyo. A mis compañeras de la Universidad Josselin Goya y Ginger Morales y a mi amiga Shirley Adrian que siempre estuvieron apoyándome y pendiente de mí.

También quiero agradecer a la Universidad Técnica de Babahoyo, a todos los docentes que conforman la carrera de Comunicación Social por haber compartido sus conocimientos, ellos que han sido la guía a lo largo de la estadía académica y así formar unos grandes profesionales.



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



**RESUMEN**

El trabajo investigativo tiene por objetivo analizar las estrategias de marketing que tiene la red social en el ámbito político actual, conocer las herramientas comunicativas que los candidatos pueden utilizar para así poder conquistar a sus votantes, aparte que se debe saber la importancia que actualmente proporciona la plataforma Facebook. El sustento teórico se ha expuesto parte de las teorías de marketing, de la plataforma, las cuales se ha visto una evolución, en donde la red social es un medio estratégico de comunicación, ya que a través de Facebook se puede publicar contenidos o interactuar con los votantes para así tener éxito en la política. Se estudiará como la tecnología de la comunicación permite con facilidad que los candidatos puedan dar a conocer su proceso en la política. Para ello se utiliza tipo de investigación mixto, que se basa en las entrevistas y encuestas, e indicar la crucial relación que hoy en día se tiene con la red social. La plataforma Facebook permite que se dé mayor interacción con los usuarios, que se sientan más atraído por la política. Brindando nuevas oportunidades para que los candidatos muestren a los ciudadanos sus contenidos, al mismo tiempo que estén interesados y tengan participación.

**Palabras Claves**

Campañas políticas, expectativas, interactividad, participación ciudadana, redes sociales.



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



**ABSTRACT**

The objective of the investigative work is to analyze the marketing strategies that the social network has in the current political sphere, to know the communication tools that the candidates can use in order to conquer their voters, apart from knowing the importance that the social network currently provides. social network.

The theoretical support has been exposed part of the marketing theories, of the platform, which has seen an evolution, where the social network is a strategic means of communication, since through Facebook you can publish content or interact with voters in order to be successful in politics.

It will be studied how communication technology easily allows candidates to publicize their process in politics. For this, a mixed type of research is used, which is based on interviews and surveys, and thus indicate the crucial relationship that today the social network and politics have.

The Facebook platform allows for greater interaction with users, who feel more attracted to politics. Providing new opportunities for candidates to show citizens their content, while being interested and participating in politics.

**Key words**

Political campaigns, expectations, interactivity, citizen participation, social networks.



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



## Contenido

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>7</b>
<b>2. DESARROLLO.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2 Objetivo.....</b>	<b>10</b>
<b>2.3 SUSTENTO TEÓRICO.....</b>	<b>10</b>
<b>2.4 TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....</b>	<b>19</b>
<b>2.5 RESULTADOS OBTENIDOS .....</b>	<b>20</b>
<b>2.6 SITUACIONES DETECTADAS (HALLAZGOS) .....</b>	<b>21</b>
<b>3. CONCLUSIONES.....</b>	<b>22</b>
<b>4. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>23</b>
<b>5. BIBLIOGRAFÍAS.....</b>	<b>24</b>
<b>6 ANEXOS .....</b>	<b>25</b>



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



## 1. INTRODUCCIÓN

Hablar de marketing político es importante saber las estrategias que se debe tener en la red social, desde que el internet y la tecnología avanza, se ha podido observar cómo esta plataforma cada día crece y forma parte de la sociedad. En Ecuador es fundamental que ahora toma muchas fuerzas, es un pilar significativo en todo el ámbito.

En la plataforma Facebook se puede lograr una nueva forma de desarrollar las actividades con el uso de la red social, promueve eventos, recolectas, enviar mensajes o hacer llegar las propuestas que tienen los políticos por medio de la publicidad. Sin embargo, en Ecuador esto no se lo ha sabido manejar, es necesario conocer las estrategias y así poder emplearla en la provincia de los Ríos.

La tecnología de la comunicación permite muchas cosas como es la transmisión de informaciones, se puede dar en diferente manera, sumamente necesario para el marketing político, a través de esto se puede dar mensajes incluyendo videos, tener una interacción con la mayoría de la población, En la política se da un tiempo determinado para realizar sus respectivas campañas y es allí donde se aprovecha la plataforma.

Este estudio de caso se direcciona en la carrera de comunicación social con la línea de investigación de comunicación sustentable aplicada a nuevas tecnologías y como sub-línea la comunicación digital/Big data.

Baba es un cantón donde no se ha aprovechado mucho el manejo de las redes sociales en este ámbito, los políticos no manejan la interactividad con los usuarios y así poder generar más participación, es necesario buscar estrategias aceptables para los partidos políticos, Facebook es una herramienta que se vincula con la comunicación y marketing.

La política ha cambiado mucho que ahora se puede observar campañas a través de las redes sociales. Sin embargo, algunos candidatos no poseen una planificación para redes sociales o no tienen la confianza, como siempre han trabajado con los medios tradicionales, pero en la actualidad el consumo en la plataforma es positivo.

Por tales motivos es que se debe tener más acercamientos con la ciudadanía a través de esta herramienta que es consumida por la población. En esta investigación se busca analizar esta herramienta para así saber las estrategias como marketing político.

La red social (Facebook) es una herramienta de marketing político en las campañas electorales en Ecuador, la población ecuatoriana hace el uso de la herramienta y más por los jóvenes, por lo que esto se ha convertido en un factor clave, necesario para las



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



elecciones, y en estas se necesita ejecución de acciones estratégicas para determinadas campañas.

Algunas compañías apuestan a los últimos avances tecnológicos, en las que cada día se actualiza la aplicación para así mejor con las expectativas de las personas y porque no también en la parte política, por lo tanto, en el cantón Baba se debe recopilar datos de los candidatos, analizar para así aprovechar y hacer mayor uso a esta herramienta.

La investigación aborda la importancia y el apoyo que se tiene con las estrategias dentro del marketing político, para entender el uso de la herramienta como una parte sustancial de la comunicación y la difusión que esta plataforma nos facilita.





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



## 2. DESARROLLO

### 2.1 JUSTIFICACIÓN

El crecimiento que ha tenido hoy en día la red social ha sido muy útil para la sociedad y más para las campañas políticas, facilita la difusión de mensajes o propuestas de manera instantánea para la población ecuatoriana.

Conocer las estrategias es de gran importancia en el ámbito del marketing, considerar el desarrollo de la plataforma es una gran ventaja, para tener interactividad con la población del cantón Baba y se dé, de manera inmediata con los puntos claro que se debe establecer en las campañas, con el fin de lograr el objetivo establecido de cada político.

Este proyecto busca a que los candidatos del cantón Baba tenga mayor accesibilidad, adaptación con el marketing político dentro de la herramienta de Facebook, amplía su panorama de interacción, asume una serie de nuevas dinámicas o formas para poder promover de manera libre sus campañas en las plataformas digitales.

Actualmente se vive un nuevo panorama con la digitalización, en donde los profesionales de hoy en día son muy hábiles con el manejo de la herramienta, ya que ellos están capacitados y saben cuáles son las estrategias que se debe tratar en el marketing político dentro de esta plataforma.

El concepto de las estrategias es una base fundamental para destacar la importancia que es para los partidos políticos a la hora del marketing, a través de la carrera de comunicación social se tiene líneas de investigación direccionadas hacia la comunicación digital para que así se conozca de esto y su gran valía para la sociedad

El impacto que se pretende dar con el marketing político en el cantón es la posibilidad de tener mayor interacción con la población en la red social (Facebook), las personas hacen el uso de esta herramienta de manera natural, así se puede brindar un alto conocimiento de la campaña electoral y conocer las propuestas que tiene los candidatos de cada lista.

Los beneficiarios directos serán los políticos responsables que van adquirir experiencias con el marketing de la política a través de una red social en la que les permitirá fortalecer sus campañas electorales y adquirir una mayor interacción con su público.



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



## **2.2 Objetivo**

Analizar las estrategias de marketing político empleadas en la red social Facebook en el cantón Baba.

## **2.3 SUSTENTO TEÓRICO**

El marketing actualmente es muy importante en todo ámbito, se puede manejar con diferentes dinámicas, para así poder interactuar más con los votantes. En este estudio de caso se detalla sobre las estrategias del marketing político recopilando informaciones con distintos autores.

A través de las herramientas comunicativas se difunde propuestas y programas de gobierno, para ello se planean y construyen estrategias de comunicación y marketing político. Actualmente, con el desarrollo tecnológico y principalmente con el surgimiento de las redes sociales, la política también está en la web 2.0 manifiesta (Estrella Osorio, 2017)

Como lo dice (Goyes Gómez J. J., 2018) Una publicación puede hacer tanto ruido que no solo los seguidores de la red se enteran de lo acontecido, sino varias personas de medios tradicionales (televisión, radio, etc.). El alcance que tienen las redes sociales es primordial para tener en cuenta al establecer una estrategia de Marketing político.

La política ha venido evolucionando en la que actualmente se maneja con el marketing. (López Mendoza, 2017) manifiesta que, entre las organizaciones que utilizan el marketing en sus actividades, no están solamente las empresas públicas, privadas o fundaciones, sino también organizaciones políticas. Estas tienen clientes al igual que otros tipos de organizaciones.

De acuerdo a este autor Ecuador experimenta un crecimiento demográfico rápido, es evidente que el manejo de estrategias políticas de comunicación de este tipo se convierte en una posibilidad ante el estrato joven con expectativas potenciales de socialización. (Alcívar Trejo, 2022). Hoy en día se vive un medio estratégico en la que se busca tener éxito dentro de una campaña política.

La red social tiene una gran importancia en el escenario político actualmente. (Quizhpi Vega, 2018) Este medio permite que los candidatos políticos se expresen de una manera más profunda con sus seguidores generando un vínculo de afinidad, creando confianza con sus simpatizantes.



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



Es importante conocer el rumbo que se da en la política, actualmente a través de la red social se da una comunicación trascendental, en la que se debe ya tener en cuenta la nueva realidad que son las plataformas y es ahí donde se debe ver las estrategias para obtener un mayor éxito.

### **Marketing**

Hablar hoy de Marketing resulta sin lugar a dudas un tema de mucho interés por los constantes cambios suscitados en un entorno caracterizado por las permanentes mutaciones y tendencias diferenciadas. (Rodríguez Miryam, 2020) El marketing es fundamental para cualquier lanzamiento sea social, político, por lo que aquí se maneja las técnicas para tener un mejoramiento en todo ámbito.

El marketing ayuda a desarrollar los planes estratégicos dentro de una organización. (Pinargote-Montenegro, 2019) lo define como el empleo de Internet como fuente de publicidad y difusión con el fin de impulsar la creación de demanda mediante el poder de Internet y constituye el proceso de comercialización de una marca a través de los canales digitales.

(Núñez Cudriz & Miranda Corrales, 2020) En el marketing existen fuerzas que afectan al comportamiento de la empresa y pueden trabajar en contra o a favor de ella, y estas requieren de un seguimiento y control permanente para evitar que afecten la capacidad de la empresa de servir a sus clientes, con el objetivo de desarrollar relaciones que se mantengan estables en el largo plazo.

El marketing de acuerdo a los tres diferentes conceptos en si es la manera de utilizar las mejores técnicas para poder tener un buen mercado, permite estudiar e identificar cuáles son los comportamientos de los consumidores o usuarios y así lograr el objetivo.

### **Estrategias**

De acuerdo a la recopilación de datos sobre el concepto de estrategias se tiene los siguientes:

La relacionan con el proceso de decisiones que en las organizaciones toman los directivos sobre objetivos, metas y uso de recursos, teniendo en cuenta el entorno presente, identificando situaciones internas (fortalezas y debilidades), así como externas (amenazas y oportunidades). (Mendez-Álvarez, 2019)

(Tandazo-Juela, 2021) La adaptación de nuevas estrategias diseñadas en los medios de comunicación On the line (OTL) se vuelve más atractivos como medio de publicidad



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



política debido al fácil acceso y uso de las herramientas online y a los beneficios que se logran obtener de ellas.

El análisis de una buena estrategia de comunicación que lo apunte permiten la construcción de un valioso conocimiento, para avanzar en el pensamiento crítico y en la renovación constante de la formación de profesionales del diseño y las comunicaciones. (Pozo Cordero, 2020)

(Hernández, Sánchez, & Pacheco., 2018) La estrategia es una herramienta de dirección que facilita procedimientos y técnicas con un basamento científico, que empleadas de manera literativa y transfuncional, contribuyen a lograr una interacción.

La estrategia permite formar una visión, en la que se puede visibilizar el contenido antes de ser expuesto, se busca alcanzar cuyo objetivo definido, es un plan en la que está dispuesto para la toma de decisiones, la táctica que se debe tener para esa acción.

### **Facebook**

Facebook ofrece a sus usuarios para facilitar el involucramiento con los contenidos publicados y generar una comunicación en red con sus usuarios. (Tarullo R, 2019). El objetivo de esta plataforma es tener la facilidad de poder interactuar, tener una comunicación más rápida, tener la posibilidad de ampliar su círculo social.

(Tellez-Carvajal, 2017) La denominada era digital, se refiere a la época actual que ofrece un espacio virtual conocido como Internet. Este espacio se caracteriza por la velocidad de las comunicaciones que ha transformando el entorno social en el que vivimos, hasta nuestra forma de interactuar.

Esta brinda métricas y cuenta con una segmentación para controlar quienes ven los anuncios que se publican; además, cuenta con una gran variedad de contenido que se puede compartir. (Sono Jara, 2020). Esta red causo una revolución mundial, y en la que cada día se va actualizando, donde hoy por hoy se puede hacer muchas cosas mediante esta plataforma.

Facebook es una de la red social que tiene más usuarios, en esta plataforma se puede observar cualquier contenido y de manera instantánea. Esta es una herramienta de comunicación que facilita a la hora de tener contacto con los usuarios, estar actualizados cada día con las informaciones o contenidos.

### **Política**

De acuerdo a (Benjamin Pearson, 2018) La política también es educación y cultura, y ésta contribuye a la formación de mejores ciudadanos. Es la interacción que tiene como



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



consecuencia vivir en sociedad, es definido como un estado constitucional en la que se asocian las actividades con la toma de decisiones.

La política nacional se despliega a través de un *Sistema Nacional de SST*, que es la infraestructura legal e institucional que permite articular los elementos y las funciones para que actúen como un todo capaz de lograr el mandato. (Álvarez-Torres, 2018). A través de la política se promueve la participación ciudadana, se trata de organizar una sociedad.

(Gutiérrez Ossa, 2017) Explica que la política es el arte de hacer del bien a otros, se considera que independiente a su materialización como política cultural, económica, social entre otras, dentro de estas revisiones la más importante, es la que se hace a las demás desde la perspectiva económica.

La política es la manera de tener organizado a un pueblo, es donde se elige a un representante para que pueda estar en frente de las situaciones que se presente en la sociedad. Es el conjunto de actividades de los que gobiernan, donde la autoridad realiza toma de decisiones.

### **Interactividad**

La palabra interactividad es un concepto utilizado en las ciencias de la comunicación como un modo de diálogo en el cual se busca un nivel de respuesta. (Jordan Vaca, 2020). Es utilizada para tener una relación entre el usuario y el medio digital, permite desarrollar un proceso de comunicación.

Las estrategias de interactividad en la comunicación política es la creación de estímulos que motivan al elector a decidir su voto por algún partido político logrando así fidelizarlo, mediante herramientas de comunicación política. (Jordan Vaca, 2020). Es una habilidad efectiva para aumentar el nivel con el usuario y así dar una optimización con las acciones.

### **Interacción**

La interacción es una relación entre dos o más personas, en las que permite posibilitar diversos conocimientos. (Tarullo R, 2019) Lo define como una estratégica al revelar la intención de la comunicación política, y además está regida por reglas legales, rituales, valores, símbolos, tecnologías, organizaciones, redes y prácticas.

Es utilizada como una acción en el que se desarrolla una comunicación entre varias personas que se influyen mutuamente, para la construcción de una relación recíproca con el objetivo de tener conocimiento de determinado tema.



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



### **Publicidad**

La publicidad es muy útil y más para la política, a través de esto se puede dar a conocer la marca o el partido, es una herramienta eficiente dentro del marketing ya que así se logra el objetivo de difundir aquel contenido fortaleciendo la presencia del político.

Los publicitarios buscan, naturalmente, conseguir audiencia; y los medios esforzándose en proporcionársela, deben determinar su contenido para conseguir atraer el tipo de público de la medida y composición demográfica deseadas. (Cóndor Estrella, 2018)

La manera de llamar la atención del usuario es a través de la publicidad, ya que busca generar un público. (Ramos Ramos, 2020) La publicidad en medios digitales se ha convertido en actividad esencial de estos negocios para difundir y comunicar mensajes y contenido informativo y promocional.

La publicidad es un componente importante en las empresas, ya que es la herramienta que les permite dar a conocer su producto. (Sánchez-Vizcaíno López, 2019). Mediante esta acción se puede generar un público, a través de difundir anuncios o contenidos de interés

### **Comunicación política**

La comunicación política implica pensar en una disciplina que tiene varios enfoques teóricos y escuelas de pensamiento que, desde las ciencias sociales, la política, la comunicación y la sociología, han aportado en la construcción de la comunicación política como una nueva disciplina académica. (Restrepo-Echavarría, 2019)

Es el término de una ciencia política, que se encarga de un proceso de comunicación con el objetivo de influir en el proceso político. (Ribero Salazar, 2018) La comunicación se erige como condición determinante para desarrollar competencias ciudadanas; como elemento de formación política.

La comunicación política es la base que mantiene y respalda la democracia representativa. (Gil Calvo, 2018). Es un eje en el que se desarrolla una comunicación pública de los estados u organizaciones para así dar a conocer el día a día del proceso político.

### **Marketing Político**

Es una estrategia que se desarrolla para promocionar cualquier contenido o información que se quiera dar a conocer. (Aucatoma Villegas, 2019) manifiesta que el



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



marketing político implica el uso de herramientas, técnicas y métodos de marketing en el proceso político.

El marketing político es una función que se utiliza en los medios digitales para la difusión de las campañas. “Es una disciplina, el estudio de procesos e intercambios entre entidades políticas y su ambiente, con referencia particular del posicionamiento de comunicaciones en distintas entidades”. (Ponce-Andrade, 2018).

(Ramos-Verdezoto, 2018) El marketing político está dentro del marketing no empresarial, con actividades de intercambio de servicios e ideas realizadas por los partidos políticos para la obtención de apoyo y votos, que contiene las características como; intangibilidad, inseparabilidad y variabilidad.

### **Estrategias de marketing político**

Desde que el internet se ha desarrollado, el proceso político ha cambiado, antes la manera de hacer campañas era mediante comunicaciones tradicionales, actualmente la red social influye mucho, ya que por esta herramienta se puede dar mediatización, ciberpolítica y entre otros.

(Goyes Gómez J. J., 2018) El proceso estratégico aplicado al marketing político involucraría a los planificadores de partidos políticos siguiendo las etapas involucradas que son las siguientes: Definir la figura política, Utilizar componentes analíticos, Formular objetivos estratégicos y estrategias alternativas.

(Marreros Núñez, 2018) La personificación de un candidato político es necesario para desarrollar una imagen de marca que se alinee a la estrategia de marketing político planteada. Por ende, el candidato político debe incidir en un tema de imagen y manejarlo.

Para seleccionar una buena estrategia primero se debe tener dato político, económico y social; para así poder saber qué estrategia se utilizará. (Goyes Gómez J. J., 2018). El objetivo de las estrategias es conocer los implementos que son necesarios para una campaña electoral y así obtener con éxito una persuasión con los votantes

### **Estrategias de contenido**

En estas estrategias se define los objetivos, es decir se agrupa todo lo referente al contenido, como es la distribución o desarrollo. Para realizarlo se debe definir cuál es la audiencia, y así poder especificar lo que se quiere difundir.

Debe estar alineada al discurso y propuesta política, también los mensajes de promoción deben de ser un puente con los contenidos que sean parte de esta estrategia.



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



Su efectividad va a radicar en su capacidad de transformar a las personas interesadas en tu propuesta en electores dispuestos a votar por el líder o partidarios del movimiento. (Ramos-Verdezoto, 2018).

### **Evolución del marketing político**

(Prieto Almansa, 2021) El marketing político ha estado presente en la sociedad desde los años 50, pero no siempre se ha concebido de la misma manera. El Big Data, las Redes Sociales y las Fake News han reinventado la forma de hacer marketing político, obligando a los políticos a introducirse en el ámbito digital.

En la última década el concepto de Marketing Político ha comenzado a hacerse verdaderamente conocido en América Latina. Por lo cual se podría decir que las próximas campañas electorales utilizarán al ciberespacio y a las redes sociales como herramientas fundamentales en sus procesos políticos. (Revelo Benalcázar, 2021).

De acuerdo a las definiciones de los dos diferentes autores, en la política cada día se ve una evolución, en el que ya influye mucho con las redes sociales, donde es una estrategia para promover los contenidos o ideas de dicho proceso.

### **Herramientas de marketing Político**

Es importante encontrar aspectos qué, cómo fuente de información, se conviertan en una herramienta de diferenciación y permitan enfocar las estrategias de marketing político hacia la comunidad objetivo; esto garantiza eficiencia y resultados. (Córdoba Erazo, 2021). Estas herramientas permiten actuar de manera eficiente sobre el electorado alcanzando el objetivo pertinente.

(Revelo Benalcázar, 2021) Un ejemplo exitoso de las herramientas digitales en el sistema político es la creatividad en el manejo de la plataforma de Internet, tal es el caso de David Axelrod en la campaña electoral de Barack Obama 2008, la cual fue centralizada en una red social llamada MyBarackObama.com, desde donde se llegó a encauzar a más de 13 millones de personas realmente comprometidas con las propuestas de su candidatura.

Las herramientas ayudan a poseer una planificación dentro de la red social, por el cual surge una disciplina con las ciencias políticas y el marketing. Es el conjunto de acciones dentro de una campaña electoral.

### **Factor de marketing en las redes sociales**

Bajo un esquema de imagen, previamente mencionado, existen tres características fundamentales para desarrollar este factor. En primer lugar, el candidato debe forjar una





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



identidad propia, la cual sirva de reconocimiento por parte del público, a este factor se le denomina Brand identity. Esta identidad surge, también, a través de la congruencia de todos los mensajes vertidos en la red. (Marreros Núñez, 2018).

Actualmente la red social avanza, ahora es un factor importante en la política, ya que mediante estas plataformas se puede publicar, difundir contenidos de suma importancia para este proceso, por lo tanto, ayuda a las actividades y así conseguir apoyo en la población.

### **Redes Sociales**

(Sánchez-Vizcaíno López, 2019) Las redes sociales han ido teniendo más valor por las empresas dado su carácter más comunicativo y mayor cercanía con los usuarios. Por lo tanto, este autor quiere decir que hoy en día estas plataformas se ha hecho una parte importante en la vida de los usuarios, por lo que ahora toda persona tiene una red social.

Las redes sociales han incorporado herramientas que indican intentos de suma importancia de los contactos en la interacción digital que estas plataformas admiten. (Tarullo R, 2019). De acuerdo a esta cita, la tecnología cada día avanza más en la que siempre se actualiza las plataformas con el propósito de poder mejorar y así tener una mejor comunicación.

(Kirilova Zlatinova, 2020) Las redes sociales es un método de comunicación social que ha cambiado completamente el internet, han cambiado la forma en que las personas se comunican en el siglo XXI, especialmente cómo las organizaciones pueden establecer contactos y conexiones con compradores y usuarios en el campo del marketing.

Las redes sociales han tomado mucha fuerza, por medio de estas plataformas se pueden dar interacciones con los usuarios, que los contenidos publicados sean difundido de manera rápido y lleguen a la población.

### **Campañas publicitarias**

La elaboración de las campañas publicitarias se ve cada vez más involucrada en la formulación de códigos asertivos y propósitos que no están unidireccionados, sino que permiten la respuesta efectiva del proceso. (Ribero Salazar, 2018). A través de estas campañas se da a conocer las ideas que se tiene para así conformar un marketing.

Es de suma importancia que se de las campañas publicitarias, para que la ciudadanía pueda conocer el mensaje, con el objetivo de tener una mayor comunicación y así se lleva a cabo una estrategia.

### **Influencia en las redes sociales**



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



El uso de las redes sociales crea cercanía con las personas que desean, pero de forma personalizada por las múltiples herramientas que ofrece la red social, impulsa confianza en los usuarios generando posibilidades para establecer una comunicación con respuesta. (Goyes Gómez J. J., 2018). De acuerdo a esta influencia permite la colaboración de llegar a conocer o tener más personas y así tener un mayor círculo social

(Revelo Benalcázar, 2021) Las redes sociales adquieren su reconocimiento debido a la colaboración de los ciudadanos, el número de seguidores del candidato, esto permite el desarrollo de estrategias, manteniendo actualizado a la ciudadanía, aparte que ayuda con las habilidades sociales.

Estas influencias que se tiene en la red social ayuda a facilitar en todo tipo de espacio, se puede llegar hacer más factible a la hora de compartir publicaciones que sean de interés y que se conozca de manera inmediata.

### **Ventajas de Facebook**

Esta plataforma permite estar actualizado y comunicado con la sociedad, por lo tanto (Kirilova Zlatinova, 2020) define que Facebook es la red social más utilizada en todo el mundo y se encuentra en crecimiento constante, su misión es construir una comunidad global en la que todo el mundo puede comunicarse y compartir sus conocimientos y experiencias

Es una cuenta comercial que representa a una empresa y no está limitada a una cantidad de solicitudes de amistad, sino que los usuarios pueden dar un me gusta en la página se puede recibir actualizaciones de las noticias que se vayan publicando. (Sánchez-Vizcaíno López, 2019). Se tiene una facilidad de conexión y más que todo se puede postear cada minuto

Pero actualmente no sólo los jóvenes son los que se encuentran inversos en este mundo, sino también los adultos; y debido a esto es que resulta conveniente realizar o difundir gran parte de una campaña política en dicha red social. (Goyes Gómez J. J., 2018). Por lo que dentro de la política esta red social posee un gran positivismo, ya que permite tener una comunicación rápida.

Facebook hoy en día es una plataforma esencial para cualquier función, permite tener una mayor accesibilidad con los usuarios, se puede tener un mejor círculo social, es factible con la publicidad dándose de manera rápida y que llegue a muchas personas.

### **Publicidad en Facebook**



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



(Hernández L. M., 2022) La publicidad de Facebook, muestra al usuario como ese tipo de producto o servicio publicitado, no es ajeno a su entorno, pues le hace visible el interés de amigos y conocidos de su propia red, en cuanto a la preferencia de esa publicidad, destacada por los “me gusta”. Gracias a esta herramienta se puede dar de manera fácil compartir un mensaje que se quiera dar a conocer y así captar a la audiencia.

Las publicaciones en Facebook permiten una narración exclusivamente de las interacciones de la audiencia, con ello se podrá tener un perfil de la campaña en la red social y obtener los insights de la misma. (Goyes Gómez J. J., 2018)

El Facebook es una herramienta importante, en la actualidad se ha hecho fácil publicar cualquier contenido a través de esta red, y en la que si se quiere llegar a tener más audiencia se puede promocionar la publicación, para que así llegue a más usuarios.

### **Big Data**

Empezó a utilizarse en el año 1928 creándose un sistema para poder almacenar datos, pero es en el año 1944 cuando se trata de recoger todo el conjunto de la información. Para poder llevar a cabo cuya recopilación. (Prieto Almansa, 2021). Este término se basa en poder acceder a mayores informaciones, en la que es necesario para la red social Facebook ya que en esa plataforma la velocidad de información cada vez es mayor.

(Ribero Salazar, 2018) El Big Data está en todos los sectores de la cotidianidad de los usuarios. Investigarlo y analizarlo nos genera datos con los que se pueden identificar rasgos de las comunidades, el mercado y el consumo.

Por lo tanto, para el marketing político en la red social Facebook, es importante conocer sobre este término, ayuda a poder gestionar, almacenar informaciones de grande volumen, en este tipo de plataforma donde hay millones de usuarios es necesario saber recopilar los datos y para eso ha sido diseñado Big Data

## **2.4 TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

El método de investigación que se utilizara para poder recopilar las informaciones necesarias en el presente estudio de caso es el inductivo, que permite analizar y se basa en la estrategia del razonamiento para así llegar a tener las conclusiones pertinentes sobre las estrategias que se debe tener en la red social (Facebook)



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



La metodología aplicada dentro de esta investigación es cuali-cuantitativo, porque se buscó analizar y conocer las estrategias del marketing político empleada en la plataforma, para lograr tener una perspectiva más amplia y profunda del tema y así producir datos más eficientes.

**Herramientas aplicadas**

**Tipo de investigación:** Investigación cualitativa

**Técnica de investigación:** Entrevista

Se realizó entrevistas a dos expertos en temas políticos y un profesional de comunicación social que está encargado de manejar la red social, donde detallan sobre las experiencias que se ha tenido en el proceso político con las estrategias del marketing.

**Tipo de investigación:** Investigación cuantitativa

**Técnica de investigación:** Encuesta

Con la ayuda de esta técnica se buscó saber cómo es el comportamiento de los usuarios de Facebook, sus actitudes de acuerdo a la política, conocer las opiniones que poseen sobre las publicidades en la plataforma. El sujeto de estudio fueron los habitantes del cantón Baba.

## **2.5 RESULTADOS OBTENIDOS**

Para obtener información valiosa en cuanto al comportamiento que tiene la comunidad sobre el marketing político, se requirió a realizar encuestas por medio del internet a los pobladores del Cantón Baba.

La encuesta fue realizada a 380 personas utilizando la fórmula para la toma de muestra, teniendo en cuenta el total de la población que hay en la actualidad, datos señalados por el INEC.

Esta encuesta fue esencial porque así se pudo obtener datos muy importantes sobre la apreciación que tienen los habitantes del cantón con respecto a la política en la red social.

La siguiente técnica que se estableció fue la entrevista, en donde se puede visualizar el conocimiento que tienen con respecto al marketing, la forma en que los políticos actualmente manejan y deben manejar las estrategias en el Facebook.



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



**2.6 SITUACIONES DETECTADAS (HALLAZGOS)**

Mediante la encuesta realizada se pudo recolectar información necesaria que ayudo a tener una perspectiva más clara, como primer resultado se obtuvo que la mayoría de los habitantes del cantón Baba si tienen una cuenta en Facebook, y si la utilizan con frecuencia, por lo tanto, se puede ver que esta plataforma si es fundamental.

En base a las preguntas realizadas sobre la política, se puede establecer que la población si considera importante la imagen que reflejan a través de la red social, de que, si se ha visto en el cantón publicidades sobre las campañas, y para ellos si es necesario la presencia de los candidatos en el Facebook.

La mayoría de los habitantes manifestaron que nunca han interactuado a través del Facebook, por lo que aquí se puede observar que este es una de las estrategias que no han sido utilizada por los candidatos.

La entrevista que se le realizo a los políticos de diferentes partidos, establecieron que si tienen conocimiento del marketing y de cómo han tenido que adaptarse a la red social ya que antes solo se daba campañas por los medios tradicionales, pero para tener buena acogida con los votantes han tenido que recurrir al Facebook, aunque todavía no lo manejan muy bien.

Para poder conseguir resultados también se le efectuó una entrevista a un profesional que está encargado en el manejo de la red social, quien menciono varios aspectos sobre las estrategias del Marketing en la política, una de ellas es que actualmente la plataforma si es importante para el proceso electoral, por lo que se debe dar interacción con los habitantes y eso no se ha dado todavía con los candidatos del cantón Baba.

Recomienda que se debe tener en cuenta a la hora de hacer una publicación, que se debe concentrar en su objetivo que es lograr una campaña exitosa y que esto se dé teniendo un contenido de calidad, así se empieza a aumentar la audiencia ya que el electorado se inclina a los políticos que están presente en la red social y más si no están en conflictos.



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



### 3. CONCLUSIONES

El presente estudio ha permitido tener diversas conclusiones, existen modelos de marketing políticos que son importante, donde se debe mantener una conceptualización clara de las herramientas que se utiliza y su forma de usar para el desarrollo de cualquier estrategia.

El uso de la red social en la política se amplía a una perspectiva de acción e interacción, obteniendo una serie de dinámicas que originen las ideas o cuyos contenidos que se proyecta en la comunicación, actualmente esto abre a una posibilidad de efectividad y éxito.

Un fundamento valioso que se reflejó en la investigación es que el marketing ayuda a desenvolver una sociedad entre el candidato y los electores, por lo tanto, se debe manejar con responsabilidad, para así tener la posibilidad de que su discurso o lo que vaya dar a conocer llegue a un número mayor de personas y se de interacción.

Para finalizar se detalla cómo se debe emplear las estrategias de manera favorable en la red social, permanecer en constante actualización, que los escenarios políticos actuales involucren profesionales de la comunicación que sepan cómo manejar la herramienta digital Facebook.



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



#### **4. RECOMENDACIONES**

Con la información obtenida a través de la investigación y técnicas utilizadas se puede recomendar que hay que mantenerse siempre al tanto de los cambios que se pueda dar en la plataforma Facebook, las actualizaciones que se da en esta red social, ya que al no estar pendiente puede afectar a los resultados esperados.

Mantener informados a la población del cantón Baba, conocer las opiniones que tienen las personas sobre sus partidos político, ya sea a través de encuesta para así mejorar su plan de estrategias y poder lograr tener una mayor aprobación de los votantes a través de la red social y construir una comunidad interactiva.

Para el monitoreo de la red social se le debe brindar un tiempo estimulado, dándole valor a todos los mensajes o interacciones que se forme en los contenidos de la plataforma Facebook, saber controlar los ataques que pueda tener el candidato con la destrucción de su imagen.

Se recomienda no desviarse del objetivo, concentrarse en su propósito, ya que a la población les gusta más las propuestas que demuestran los candidatos a que se de confrontación y sobre todo destacar con las publicidades y tener los días festivos presente para así persuadir.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**  
**5. BIBLIOGRAFIAS**



Alcívar Trejo, C. .. (2022). Google academico. *Theoretical and Legal implications. Prohominum,,* 3(4), 8-35. Obtenido de Google academico: <https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0080>

Álvarez-Torres, S. H.-C. (2018). La política pública de seguridad y salud en el trabajo: el caso colombiano. *Revista Gerencia y Políticas de Salud, 17(35)*, 111-131.

Aucatóna Villegas, B. L. (2019). Elementos de la estrategia de campaña de marketing político en la Provincia de Tungurahua. *DIGITAL PUBLISHER(51)*.

Barandiarán Irastorza, X. U. (2020). *comunicación política en tiempos de Nueva Cultura Política*. Obtenido de Google Academico.

Benjamin Pearson, F. (2018). “*Colección Clásicos Universales de Formación Política Ciudadana*” ¿*Qué es la política?* diciones y Recursos Tecnológicos, S.A. de C.V.

Betzabé, M.-M., Karla, B. E., & José, B. (2017). Análisis dimensional del concepto de estrategia. *Revista Ciencia UNEMI, 10(25)*.

Carreto Arellano, C. &. (2010). *Las Redes Sociales una Herramienta de Apoyo a los Derechos Humanos*. Obtenido de Google academico.

Cóndor Estrella, V. L. (2018). “*LA PUBLICIDAD COMO HERRAMIENTA ESTRATÉGICA PARA EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPE DE LA PROVINCIA DE PASCO*”. UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN.

Córdoba Erazo, J. A. (2021). *Factores claves que influyen en la decisión de voto electoral de los habitantes de San Juan de Pasto para el año 2021, una mirada desde el marketing político*. Obtenido de Google Academico.

Estrella Osorio, A. V. (Noviembre de 2017). *Google academico*. Recuperado el 07 de Febrero de 2021, de Google academico: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/13648>

Gil Calvo, E. (2018). Comunicación Política. – *Revista Científica de Información y Comunicación(16)*, 699.





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



Goyes Gómez, J. J. (2018). *Análisis de las estrategias de Marketing político de Jimmy Jairala en la red social facebook y su influencia en el posicionamiento de su carrera política*. Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social.

Goyes Gómez, J. J. (Noviembre de 2018). *Análisis de las estrategias de Marketing político de Jimmy Jairala en la red social facebook y su influencia en el posicionamiento de su carrera política*. Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social. Obtenido de Google academico: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/36274>

Gutiérrez Ossa, J. R. (2017). Formulación, implementación y evaluación de políticas públicas desde los enfoques, fines y funciones del Estado. *Revista CES Derecho*, 8(2), 333-351.

Hernández, D. Y., Sánchez, D. M., & Pacheco., D. J. (2018). Las estrategias como herramienta en el desarrollo científico de Enfermería. *revistaamc*, 22(4).

Hernández, L. M. (2022). Publicidad digital y comunicación integrada del marketing en empresas de yoga: netnografía española y mexicana en Facebook. *IROCAMM-International Review Of Communication And Marketing Mix*, 5(1), 36-49.

Jódar Marín, J. Á. (Febrero-abril de 2010). LA ERA DIGITAL: NUEVOS MEDIOS, NUEVOS USUARIOS Y NUEVOS PROFESIONALES. *Razón y Palabra*(71), 12.

Jordan Vaca, J. L. (2020). Factores integrales del marketing político. Análisis de redes sociales. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(2), 180-189.

Kirilova Zlatinova, F. (2020). *LA EFICACIA DE LA PUBLICIDAD EN LAS REDES SOCIALES*. Obtenido de <https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/8485/tfg-kiri-efi.pdf>

López Mendoza, A. y. (Agosto de 2017). *EL MARKETING POLÍTICO A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES EN LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES ECUADOR 2017*. Obtenido de Google academico.

Marreros Núñez, M. A. (2018). Factores asociados al uso de las redes sociales Facebook y Twitter en las estrategias de marketing político dirigidas a personas votantes entre 18 y 24 años de niveles socioeconómicos A y B en Lima Metropolitana. Obtenido de Google academico.

Mendez-Álvarez, C. E. (2019). Elementos para la relación entre cultura organizacional y estrategia. *Revista Universidad y Empresa*, 21(37), 136-169.



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



Núñez Cudriz, E. C., & Miranda Corrales, J. D. (2020). El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 16(30).

Pinargote-Montenegro, K. G. (2019). Importancia del Marketing en las empresas. *FIPCAEC*, 4(10), 77-96.

Ponce-Andrade, Z.-Z. Y.-A. (2018). El marketing político y su impacto en la campaña electoral de los precandidatos a la alcaldía de Manta – Ecuador. *POLO DEL CONOCIMIENTO*, 3(12).

Pozo Cordero, E. &. (2020). Estrategia de interactividad en la comunicación política con los electores como un factor del marketing político. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(5), 40-53.

Prieto Almansa, L. (2021). *Evolución del marketing político en los últimos años*. Universidad de Valladolid. UVaDOC. Obtenido de Google academico.

Quizhpi Vega, R. J. (2018). *Análisis de las estrategias propagandísticas digitales en la red social Facebook, de los candidatos presidenciales del Ecuador en el año 2017*. Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social. Recuperado el 07 de Febrero de 2022, de Google academico: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/28879>

Ramos Ramos, J. M. (2020). Publicidad en medios digitales y su impacto en el emprendimiento de empresas comerciales en la ciudad de Ambato. *Digital Publisher*, 5(5-1), 288-298.

Ramos-Verdezoto, B.-L. G.-V.-Z. (2018). Factores estratégicos de marketing político y el posicionamiento ideológico. *Polo del conocimiento*, 3(9).

Restrepo-Echavarría, N. J. (2019). La comunicación política: un estudio multidisciplinar desde las ciencias sociales. *CORRESPONDENCIAS Y ANALISIS*(10).

Revelo Benalcázar, K. V. (2021). *Uso político de las redes sociales: estrategias y contenidos utilizados*. Universidad Andina Simón Bolívar, Área de Comunicación.

Ribero Salazar, F. A. (2018). *COMUNICACIÓN POLÍTICA: una aproximación al modelo de análisis de la comunicación política en redes sociales desde la publicidad*. Universidad Sergio Arboleda, Escuela de Publicidad.

Rodriguez Miryam, P. D. (2020). Tendencias del marketing moderno, una revisión teórica. *Revista espacios*, 41(27), 1-17.



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



Sánchez-Vizcaíno López, I. (2019). *ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN LAS REDES SOCIALES*. UNIVERSIDAD PONTIFICIA.

Sono Jara, M. F. (2020). *ANÁLISIS DE LA RED SOCIAL FACEBOOK COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DIGITAL*. Obtenido de repositorio.

Tandazo-Juela, G.-C. y.-R. (2021). Análisis de las estrategias de marketing político digital del candidato Xavier Hervas en los electores millennials. *Digital Publisher*, 6(6), 336-352.

Tarullo R, M. (2019). *El uso estratégico de la interacción en la comunicación de los políticos argentinos en Facebook*. Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aire, Buenos Aires. Obtenido de Google Academico.

Tellez-Carvajal, E. (2017). REFLEXIONES EN TORNO A LA “CIUDADANÍA DIGITAL”. *Doxa Digital*, 7(13), 104.



# 6 ANEXOS

## Anexo#1

<b>RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENTREVISTA AL PRIMER POLÍTICO</b>	
<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>
<b>¿Cuál es el partido político que pertenece?</b>	21-Creo
<b>¿Qué plan de campaña maneja en tiempo de elecciones?</b>	Las campañas políticas son muy competitivas en la que cada partido político debe realizar un plan para así lograr tener éxitos. El plan que se maneja es recurrir diversas técnicas para atraer votantes, trabajando con los medios



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



	<p>tradicionales y actualmente en la red social, por lo que se maneja con el calendario para así poder dividirse y realizar campañas de casa en casa y como el tiempo en campañas nos es mucho se recurre al Facebook para realizar publicaciones e invitar a eventos.</p>
<p><b>Considera que la red social Facebook es de gran ayuda en su política y ¿Por qué?</b></p>	<p>Sí, porque como candidato se necesita acercar a las personas y crear una comunidad. El Facebook permite que varios usuarios se reúnan para debatir y conversar sobre los temas del mismo interés, por lo tanto, eso es lo que necesita dentro de la política tener más comunicación con las personas.</p>
<p><b>¿Qué estrategias de marketing han utilizado en la red social?</b></p>	<p>En la red social se puede utilizar muchas estrategias para tener un acercamiento con la comunidad, pero dentro de mi política se ha utilizado lo que es la creación de una marca para así poder dar a reconocer mi perfil como candidato, que las personas sepan de que lista soy, como soy, proyectar mi imagen a la sociedad por ende desarrollar ideales políticos.</p>
<p><b>¿En qué forma usted ha adaptado su política con los nuevos cambios que se da ahora en el marketing digital?</b></p>	<p>El marketing digital son acciones comunicativas que hoy por hoy es fundamental para toda marca y porque no en la política, desde que lo digital ha avanzado y es consumido mucho por la comunidad los políticos hemos tenido que adaptarnos a esta nueva modalidad,</p>



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



	para así poder atraer a las personas, que vean que la política también se da en la red social, por lo que se empezó a crear perfil sobre el partido en el que pertenezco, construyendo una imagen política en Facebook con el fin de conquistar la aceptación de la comunidad.
--	--

<b>RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENTREVISTA AL SEGUNDO POLÍTICO</b>	
<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>
<b>¿Cuál es el partido político que pertenece?</b>	5- Revolución Ciudadana
<b>¿Qué plan de campaña maneja en tiempo de elecciones?</b>	Dentro de una campaña política incide muchos factores, por lo que se debe manejar con un plan que vaya desde el perfil del candidato, las estrategias, construir y dinamizar diferentes estructuras políticas, ya que todo esto juega un papel muy importante en las elecciones. Actualmente se da las campañas en los medios digitales por lo que por medio de esta plataforma se busca hacer mensajes de calidad, por eso es que se necesita tener una planificación para que se dé, de manera exitosa las campañas.



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



<p><b>Considera que la red social Facebook es de gran ayuda en su política y ¿Por qué?</b></p>	<p>Nosotros como candidatos necesitamos tener el electorado de nuestro lado y para tener una gran fuerza política o éxito en estos tiempos si es de gran ayuda el Facebook porque esta red social permite al político acercarse con la población, ya que gracias a esta plataforma digital se puede crear grupos e ir dando a conocer las actividades.</p>
<p><b>¿Qué estrategias de marketing han utilizado en la red social?</b></p>	<p>Se ha utilizado la presencia en la red social, como es tener el contacto con las personas, en donde no solo se da la comunicación si no también se da a conocer las propuestas y proyectos que se tiene y así tener informado el pueblo. Otra que también se utiliza es la creación de contenidos, que sea de calidad ya que con esto se puede lograr varios beneficios.</p>
<p><b>¿En qué forma usted ha adaptado su política con los nuevos cambios que se da ahora en el marketing digital?</b></p>	<p>En la actualidad la era digital ha dado un giro, donde las personas consumen mucho las plataformas digitales y en la que también se puede realizar muchas cosas dentro de esta red social que ayuda con las campañas, por lo que uno como político se debe acoger a lo que la población consume, por ese motivo es que la política por el marketing se ha tenido que adaptarse a través de la creación de perfiles, creaciones de publicidad, entre otros.</p>

<b>RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENTREVISTA AL PROFESIONAL DE MANEJO DE REDES SOCIALES</b>	
<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>
<b>¿Qué beneficio se obtiene en el proceso político al emitir un contenido de Facebook?</b>	Un buen contenido atrae a la población, que hasta se tienden a compartir por muchas personas en el Facebook, aparte que tener una calidad de contenido da como ventaja a que los votantes estén a favor y así transformarlos en apoyadores del partido político
<b>La red social es importante en la carrera política y ¿Por qué?</b>	Sí porque ya la política no es como antes, en donde se utilizaba los medios tradicionales y no se tenía muchos recursos, actualmente aparece lo que es marketing en donde se tiene técnicas para tener un mejor relacionamiento con el electorado y más si es a través de la red social, ya que por este medio se puede trabajar con algunas estrategias para atraer a los votantes.
<b>¿Cuál es el contenido ideal para reflejar una campaña política exitosa?</b>	Dar a conocer sus propuestas y proyectos de forma coherente y con facilidad de llegar a los usuarios, o sea que sea entendible lo quiere dar a conocer y más que todo con responsabilidad.
<b>¿Cuáles son las estrategias de marketing que usted considera importante en la política?</b>	Las estrategias más importante que debe tener los políticos para así obtener un buen resultado es analizar al electorado, saber hacia dónde va las





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



	<p>opiniones y actitudes de los votantes, otra es estar presente en las redes sociales, es decir crear publicaciones, dar a conocer la propuesta que tienen cada uno de los partidos y más que todo construir una comunidad, crear grupos en la página Facebook para tener de cerca a las personas y poder conversar sobre los respectivos temas que el votante quiere saber y sobre todo interactuar, cosa que los políticos casi no hacen.</p>
<p><b>¿Qué le recomendaría a una figura política para aumentar la audiencia en la red social?</b></p>	<p>Se le recomendaría que cuide mucho su imagen en la red social, que no se deje llevar por competitividad y así caer en el error de dejarse llevar por manipulaciones, eso siempre va existir en las plataformas digitales donde van hacer quedar mal al partido político, pero si uno sabe las estrategias o sabe manejar bien la red social va tener un gran éxito y las personas obviamente se van a direccionar donde vean que no hay conflictos. Debe interactuar con la comunidad, estar pendiente a los votantes y también más que todo saber que publicar, tener cuidado con las publicaciones.</p>

## Anexo#2

Posee una cuenta de Facebook

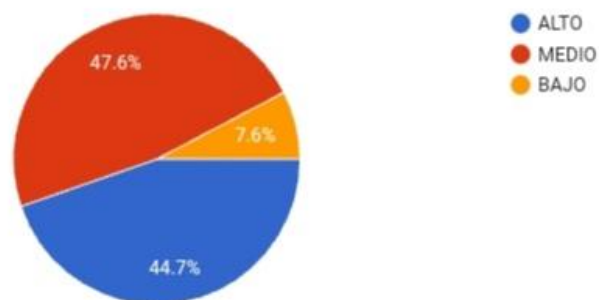
380 respuestas



La primera pregunta era identificar si toda la población del cantón Baba poseen una cuenta de Facebook. En esta se obtuvo que solo el 97.1% de habitantes tienen una cuenta

Con qué frecuencia utiliza la red social

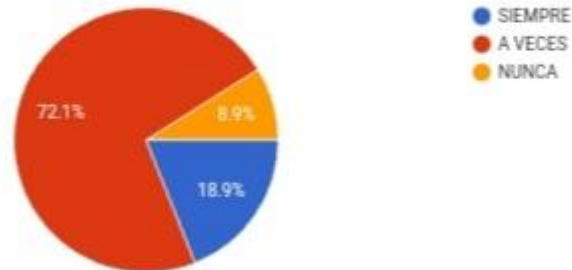
380 respuestas



En esta pregunta se buscó conocer cuál es la frecuencia que utilizan la red social, en la que el 47,6% fue medio, el 44,7% fue medio

Suele usted estar pendiente con los contenidos políticos

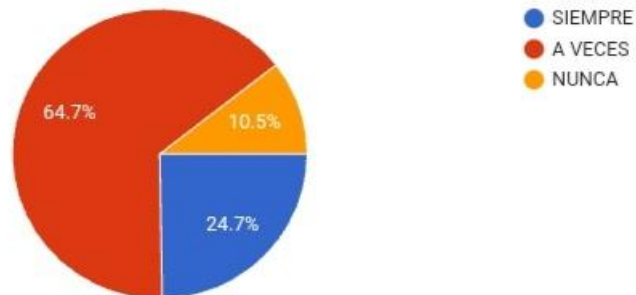
380 respuestas



El 72.1% de habitantes indican que solo a veces están pendientes de los contenidos.

Tiene amigos en su cuenta de Facebook que comparta publicaciones sobre la política

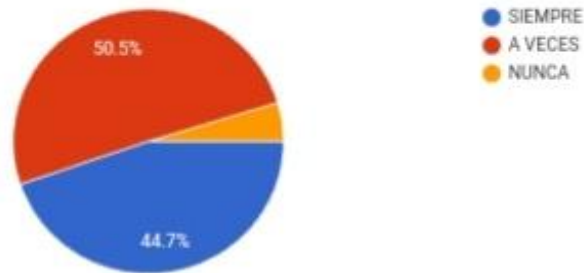
380 respuestas



En esta pregunta se indicó que el 64,7 % a veces tienen amigos que comparten publicaciones de la política, no siempre se da.

Usted como votante cree qué es importante que se de a conocer las campañas políticas por medio del Facebook

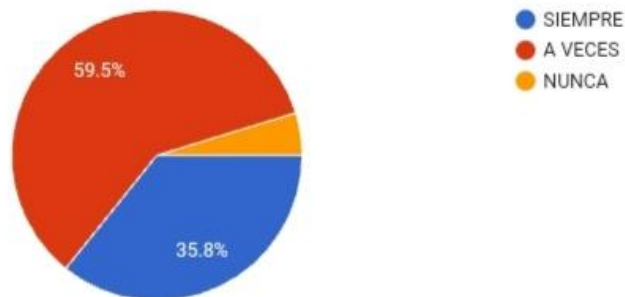
380 respuestas



El 50.5 % dan a conocer que a veces si es importante conocer sobre las campañas políticas en la red social

Cree usted qué los contenidos publicados en la red social influye con los votos

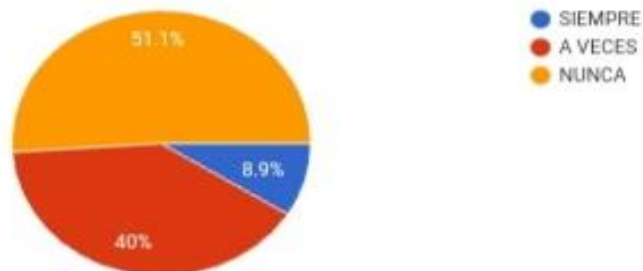
380 respuestas



Con el 59,5% de la población a veces si influye los contenidos con sus votos.

Suele usted interactuar a través del Facebook con los políticos

380 respuestas



El 51.1% de las personas que se encuesta indicaron que nunca han interactuado con los políticos por medio de la página de Facebook.



El 47.1% de los encuestados consideran que si es importante lo que refleja cada candidato.

### Anexo#3

$$N = \frac{z^2 p q N}{C^2 (N-1) + z^2 p q}$$

$$N = \frac{1,96^2 (0.5) (0.5) 43000}{0.05^2 (43000-1) + 1.96^2 (0.5) (0.5)}$$

$$N = \frac{3.84 (0.25) 43000}{0.0025 (42999) + 3.84 (0.25)}$$

$$N = \frac{41280}{108.45}$$

$$N = 380$$