



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**Los memes en la percepción de la promesa de marca: un estudio en marcas
locales de Machala.**

**SUAREZ PAREDES CRISTHEL YASMARY
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**MACHALA
2024**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**Los memes en la percepción de la promesa de marca: un estudio en
marcas locales de Machala.**

**SUAREZ PAREDES CRISTHEL YASMARY
LICENCIADA EN COMUNICACION**

**MACHALA
2024**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN Y/O
INTERVENCIÓN**

**Los memes en la percepción de la promesa de marca: un estudio en
marcas locales de Machala.**

**SUAREZ PAREDES CRISTHEL YASMARY
LICENCIADA EN COMUNICACION**

IÑIGUEZ PARRA GABRIEL ANTONIO

**MACHALA
2024**

CRISTHEL YASMARY SUÁREZ PAREDES

3%
 Textos sospechosos



2% Similitudes
 0% similitudes entre comillas
 < 1% entre las fuentes mencionadas
 < 1% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: MemesPromesaMarca.docx
ID del documento: caea974eab4bf9d79f313b72cfab800715c97aa3
Tamaño del documento original: 8,67 MB
Autor: CRISTHEL YASMARY SUÁREZ PAREDES

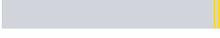
Depositante: Iñiguez Parra Gabriel Antonio
Fecha de depósito: 30/1/2025
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 30/1/2025

Número de palabras: 21.955
Número de caracteres: 145.010

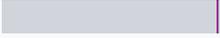
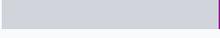
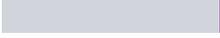
Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 www.scielo.cl IMAGENES SOBRE LA VEJEZ Y EL ENVEJECIMIENTO EN LOS MEMES DE... http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-48672023000200104 13 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (68 palabras)
2	 doi.org https://doi.org/https://doi.org/10.37135/chk.002.21.03 8 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (59 palabras)
3	 dialnet.unirioja.es El meme como herramienta para informar desde los medios en... https://dialnet.unirioja.es/servlet/oaiart?codigo=9389184 6 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (58 palabras)
4	 repositorio.upse.edu.ec https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/11024/1/UPSE-MCO-2024-0014.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (49 palabras)
5	 empleoespecializado.com ¿Cómo el uso de memes puede transformar la imagen ... https://empleoespecializado.com/articulos/articulo-como-el-uso-de-memes-puede-transformar-l...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (50 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 Documento de otro usuario #872354 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (40 palabras)
2	 doi.org https://doi.org/https://doi.org/10.33386/593dp.2024.1.2172	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (40 palabras)
3	 Documento de otro usuario #6c923a El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (30 palabras)
4	 Documento de otro usuario #e00274 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)
5	 dialnet.unirioja.es https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9145794.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (28 palabras)

Fuente ignorada Estas fuentes han sido retiradas del cálculo del porcentaje de similitud por el propietario del documento.

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 La Influencia de los memes en la percepción de la promesa de marca un... #e19c0d El documento proviene de mi biblioteca de referencias	53%		Palabras idénticas: 53% (11.759 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1	 http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1853-35232023000600104&script=sci_abstract&lng=pt
2	 https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5007/1984
3	 https://doi.org/https://dx.doi.org/10.4067/S0718-48672020000100047
4	 https://doi.org/https://doi.org/10.23857/dc.v7i1.1755
5	 https://doi.org/https://doi.org/10.5565/rev/qp.354

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

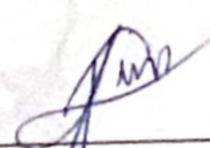
La que suscribe, SUAREZ PAREDES CRISTHEL YASMARY, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado Los memes en la percepción de la promesa de marca: un estudio en marcas locales de Machala., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



SUAREZ PAREDES CRISTHEL YASMARY

0750200115

Dedicatoria

A Yasmery Paredes y Angel Suárez, que espero se sientan tan afortunados de ser mis padres como yo me siento de ser su hija.

A mi amado Juan Jiménez, por creer en mí incluso en los momentos en que yo dudé.

A mis hermanos Eduardo y Liam.

A Brina, mi fiel compañera, que estuvo cada noche a mi lado.

Al Ingeniero Gabriel Iñiguez que con sus conocimientos y paciencia hizo posible este proyecto.

A mis amigos, quienes hicieron de cada etapa universitaria un camino más ligero.

Y a las marcas que formaron parte de este proyecto.

Índice de Contenido

Capítulo 1. Contextualización Del Estudio.....	7
1.1. Planteamiento del problema.....	7
1.2. Justificación.....	8
1.3. Objetivos de la Investigación.....	9
1.3.1. Objetivo General.....	9
1.3.2. Objetivo Específico.....	9
Capítulo 2. Marco Teórico.....	10
2.1. Comunicación de marca en la era digital.....	10
2.1.1 Transformación de la comunicación de marca en entornos digitales.....	10
2.1.2 El papel de las redes sociales en la comunicación de marca.....	10
2.2. Memes: fenómeno cultural y estrategias de comunicación.....	11
2.2.1 Definición y características de los memes.....	11
2.2.2 Evolución de los memes en el entorno digital.....	12
2.2.3 Uso de memes en estrategias de comunicación de marca.....	13
2.3. La promesa de marca.....	13
2.3.1 Concepto y elementos de la propuesta de marca.....	13
2.3.2 Importancia de la propuesta de marca en la construcción de valor de marca....	14
2.3.3 Factores que influyen en la percepción de la propuesta de marca.....	14
2.4. Marcas locales en entornos digitales.....	15
2.4.2 Estrategias de comunicación digital para marcas locales.....	15
2.4.3 Importancia de la conexión entre la marca y la identidad local.....	16
2.5. Intersección entre memes y percepción de la promesa de marca.....	16
2.5.1 Modelos teóricos sobre la influencia de los memes en la comunicación de marca	16
2.5.2 Evidencia empírica sobre el impacto de los memes en la percepción de marca.	17
2.5.3 Consideraciones éticas y legales en el uso de memes por parte de las marcas...	17
2.6. Contexto local: Machala, Ecuador.....	18
2.6.1 Características del mercado y la cultura local de Machala.....	18
2.6.2 Evolución de la comunicación digital de las marcas locales en Machala.....	19
2.6.3 Importancia de la conexión entre las marcas locales y la identidad de Machala	19
Capítulo 3. Materiales y Métodos.....	21
3.1. Enfoque.....	21
3.2. Alcance.....	22
3.3. Preguntas de Investigación.....	22
3.4. Población y Muestra.....	23
3.5. Técnicas de Recolección de Datos.....	23
3.6. Proceso de Recolección de Datos.....	31
3.7. Consideraciones Éticas.....	32
Capítulo 4. Resultados.....	34
4.1 Resultados.....	34

4.1.1 Resultados de las entrevistas.....	34
4.1.2 Conclusión de las entrevistas.....	38
4.1.3 Análisis de contenido de los memes en las marcas.....	39
4.2 Discusión de resultados.....	82
4.3 Conclusiones.....	84
4.4 Recomendaciones.....	85
Referencias.....	86

Índice de Tablas

Tabla 1. Guía de preguntas/Cuestionario.	24
Tabla 2. Matriz de análisis de contenido de memes utilizados por las marcas locales de Machala en la red social Instagram.	28
Tabla 3. Fase Exploratoria: Identificación de Categorías.	34
Tabla 4. Fase Descriptiva: Análisis de Roles y Variaciones en Acciones.	36
Tabla 5. Fase Relacional: Relaciones Causales Entre Elementos Identificados	37
Tabla 6. Fase Inferencial: Explicaciones Teóricas Derivadas.	38
Tabla 7. Análisis de meme de Chesco	39
Tabla 8. Análisis de memes de Donivan's Coffee.	54
Tabla 9. Análisis de memes de Junior Salinas.	68

Resumen

La investigación “*La Influencia de los memes en la percepción de la promesa de marca: un estudio en marcas locales de Machala*” analizó cómo la percepción de la promesa de marca en *Donivan's*, *Junior Salinas* y *Chesco*. El estudio tuvo como propósito caracterizar el uso de los memes en sus estrategias de comunicación, determinar cómo definieron y comunicaron su promesa de marca mediante los memes y evaluar la coherencia entre ambos elementos.

La metodología adoptó un enfoque cualitativo con un diseño exploratorio-descriptivo. Se realizaron entrevistas semiestructuradas con responsables de comunicación o gestores del contenido y un análisis de contenido de 30 memes en total, seleccionados en función de su interacción digital.

Los resultados indicaron que, aunque los memes fueron efectivos para generar *engagement* y visibilidad en redes sociales, no reflejaron de manera clara la promesa de marca de las empresas. *Donivan's* utilizó los memes como recurso de entretenimiento sin resaltar su propuesta de realzar el verde en la gastronomía local. *Junior Salinas* los empleó para atraer clientes sin enfatizar la calidad de su comida. *Chesco* priorizó el *engagement* sin vincular sus memes a su promesa de ofrecer pizza de mejor calidad. Se concluyó que, si bien los memes fortalecieron la presencia digital de las marcas, existió una desconexión con la comunicación de su promesa de marca.

Palabras clave: memes, promesa de marca, engagement, comunicación digital, marcas locales.

Abstract

The research “The influence of memes in the perception of brand promise: a study in local brands of Machala” analyzed how the perception of brand promise in *Donivan's*, *Junior Salinas* and *Chesco*. The study aimed to characterize the use of memes in their communication strategies, determine how they defined and communicated their brand promise through memes and evaluate the coherence between both elements.

The methodology adopted a qualitative approach with an exploratory-descriptive design. Semi-structured interviews were conducted with communication managers or content managers and a content analysis of 30 memes in total, selected based on their digital interaction.

The results indicated that, although the memes were effective in generating engagement and visibility on social networks, they did not clearly reflect the brand promise of the companies. *Donivan's* used memes as an entertainment resource without highlighting its proposal to enhance the green in local gastronomy. *Junior Salinas* used them to attract customers without emphasizing the quality of its food. *Chesco* prioritized engagement without linking its memes to its promise to offer better quality pizza. It was concluded that, although memes strengthened the digital presence of the brands, there was a disconnection with the communication of their brand promise.

Capítulo 1. Contextualización Del Estudio

1.1. Planteamiento del problema

En la era digital actual, la comunicación de marca ha experimentado una transformación radical, las redes sociales y las nuevas formas de contenido digital han alterado significativamente la manera en que las marcas interactúan con sus consumidores Campos et al., (2021). Entre estas nuevas formas de comunicación, los memes se han destacado como un fenómeno cultural digital de gran alcance y potencial para el marketing.

Los memes, definidos por Bueno (2022) como unidades de transmisión cultural, han evolucionado en el contexto digital para convertirse en poderosas herramientas de comunicación viral, asimismo este autor menciona que los memes también representan una forma única de discurso participativo que puede influir significativamente en la percepción pública, sin embargo, su impacto específico en la comunicación de marca, particularmente en la percepción de la promesa de marca no ha sido suficientemente explorado.

La promesa de marca según Maza et al., (2020), es el compromiso de una empresa con sus consumidores sobre lo que se puede esperar de la marca, ya que en un entorno digital saturado comunicar efectivamente esta promesa se ha vuelto cada vez más desafiante, por lo que las marcas buscan constantemente nuevas formas de conectarse con sus audiencias de manera auténtica y memorable.

En este contexto, las marcas locales enfrentan desafíos particulares, mientras que las grandes corporaciones tienen recursos significativos para experimentar con nuevas formas de comunicación digital, las marcas locales a menudo luchan por encontrar su voz en el paisaje digital Guanoluisa et al., (2023). Esto es especialmente relevante en ciudades medianas como Machala, Ecuador, donde las marcas locales compiten no solo entre sí, sino también con marcas nacionales e internacionales por la atención del consumidor.

El uso de memes por parte de las marcas ha ganado popularidad como una forma de humanizar la comunicación corporativa conectar con audiencias más jóvenes, sin embargo, la efectividad de esta estrategia, especialmente en el contexto de marcas locales, no ha sido suficientemente investigada, surge entonces la pregunta: ¿Cómo influyen los memes en la percepción de la promesa de marca de las marcas locales de Machala?

Este problema de investigación es específicamente relevante considerando la naturaleza única de los memes como forma de comunicación, Solorzano y Parrales (2021)

plantean que los memes representan una forma de *spreadable media*, de modo que esta característica podría tener implicaciones importantes para cómo se percibe y se propaga la promesa de marca en entornos digitales. Además, la investigación existente sobre memes en el marketing se ha centrado principalmente en grandes marcas y mercados desarrollados, por lo que existe una brecha significativa en la comprensión de cómo las marcas locales en mercados emergentes, como Machala, pueden utilizar eficazmente los memes para comunicar su promesa de marca.

1.2. Justificación

La investigación sobre la influencia de los memes en la percepción de la promesa de marca: un estudio en marcas locales de Machala se justifica por varias razones fundamentales y oportunas en el contexto actual del marketing digital y la comunicación de marca. En primer lugar, este estudio aborda una intersección única entre la cultura digital contemporánea y las estrategias de marketing local, los memes, como forma de comunicación viral y altamente participativa, representan un fenómeno cultural significativo que las marcas están aprovechando cada vez más Vega et al., (2024).

Sin embargo, su impacto específico en la percepción de promesa de marca, especialmente en contextos locales como Machala, permanece poco explorado, por lo que esta investigación busca llenar ese vacío de conocimiento, proporcionando *insights* valiosos sobre cómo las marcas locales pueden utilizar efectivamente los memes para comunicar su esencia y valores.

Además, el enfoque en las marcas locales de Machala añade una dimensión importante a la literatura existente, que tiende a centrarse en marcas globales o mercados más grandes. Este estudio ofrece la oportunidad de examinar cómo las dinámicas de la comunicación basada en memes funcionan en un contexto cultural específico, proporcionando información que puede ser relevante para otras ciudades medianas y mercados emergentes.

Desde una perspectiva práctica, esta investigación tiene el potencial de ofrecer a las marcas locales de Machala estrategias concretas para mejorar su comunicación digital. En un entorno donde la atención del consumidor es cada vez más difícil de captar, entender cómo los memes pueden influir en la percepción de la promesa de marca puede proporcionar a estas empresas una ventaja competitiva significativa.

Metodológicamente, este estudio contribuye al campo al aplicar técnicas de investigación cualitativa para analizar un fenómeno digital emergente, el uso de entrevistas semiestructuradas y análisis de contenido de memes ofrece un enfoque novedoso para comprender la interacción entre el contenido viral y la percepción de marca.

Finalmente, este estudio es oportuno dado el creciente uso de memes por parte de las marcas y la necesidad de comprender mejor su impacto, en un momento en que la autenticidad y la conexión emocional son cruciales para el éxito de una marca, entender como los memes influyen en la percepción de la promesa de marca puede proporcionar información relevante para desarrollar estrategias de comunicación más efectivas y resonantes.

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Analizar cómo influyen los memes en la percepción de la promesa de marca de las marcas locales de Machala.

1.3.2. Objetivo Específico

- Caracterizar el uso de memes como parte de las estrategias de comunicación en marcas locales.
- Determinar cómo las marcas locales definen y comunican su promesa de marca.
- Evaluar la coherencia entre los memes utilizados y la promesa de marca definida por las marcas locales.

Capítulo 2. Marco Teórico

2.1. Comunicación de marca en la era digital

2.1.1 Transformación de la comunicación de marca en entornos digitales

La era digital ha transformado significativamente la forma en que las marcas se comunican con sus consumidores, en este contexto los memes han emergido como un poderoso vínculo de comunicación, capaz de transmitir mensajes complejos de manera concisa y memorable. Esta investigación se centra en explorar la influencia de los memes en la percepción de la promesa de marca, específicamente en el contexto de las marcas locales de Machala, Ecuador, debido a que los memes ahora influyen en las percepciones, moldeando opiniones y en algunos casos incluso impulsan cambios sociales.

La era digital ha transformado radicalmente la forma en que las marcas se comunican con sus consumidores, las tecnologías emergentes y las plataformas digitales han revolucionado los canales y formatos que las empresas pueden utilizar para llegar a sus audiencias, desde sitios web interactivos hasta redes sociales dinámicas, las marcas han tenido que adaptarse constantemente para mantenerse relevantes y conectadas con sus clientes en un mundo cada vez más digitalizado Arroyo y Díaz (2021). Esta transformación ha brindado a las empresas nuevas oportunidades para construir relaciones más personalizadas y en tiempo real con sus consumidores, pero también ha supuesto nuevos desafíos en términos de captar la atención y generar *engagement* en un entorno saturado de información.

2.1.2 El papel de las redes sociales en la comunicación de marca

Las redes sociales han desempeñado un papel fundamental en la evolución de la comunicación de marca plataformas como Facebook, Instagram y Twitter han permitido a las personas establecer un diálogo directo y fluido con sus consumidores fomentando interacciones más auténticas y personalizadas además estas redes han proporcionado las marcas nuevas formas de generar y compartir contenido, desde publicaciones orgánicas hasta anuncios segmentados Barros (2021). Esto les ha permitido llegar a audiencias más específicas y crear experiencias de marca más inmersiva y participativas. que, al aprovechar el poder de las redes sociales, las empresas han podido construir comunidades de marca, amplificar su alcance y mejorar su capacidad de respuesta a las necesidades y preferencias de los consumidores.

2.2. Memes: fenómeno cultural y estrategias de comunicación

2.2.1 Definición y características de los memes

El concepto de meme fue acuñado por primera vez por Richard Dawkins en su libro “El Gen Egoísta” (1976), donde lo definió como una unidad de transmisión cultural análoga al gen de la evolución biológica, Dawkins propuso que, al igual que los genes se replican y evolucionan, las ideas y los elementos culturales también se propagan y adaptan a través de la sociedad mediante un proceso de imitación y transformación Wiggins y Bowers (2015).

De acuerdo con Wiggins y Bowers (2015), con la llegada del Internet y especialmente de las redes sociales, el concepto de meme evolucionó significativamente, lo que comenzó como una teoría sobre la transmisión cultural se transformó en un fenómeno digital masivo. Los primeros memes en Internet aparecieron en foros y sitios web a principios de los años 2000, pero fue con un surgimiento de plataformas como Reddit, 4chan y posteriormente Facebook y Twitter cuando los memes se convirtieron en una forma dominante de comunicación digital.

Los memes, tal como los definió Ruggeri (2022) son unidades de información cultural que se replican y se transmiten rápidamente a través de la sociedad, asimismo, en el entorno digital, los memes han adquirido nuevas formas y características distintivas, mientras que García (2020) los define como piezas de contenido digital, como imágenes, vídeos o frases que se propagan viralmente entre los usuarios, a menudo con variaciones y adaptaciones. Los memes se caracterizan por su capacidad para condensar ideas complejas en formatos sencillos y atractivos, así como por su naturaleza participativa, que invita a los consumidores a interactuar, modificar y compartir el contenido. Esta combinación de concisión y vitalidad los ha convertido en un fenómeno cultural relevante y cada vez más, en una herramienta de comunicación estratégica. para las marcas.

Los memes pueden clasificarse de varias maneras, la categorización más común incluye:

- Memes de imagen: son los más tradicionales y consisten en una imagen con texto superpuesto, estos pueden ser muy efectivos para comunicar mensajes de marca de manera concisa y humorística.
- Memes de video: incluyen clips cortos, a menudo con subtítulos o texto añadido, plataformas como TikTok han popularizado este formato.

- GIFs animados: son imágenes en movimiento que se repiten en bucle, capturando momentos o expresiones específicas.
- Memes de texto: pueden ser frases o formatos de texto que se replican y adaptan de acuerdo al contexto.
- Memes de audio: fragmentos de sonidos que se vuelven virales o se remezclan.
- Memes combinados: fusionan diferentes formatos o referencias culturales.
- Memes de desafío: invitan a los usuarios a participar en una acción específica y compartirla.
- Memes locales: se centran en características, eventos o personalidades específicas de una región.

2.2.2 Evolución de los memes en el entorno digital

En los últimos años, se ha presenciado una evolución significativa en la forma en la que se crea, distribuye y consumen los memes, lo que ha tenido un impacto directo en su uso, de modo que los avances tecnológicos han ampliado las posibilidades de creación y difusión de memes, influyendo en su uso como herramienta de marketing, plataformas como TikTok e Instagram han introducido nuevas formas de memes basados en video, expandiendo su alcance y potencial creativo Bianca y Parraga (2020).

La literatura sobre memes y su impacto en la comunicación de marca ha experimentado un crecimiento significativo en la última década, Avilés y Scalone (2022) definen a los memes de internet como unidades de contenido digital que se propagan rápidamente entre usuarios, a menudo con variaciones. En el contexto del marketing Man et al., (2020) sugieren que los memes pueden funcionar como vehículos eficaces para transmitir la identidad y los valores de una marca. En cuanto a la promesa de marca Muñoz et al., (2023) la describe como la expectativa que una marca crea en la mente de los consumidores, diversos estudios han explorado como diferentes formas de comunicación digital pueden influir en esta percepción, por ejemplo, Bueno (2022) analizan como las redes sociales han transformado la relación entre marcas y consumidores creando un entorno donde la autenticidad y la interacción directa son cruciales.

El auge de los memes de audio o sonidos en plataformas como Tik Tok representa otra frontera importante, esto clips de audio cortos y pegajosos se están convirtiendo en una nueva forma de meme ofrecen a las marcas oportunidades únicas de crear campañas de marketing memorables y participativas (Guanoluisa y otros, 2023). Estos estudios recientes han transformado rápidamente el panorama de los memes y el marketing, a medida que la tecnología continúa evolucionando y las normas culturales cambian, es probable que se vea a unas más innovaciones en este espacio en un futuro próximo.

2.2.3 Uso de memes en estrategias de comunicación de marca

Según García (2020), los avances tecnológicos han transformado la comunicación digital, permitiendo a las marcas utilizar formatos innovadores como los memes para conectar emocionalmente con los consumidores y fomentar el compromiso afectivo. En esta misma línea, Abadía (2023) menciona que, en el ámbito de los memes en la cultura, es fascinante observar cómo estos han evolucionado desde simples chistes en línea hasta convertirse en poderosos medios de comentario social y político.

En el contexto del marketing y la comunicación, los memes ofrecen una forma de publicidad nativa que puede eludir las defensas tradicionales de los consumidores contra los mensajes de marketing, los memes se comparten de manera orgánica, lo que puede resultar en una exposición de marca significativa a un costo relativamente bajo Freire et al., (2020). Además, la naturaleza participativa de los memes invita a los consumidores a interactuar con la marca de formas nuevas y creativas, lo que como consecuencia podría repercutir en una gran cantidad de contenido generado por usuarios, amplificando el alcance de la marca o campaña en particular, por lo que es importante destacar que el uso de memes en el marketing requiere un equilibrio delicado, ya que las marcas deben ser auténticas y estar al día con las tendencias culturales para utilizar los memes de manera efectiva Mandiá y López (2021).

2.3. La promesa de marca

2.3.1 Concepto y elementos de la propuesta de marca

La propuesta de marca es el compromiso que tiene una empresa a sus consumidores sobre lo que pueden esperar de ella, según Vega et al. (2024) esta promesa abarca diversos elementos como los beneficios funcionales, emocionales y de autoexpresión que ofrece una marca, además, la propuesta de marca debe reflejar los valores, la personalidad y la identidad única de la empresa. En otras palabras, la propuesta de marca es la esencia de lo que la marca

representa y la razón por la cual los consumidores deben elegirla por encima, una de otras opciones, esta promesa es fundamental para construir una conexión significativa y duradera entre la marca y sus clientes, lo que a su vez contribuye al valor y la lealtad de la marca a largo plazo.

2.3.2 Importancia de la propuesta de marca en la construcción de valor de marca

La propuesta de marca desempeña un papel crucial en la construcción de valor de marca cuando una empresa logra comunicar de manera efectiva y coherente su promesa a los consumidores, puede diferenciarse de la competencia, generar percepciones positivas y fomentar la preferencia y la lealtad de los clientes Lalaleo et al. (2022). Una propuesta de marca fuerte y convincente ayuda a las empresas a posicionarse en la mente de los consumidores y a crear una identidad distintiva que los atraiga y los cautive, además, una propuesta de marca clara y relevante puede impulsar el reconocimiento de marca, la asociación de marca y otros activos intangibles que contribuyen al valor general de la marca, para finalizar, la propuesta de marca es un elemento clave en la construcción de marcas sólidas y valiosas.

2.3.3 Factores que influyen en la percepción de la propuesta de marca

Metodológicamente, el análisis de sentimientos y el aprendizaje automático se están utilizando cada vez más para evaluar el impacto de los memes en la percepción de marca, al respecto Virgüez et al., (2020) destaca que el comportamiento del consumidor está influenciado por diversos factores, incluyendo la calidad del producto, la coherencia en la comunicación de la marca y la experiencia del cliente, lo cual es crucial para construir una imagen de marca sólida y confiable.

En el horizonte de la investigación sobre memes y su influencia en la percepción de la promesa de marca, existen oportunidades poco exploradas, una línea de investigación se centra en el papel de los memes en la construcción de comunidades de marca en línea por lo que sería valioso examinar cómo los memes pueden fomentar un sentido de pertenencia entre los consumidores y fortalecer los lazos emocionales con las marcas. El análisis revela de Muñoz et al. (2023) revela que la percepción de la propuesta de marca está significativamente influenciada por la consistencia de la comunicación, la calidad del producto y la experiencia del cliente, lo cual es esencial para establecer una imagen de marca positiva y duradera.

La neurociencia del consumidor aplicada a los memes representa otro aspecto relevante a investigar, partiendo de la utilización de técnicas de neuroimagen, explorando como los memes activan diferentes regiones cerebrales y como esto se relaciona con la formación de percepciones de marca y decisiones de compra Barros (2021). Por otro lado, el potencial de los memes en el marketing B2B es un área ignorada que merece atención, por lo que es importante investigar como las empresas pueden utilizar memes para comunicarse de manera efectiva con otras empresas revelando estrategias innovadoras para el marketing en el sector Malodia et al., (2022).

2.4. Marcas locales en entornos digitales

2.4.1 Desafíos y oportunidades de las marcas locales en la comunicación digital

A pesar de los avances, existen limitaciones importantes en la investigación actual, la mayoría de los estudios se han centrado en marcas globales y mercados desarrollados, dejando un vacío en la comprensión de como los memes afectan las marcas locales en mercados emergentes como Ecuador Lalaleo et al., (2022). Además, la naturaleza efímera de los memes presenta desafíos metodológicos para su estudio longitudinal, la rapidez con la que los memes evolucionan y pierden relevancia dificulta la evaluación de su impacto a largo plazo en la percepción de marca.

Otro vacío importante poco explorado es la brecha generacional en la interpretación de los memes, por lo que las empresas luchan por medir con precisión el retorno de inversión de sus compañías basadas en memes, debido a la ausencia de métricas estandarizadas Zamora et al., (2021). Asimismo, la investigación de García (2020) destaca que, en la cultura digital, las marcas enfrentan el desafío de mantenerse relevantes en un entorno saturado de información, pero también tienen la oportunidad de usar el humor, como los memes, para conectar de manera más efectiva con su audiencia y fortalecer su identidad de marca.

2.4.2 Estrategias de comunicación digital para marcas locales

Las marcas locales se enfrentan a desafíos particulares en la comunicación digital, a diferencia de las grandes corporaciones, estas empresas a menudo cuentan con recursos y presupuestos más limitados para explorar y ejecutar estrategias sofisticadas en entornos digitales, sin embargo, las marcas locales pueden aprovechar su cercanía y conexión con la comunidad para desarrollar enfoques de comunicación más personalizados y relevantes Freire et al. (2020). Algunas estrategias efectivas incluyen el uso de redes sociales para interactuar directamente con los clientes locales, la creación de contenido que refleje la identidad y

cultura de la región, y la participación en eventos y actividades comunitarias para fortalecer los vínculos con la audiencia local.

2.4.3 Importancia de la conexión entre la marca y la identidad local

Para las marcas locales, la conexión con la identidad y la cultura de la comunidad es fundamental, estos negocios no solo deben comunicar sus atributos y beneficios, sino también reflejar los valores, tradiciones y experiencias que son significativas para los consumidores de la región Islas (2020). Al establecer este vínculo, las marcas locales pueden diferenciarse de la competencia y fortalecer su credibilidad y generar un sentido de pertenencia y lealtad entre los clientes, además, una fuerte alineación entre la marca y la identidad local puede impulsar el orgullo y el apoyo de la comunidad, convirtiéndose en una ventaja competitiva significativa para las empresas.

2.5. Intersección entre memes y percepción de la promesa de marca

2.5.1 Modelos teóricos sobre la influencia de los memes en la comunicación de marca

En el ámbito de la investigación, se están desarrollando nuevos marcos teóricos para entender del impacto de los memes en el comportamiento del consumidor, de acuerdo con Rúas et al., (2021), los memes pueden actuar como herramientas poderosas en la comunicación de marca, ya que su naturaleza viral y humorística facilita la conexión emocional con el público, lo que a su vez puede influir positivamente en la persuasión de la primera de marca.

Wiggins y Bowers (2015) plantean que los memes contemporáneos se caracterizan por su capacidad para transmitir ideas complejas a través de formatos visuales simples y atractivos, los define como unidades de contenido digital que se propagan viralmente, a menudo experimentando modificaciones en el proceso. Asimismo, los memes emergentes son aquellos que surgen espontáneamente de la Interacción. Social en línea, reflejando tendencias culturales actuales y respondiendo a eventos contemporáneos.

De igual forma, introdujeron el concepto de *spreadable media* o medios prepagables argumentando que los memes son más que simples unidades virales; Son elementos culturales que las personas eligen activamente compartir y transformar. Esta propagabilidad depende de factores como la relevancia cultural, la facilidad de modificación y la resonancia emocional con la audiencia. Los memes más exitosos son aquellos que logran combinar humor, relevancia cultural y una estructura fácilmente adaptable.

Roland Barthes en su obra “Mitologías” (1957), desarrolló conceptos que son sorprendentemente relevantes para entender los memes modernos, su análisis de cómo los signos y símbolos culturales transmiten significados en múltiples niveles se puede aplicar directamente a los memes contemporáneos Barros (2021). Barthes argumentaba que las imágenes y textos culturales contienen tanto significado denotativo (literales) como connotativos (culturales y contextuales), una dualidad que es fundamental en los memes actuales, donde una imagen simple puede transmitir múltiples capas de significado según el contexto cultural del espectador.

2.5.2 Evidencia empírica sobre el impacto de los memes en la percepción de marca

La relación entre el meme la promesa de marca es un terreno productivo para la innovación en marketing, los memes con su capacidad única para encapsular ideas complejas en formatos visuales simples y atractivos, se han convertido en un lenguaje universal en el medio digital Morisaki et al., (2023).

La intersección entre memes y promesa de marca ha sido abordada por indagadores como Marina y Ricaurte (2022) quienes proponen un modelo de *memética de marca* que explica cómo los memes pueden reforzar o desafiar los mensajes de marca establecidos. Cuando se trata de memes en la comunicación e identidad corporativa, las empresas están descubriendo que pueden utilizar este medio para humanizar su imagen y establecer una voz distinta en el mercado Peralta (2022). Algunas corporaciones han llegado a crear incluso “personajes” basados en memes para representar su marca en las redes sociales, permitiéndoles así reforzar su identidad como marca joven, fresca y poco irreverente, además de aumentar su *engagemnet* en redes sociales y fortaleciendo la lealtad con los clientes que se sientan atraídos por esta personalidad de marca única.

2.5.3 Consideraciones éticas y legales en el uso de memes por parte de las marcas

También Norstrom y Sarna (2021) manifiestan que se está prestando atención a la dimensión ética del uso de memes en marketing, debido a la creciente preocupación por la desinformación y manipulación en línea, las marcas están bajo un escrutinio más intenso en cuanto a cómo utilizan estos memes. Lo que ha llevado al desarrollo de directrices éticas para el marketing basado en memes, con énfasis en la transparencia y autenticidad ya que, si un meme es mal ejecutado o fuera de tiempo puede dañar la imagen de la marca en lugar de mejorarla, además las marcas deben ser conscientes de las implicaciones legales y éticas del

uso de memes especialmente cuando se trata de propiedad intelectual y apropiación cultural (Islas Lira, 2020).

Diversos modelos jurídicos han intentado explicar la relación entre los memes y la comunicación de marca, Malodia et al. (2022) proponen el concepto de *memética de marca*, que analiza cómo los memes pueden tanto reforzar como desafiar los mensajes de marca establecidos, por su parte Marina y Ricaurte (2022) introdujo la idea de *cultura participativa* en la que los consumidores se vuelven co-creadores de contenido y significado de marca a través de la propagación de memes. Estos modelos sugieren que los memes pueden tener un impacto significativo en la percepción y la reputación de las marcas debido a su naturaleza viral y participativo, por lo que comprender estos procesos teóricos es fundamental hoy para evaluar cómo las marcas pueden aprovechar efectivamente los memes en sus estrategias de comunicación.

2.6. Contexto local: Machala, Ecuador

2.6.1 Características del mercado y la cultura local de Machala

Los memes combinados podrían ser efectivos para fusionar elementos de la cultura local de Machala con tendencias globales, mostrando como la marca se conecta con ambos mundos. Los memes de desafío también podrían ser útiles para generar *engagement* y participación de la comunidad local, reforzando la conexión entre la marca y sus consumidores. Para las marcas locales de Machala, el uso de memes que combinen elementos culturales con formatos populares podría ser efectivo como por ejemplo el meme de imagen podría resonar fuerte con la audiencia local, de la misma forma los memes de video corto podrían ser efectivos, especialmente si capturan escenas de la vida cotidiana den Machala que los residentes puedan reconocer fácilmente, vinculándolas de manera creativa con el producto o servicio de marca eralta (2022).

Es importante que las marcas locales de Machala elijan tipo de memes que son solo sean populares en general, sino que también se ajustan a su identidad de marca y resuenen con las preferencias y el sentido del humor de su audiencia local específico, esto podría implicar una combinación de diferentes tipos de memes, adaptados cuidadosamente para reflejar tanto la cultura local como la promesa única de la marca.

En el contexto específico de las marcas locales de Machala, el uso de meme podría ofrecer una gran oportunidad para conectar con la audiencia local de una manera que las

grandes marcas internacionales no pueden. Los memes que hacen referencia a la cultura, el lenguaje y las experiencias particulares de la ciudad podrían crear un sentido de comunidad y pertenencia entre los consumidores locales, además, podría servir como una forma de diferenciación frente a competidores más grandes, al demostrar un entendimiento profundo de la cultura local a través de memes bien ejecutados, haciendo que las marcas se posicionen como relevantes y auténticas.

2.6.2 Evolución de la comunicación digital de las marcas locales en Machala

Si bien los memes ofrecen a las marcas oportunidades creativas y efectivas de comunicación, su uso también plantea consideraciones éticas y legales que deben tenerse en cuenta en términos éticos las empresas deben ser conscientes de no trivializar y apropiarse indebidamente de temas o referencias culturales sensibles Solorzano y Parrales (2021). Además, deben asegurarse de que sus memes sean auténticos y no introduzcan a engaño a los consumidores legalmente, el uso de memes plantea cuestiones de propiedad intelectual, especialmente cuando se trata de imágenes, vídeos o textos protegidos por derecho de autor Morisaki et al. (2023). Las marcas deben navegar cuidadosamente estos desafíos para evitar conflictos y mantener la confianza y la voluntad de sus clientes.

La comunicación digital de las marcas locales en Machala ha experimentado una evolución significativa en los últimos años, impulsadas por la creciente interacción de Internet y el uso generalizado de redes sociales en la región, estas empresas han comenzado a explorar y adoptar nuevas formas de interactuar con sus consumidores a través de canales digitales Zamora et al. (2021). Desde la creación de perfiles en plataformas como Facebook e Instagram hasta el desarrollo de estrategia de contenido y publicidad en línea las marcas locales de Machala han tenido que adaptarse a las demandas de un entorno digital cada vez más competitivo, sin embargo, muchas de estas empresas aún enfrentan desafíos en la implementación efectiva de herramientas y tácticas digitales que les permiten conectarse de manera significativa con su audiencia local.

2.6.3 Importancia de la conexión entre las marcas locales y la identidad de Machala

En el contexto de la influencia de los memes en la percepción de la promesa de marca para las marcas locales de Machala, los tipos de memes más relevantes podrían ser; los memes locales, estos serían particularmente poderosos para las marcas de Machala, ya que podrían hacer referencia a lugares, eventos o expresiones típicas de la ciudad, creando una

conexión inmediata con la autenticidad local. Los memes de imagen, por su simplicidad y eficacia podrían ser ideales para comunicar aspectos clave de la promesa de marca de manera humorística y memorable Guanoluisa et al. (2023). Los memes de video corto, podrían aprovechar plataformas como TikTok o Instagram Reels, para crear contenido que muestre sus productos o servicios en contextos reconocibles para los habitantes de Machala.

Capítulo 3. Materiales y Métodos

3.1. Enfoque

El presente estudio adopta un enfoque cualitativo, ya que busca la influencia de los memes en la percepción de la promesa de marca en las marcas locales de Machala adopta un enfoque cualitativo. Esta elección metodológica se justifica por la naturaleza compleja y exploratoria del fenómeno en estudio, que requiere una indagación profunda de las experiencias, percepciones y significados que los consumidores y las marcas atribuyen a los memes en el contexto de la comunicación de marca.

El enfoque permite obtener información profunda y contextualizada sobre las decisiones estratégicas detrás del uso de memes y cómo las marcas perciben su impacto en la comunicación de su *promesa de marca*, un área que aún no ha sido ampliamente investigada, especialmente en el contexto local de Machala. Este es un ámbito de estudio aún poco explorado, especialmente en el contexto local de Machala. Según Yucra y Bernedo (2020), la investigación cualitativa se centra en la comprensión profunda de los fenómenos sociales, así como en el análisis de experiencias y comportamientos de los individuos en su entorno. Además, este enfoque se caracteriza por la recolección de datos no numéricos, como entrevistas o análisis de contenido, lo que permite captar matices y significados que no podrían abordarse mediante métodos cuantitativos.

En este estudio, el enfoque cualitativo se aplicará mediante entrevistas semiestructuradas con representantes de marcas locales que emplean memes en sus estrategias de comunicación. A través de estas entrevistas, se obtendrá información clave sobre sus motivaciones, objetivos y percepciones respecto a la efectividad de esta estrategia. Asimismo, se complementará con un análisis de contenido de los memes utilizados, lo que permitirá identificar patrones, características y coherencia con la promesa de marca de las empresas.

Además, se empleará la inteligencia artificial como herramienta de apoyo en la síntesis de contenido recolectado. De acuerdo con Román et al. (2024), la inteligencia artificial permitirá procesar grandes volúmenes de datos de manera eficiente, identificando patrones y tendencias relevantes en el uso de memes, esta tecnología facilitará la organización y análisis de información. La integración de la IA en el proceso metodológico asegurará una mayor precisión de los resultados obtenidos.

Este enfoque metodológico proporciona una visión integral del fenómeno, permitiendo analizar cómo los memes contribuyen a la construcción de la identidad de marca y cómo son percibidos por los consumidores. De esta manera, se busca generar un aporte significativo tanto para la academia como para el sector empresarial en el ámbito de la comunicación digital y el branding.

3.2. Alcance

El presente estudio es exploratorio y descriptivo, ya que analiza un fenómeno poco investigado en el contexto local de Machala y, al mismo tiempo, detalla sus características principales. Su enfoque exploratorio se justifica porque la influencia de los memes en la percepción de la promesa de marca es un tema emergente en la comunicación digital, aún sin estudios previos específicos en marcas locales (Ramos, 2020).

Desde un enfoque descriptivo, la investigación busca caracterizar el uso de memes en las estrategias de comunicación de marca, identificando su coherencia con la promesa de marca y su impacto en la audiencia. A través del análisis de contenido y entrevistas, se detallarán los tipos de memes utilizados, sus intenciones comunicativas y la percepción que generan en los consumidores.

Este alcance permite responder la pregunta de investigación: ¿Cómo influyen los memes en la percepción de la promesa de marca de las empresas locales de Machala? Además, sienta las bases para futuras investigaciones en comunicación digital y branding, ofreciendo información relevante tanto para la academia como para las estrategias de comunicación empresarial.

3.3. Preguntas de Investigación

Las siguientes preguntas de investigación han sido formuladas para guiar este estudio cualitativo sobre la influencia de los memes en la percepción de la promesa de marca en las marcas locales de Machala. Estas preguntas son abiertas y exploratorias, diseñadas para obtener una comprensión profunda y matizada del fenómeno en estudio:

- ¿Cómo influyen los memes en la percepción de la promesa de marca de las empresas locales de Machala?
- ¿De qué manera los memes influyen en la percepción de la promesa de marca de las empresas locales de Machala?

- ¿Cómo se integran los memes en las estrategias de comunicación de las marcas locales de Machala?

3.4. Población y Muestra

La población de este estudio está conformada por todas las marcas locales de Machala que emplean memes en sus estrategias de comunicación de marca. En el contexto de esta investigación, la población se define como el conjunto total de empresas locales que utilizan este recurso digital, permitiendo examinar su impacto en la percepción de la promesa de marca. Como señala Cisneros et al. (2022), la población en una investigación se refiere al grupo de individuos, objetos o eventos que comparten características en común y sobre los cuales se pretende extraer conclusiones.

Para la selección de la muestra, se aplicará un muestreo no probabilístico por conveniencia, el cual consiste en elegir participantes accesibles y dispuestos a colaborar en el estudio. Este método es adecuado cuando no es factible obtener una muestra aleatoria y cuando el objetivo es profundizar en casos específicos en lugar de generalizar los resultados a toda la población (Quispe et al., 2020). En este caso, se seleccionarán empresas locales de Machala que hayan utilizado memes en su comunicación de marca y que acepten participar en la investigación.

Posteriormente, se realizarán entrevistas semiestructuradas con los responsables de comunicación o marketing de las empresas seleccionadas, quienes tienen un conocimiento directo sobre la planificación y uso de memes en sus estrategias. A través de esta selección intencional, se espera obtener información detallada sobre el impacto de los memes en la percepción de la promesa de marca, brindando una visión profunda y contextualizada del fenómeno en estudio.

3.5. Técnicas de Recolección de Datos

Para esta investigación se empleará la entrevista semiestructurada como técnica principal de recolección de datos, permitiendo obtener información detallada sobre el uso de memes en la comunicación de marca y la percepción de su efectividad. Según Feria et al. (2020), la entrevista es un método cualitativo de recopilación de información basado en una conversación profesional con uno o varios participantes, la cual puede adoptar un formato estructurado, semiestructurado o no estructurado.

Dado que el objetivo es analizar los objetivos y experiencias de las marcas locales en el uso de memes, se utilizarán entrevistas semiestructuradas. Este formato permite combinar preguntas previamente definidas con la flexibilidad de explorar temas emergentes a partir de las respuestas de los participantes, lo que facilita la obtención de datos más profundos y contextuales. Para ello, se diseñará una guía de entrevista que abordará aspectos clave como la motivación detrás del uso de memes, la coherencia con la promesa de marca y la percepción del impacto en la audiencia.

Las **entrevistas** se realizarán a los responsables de comunicación o marketing de las marcas seleccionadas, quienes tienen un conocimiento directo sobre la planificación y aplicación de memes en sus estrategias digitales. Esta técnica permitirá identificar patrones en el uso de los memes y comprender cómo estos contribuyen a la construcción de la identidad de marca en el contexto local de Machala.

Tabla 1

Tabla 1. Guía de preguntas/Cuestionario.

Tema	Preguntas
Incorporación y Objetivos de Memes	1. ¿Cuándo y por qué decidieron incorporar memes en su estrategia de comunicación de marca? 2. ¿Qué objetivos persiguen al utilizar memes en su comunicación?
Selección, Creación y Promesa de Marca	3. ¿Cómo seleccionan o crean los memes que utilizan? ¿Qué criterios tienen en cuenta? 4. ¿De qué manera intentan reflejar su promesa de marca a través de los memes que utilizan?
Percepción y Efectividad de Memes	5. ¿Han notado cambios en la percepción de su marca por parte de los consumidores desde que comenzaron a utilizar memes? ¿Cuáles? 6. ¿Qué tipos de memes han resultado más efectivos para comunicar su mensaje de marca? ¿Por qué cree que es así?

7. ¿Han notado diferencias en la respuesta a sus memes entre diferentes segmentos de su audiencia (por edad, género, etc.)?
- Desafíos, Riesgos e Integración
8. ¿Han enfrentado algún desafío o riesgo al utilizar memes en su comunicación de marca? ¿Cómo lo han manejado?
9. ¿Cómo se integran los memes con otras formas de comunicación de marca?
10. ¿Cómo aseguran que los memes que utilizan sean coherentes con los valores y la identidad de su marca?
- Medición del Impacto y Futuro de los Memes
11. ¿Cómo miden el impacto de los memes en la percepción de su marca?
12. En su experiencia, ¿cómo ha influido el uso de memes en la interacción y engagement con sus clientes?
13. ¿Cómo adaptan sus memes para que resuenen específicamente con la audiencia local de Machala?
14. ¿Cómo ven el futuro del uso de memes en su estrategia de comunicación de marca?
15. ¿Cómo ven el futuro del uso de memes en su estrategia de comunicación de marca?

Fuente: Elaboración propia.

El presente estudio empleará el **análisis de contenido** como técnica principal para examinar los memes utilizados por las marcas locales de Machala en sus estrategias de comunicación. Según Piñeiro (2020), el análisis de contenido es una técnica de investigación sistemática y objetiva que permite categorizar y examinar información presente en diversos tipos de comunicación, facilitando la identificación de patrones y tendencias en los mensajes analizados.

Para ello, se desarrolló una matriz de análisis de contenido basada en la propuesta de Wiggins y Bowers (2015), la cual permite examinar de manera estructurada cómo las marcas locales de Machala utilizan los memes en su comunicación. Esta matriz considerará variables clave como el tipo de meme, su relación con la cultura local, su capacidad de propagación y su alineación con la promesa de marca. Este análisis permitirá obtener datos cualitativos valiosos sobre la naturaleza, frecuencia y contexto de los memes empleados, complementando así la información obtenida a través de las entrevistas semiestructuradas.

El estudio analizará una muestra de 30 memes (10 por cada una de las 3 marcas locales seleccionadas), basando la selección en las métricas de interacción digital, como el número de *me gusta*, ¹comentarios e interacciones generales. Este criterio garantiza que los memes analizados sean aquellos con mayor impacto en la audiencia local. La muestra incluirá tanto memes en formato de imagen como en video, ya que ambos han emergido como formatos predominantes en la comunicación digital.

A través de este análisis, se evaluarán aspectos clave como el tipo de humor empleado, el uso de referencias culturales, la alineación con la promesa de marca y la presencia de elementos clave de identidad corporativa. Esta metodología permitirá comprender cómo las marcas locales de Machala utilizan los memes para conectar con su audiencia y fortalecer su posicionamiento de marca.

Al centrarse en los memes que han generado mayor *engagement* ² y relevancia para el mercado local, la investigación ofrecerá una visión matizada de las estrategias, éxitos y desafíos que enfrentan las marcas al incorporar memes en su comunicación digital. Este

¹ Un “me gusta” o “like” es un botón que permite a los usuarios de redes sociales expresar su aprobación o apoyo a una publicación, es una forma de interactuar con el contenido y de retroalimentar a los creadores Avilés y Scalone (2022).

² “El engagement es el compromiso que tienen los usuarios o consumidores con una marca” (Zamora et al. 2021 p. 682).

enfoque garantiza que los hallazgos se basen en las experiencias y preferencias reales de los consumidores de Machala, proporcionando así recomendaciones aplicables y viables para las empresas locales que buscan optimizar su presencia digital mediante el uso de memes.

Tabla 2.

Tabla 2. Matriz de análisis de contenido de memes utilizados por las marcas locales de Machala en la red social Instagram.

Categoría	Pregunta	Escala de Likert
Nombre del Meme		
Fecha de Publicación		
Plataforma utilizada		
Autor (si se conoce)		
Características del meme		
Características del meme		
Categoría	Pregunta	Respuesta
Tipos de Medios Propagables	¿El meme se originó como un medio propagable? Si es así, ¿Cuál es el medio propagable original?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Meme Emergente	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable? Si es así, describa la alteración o remezcla:	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea? Proporcione ejemplos de iteraciones adicionales del meme:	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

Análisis de Contenido

Categoría	Pregunta	Respuesta/Escala de Likert
Tema Principal	¿Cuál es el tema principal del meme?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
	Humor	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Neutral <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
	Crítica social/política	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Neutral <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
	Cultura popular	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Neutral <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
	Otro (especifique):	
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas? Describa las referencias presentes en el meme:	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

Análisis Visual y Textual

Categoría	Pregunta	Respuesta/Escala de Likert
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Humor/Sarcasmo/Crítica	¿El texto contiene elementos de humor, sarcasmo, o crítica?	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo <input type="checkbox"/> En desacuerdo <input type="checkbox"/> Neutral <input type="checkbox"/> De acuerdo <input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
Descripción Visual	Describa el contenido visual del meme:	
Mensaje denotativo	Elementos visibles	
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	

Contexto Cultural

Categoría	Pregunta	Escala de Likert
Reflexión Cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	[] Muy en desacuerdo [] En desacuerdo [] Neutral [] De acuerdo [] Muy de acuerdo
Contribución Cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	
	Reproducción de temas existentes	[] Muy en desacuerdo [] En desacuerdo [] Neutral [] De acuerdo [] Muy de acuerdo
	Introducción de nuevos temas	[] Muy en desacuerdo [] En desacuerdo [] Neutral [] De acuerdo [] Muy de acuerdo
	Crítica de temas actuales	[] Muy en desacuerdo [] En desacuerdo [] Neutral [] De acuerdo [] Muy de acuerdo
	Otro (especifique): Describa el impacto cultural del meme:	
Impacto Cultural		

Conclusiones

Categoría	Pregunta	Escala de Likert
Ejemplo Significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	[] Muy en desacuerdo [] En desacuerdo [] Neutral [] De acuerdo [] Muy de acuerdo
Conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	

Fuente: Elaboración propia basado en Wiggins y Bowers (2015).

3.6. Proceso de Recolección de Datos

La recolección de datos se llevó a cabo en tres etapas principales, cada una con pasos específicos para garantizar un procedimiento sistemático y riguroso.

- **Selección y contacto con los participantes**
 - Identificación de marcas locales de Machala que utilizan memes en su comunicación digital.
 - Caracterizar las marcas, origen
 - Contacto con los responsables de comunicación o marketing para explicar los objetivos del estudio y obtener su consentimiento para participar.

Perfil de los entrevistados

Community Manager (CM): Gian Rizzo - Chesco

- **Rol:** Community manager
- **Marca:** Chesco
- **Responsabilidades:**
 - Proponer y crear memes como parte del contenido para aumentar el alcance y comunicar el tono de marca.
 - Evaluar cómo los memes generan interacción y fortalecer la comunidad en redes sociales
 - Incorporar elementos locales en los memes para conectar con la audiencia
 - Mantener el interés de los seguidores actuales a través de memes relacionados con la cultura.

Community Manager (CM): María José Ortiz. Donivan's

- **Rol:** Community manager
- **Marca:** Donivan's
- **Responsabilidades:**
 - Proponer y crear memes como parte del contenido para aumentar el alcance y la vitalidad
 - Evaluar cómo los memes generan interacción y fortalecer la comunidad en redes sociales

- Incorporar elementos locales en los memes para conectar con la audiencia
- Mantener el interés de los seguidores actuales a través de memes relacionados con la vida cotidiana y la cultura

CEO: Junior Salinas

- **Rol:** CEO y propietario
- **Marca:** Junior Salinas
- **Responsabilidades:**
 - Crear contenido humorístico como sketches o memes para captar la atención del público
 - Utilizar el humor como un diferenciador en la estrategia publicitaria
- **Recopilación de datos**
 - Entrevistas semiestructuradas con los responsables de comunicación, siguiendo una guía flexible que permitiera explorar estrategias y percepciones.
 - Recopilación de memes publicados en redes sociales por las marcas seleccionadas, priorizando aquellos con mayor interacción (me gustas, comentarios, compartidos).
- **Análisis y procesamiento de datos**
 - Transcripción y codificación de las entrevistas para su análisis temático.
 - Análisis de contenido de los memes mediante una matriz que evalúa tipo de meme, relación con la cultura local, coherencia con la promesa de marca y engagement.

Este proceso estructurado permitió recopilar información detallada y relevante sobre el uso de memes en la comunicación de marca, asegurando la coherencia metodológica del estudio.

3.7. Consideraciones Éticas

Este estudio se llevará a cabo con el más alto estándar ético, se obtendrá el consentimiento informado de todos los participantes representantes de las marcas, este conocimiento incluirá información clara sobre el propósito del estudio, los procedimientos involucrados, los riesgos y beneficios potenciales y el derecho de los participantes a retirarse en cualquier momento. La confidencialidad de los participantes se protegerá mediante la anonimización de todos los datos recolectados, los nombres de las empresas serán

reemplazados por código en todos los materiales de investigación, asimismo los datos de almacenaran de forma segura y solo la investigadora tendrá acceso a los mismos.

Además, se respetará la propiedad intelectual de las marcas al analizar sus memes y se obtendrá permiso explícito para el uso de cualquier material en la presentación de los resultados de la indagación. Este enfoque metodológico permitirá obtener una comprensión más profunda y contextualizada de como los memes influyen en la percepción de la promesa de marca en el contexto específico de las marcas locales de Machala, proporcionando información valiosa respecto a la práctica de la comunicación digital en entornos locales.

Capítulo 4. Resultados

4.1 Resultados

4.1.1 Resultados de las entrevistas

La codificación de resultados de estas entrevistas constan de cuatro fases; en la fase exploratoria, se identifican patrones y categorías preliminares así como los actuales de las entrevistas, se recopilan fragmentos textuales que evidencian el uso de memes, la fase descriptiva; se organiza y contextualiza la información recopilada se detallan las acciones y comportamientos de los entrevistados explicando cómo los memes se utilizan para aumentar el alcance, generar interacción y conectar mediante el humor con la audiencia local, fase relacional; se identifiquen las relaciones causales entre el uso de memes y sus efectos se analiza la interacción y visibilidad de la marca, fase inferencial; se atraen inferencias teóricas basadas en los datos recopilados, se concluye si los memes son una herramienta estratégica para maximizar el alcance y la visibilidad de las marcas en redes sociales y para fortalecer la identidad de la marca

4.1.1.1 Fase Exploratoria

Durante la fase exploratoria se identificarán los patrones y categorías preliminares, así también de los actores de las entrevistas.

Tabla 3.

Tabla 3. Fase Exploratoria: Identificación de Categorías.

Categoría	Nombre del Entrevistado / Marca	Fragmento Textual	Explicación
Motivos para usar memes	CM: María Ortiz (Donivan's)	"Siempre me gusta poder proponerle al cliente de la marca el poder manejar este tipo de contenido, porque es un contenido de entretenimiento, y siempre sabe tener mayor alcance..."	Los memes se utilizan para aumentar el alcance y generar interacción en redes sociales.
Objetivos de los memes en la marca	CEO de JR Salinas	"Tener ventas... Entonces, ¿cómo ganamos ventas? Llamando la atención..."	Los memes ayudan a captar la atención y generar ventas.

Humor como herramienta clave	CEO - JR. Salinas	"Más que todo, es una manera diferente de hacer publicidad, enfocándonos en el carisma, en lo cómico."	El humor se utiliza como un diferenciador en la estrategia publicitaria.
Selección y creación de memes	Gian Rizzo (Chesco)	"Lo que hacemos más, en realidad, usamos más memes que estén en ese momento o que ya tengan mucho tiempo y lo adaptamos al mensaje que queremos enviar..."	La selección de memes depende de la relevancia en tendencias y su alineación con la marca.
Promesa de marca y memes	Gian Rizzo (Chesco)	"Nosotros, por lo menos como te digo, Chesco, de ninguna manera tentamos reflejar la promesa de marca con los memes, porque es más como ese recurso creativo..."	En algunas marcas, los memes no reflejan directamente la promesa de marca, sino que funcionan como una herramienta de engagement.
Impacto de los memes en la percepción del consumidor	CM: Maria Ortiz (Donivan's)	"Eso es lo bueno de los memes, generan interacción, etiquetan a amigos, comentan..."	Se evidencia un aumento en la interacción y la percepción positiva de la marca.
Segmentación del público y respuesta a los memes	CM (Donivan's)	"Nos sigue un público variado entre jóvenes, jóvenes adultos y adultos, pero la interacción es mayor en jóvenes adultos."	Se observa que los memes generan mayor respuesta en segmentos de jóvenes adultos.
Desafíos y riesgos del uso de memes	CM (Donivan's)	"Nunca hemos rayado en un humor negro o un humor que pueda aludir a alguien, sino es un humor tranquilo..."	Se evitan temas sensibles para no generar reacciones negativas en la audiencia.
Medición del impacto de los memes	CM (Donivan's)	"A través de la fidelización y la participación en sorteos en Instagram, podemos ver la interacción."	La evaluación del impacto se basa en métricas de interacción y fidelización.

4.1.1.2 Fase Descriptiva

Durante la fase descriptiva se busca organizar los datos de forma estructurada y contextualizarlo con la investigación.

Tabla 4.

Tabla 4. Fase Descriptiva: Análisis de Roles y Variaciones en Acciones.

Rol / Acción	Nombre del Entrevistado / Marca	Fragmento Textual	Explicación
Community Manager como estratega de contenido	CM: María José Ortiz (Donivan's)	"Cuando manejas una cuenta, tienes que proponer estrategias que generen mayor interacción y alcance..."	La CM actúa como responsable de definir estrategias de contenido digital.
CEO como generador de contenido	CEO de JR Salinas	"Yo mismo hago los guiones, dirijo los videos y los publico..."	En algunas marcas, el CEO asume un rol activo en la creación de contenido.
Adaptación de memes según audiencia	Gian (Chesco)	"Hay memes que se alinean con nuestra audiencia y otros que es mejor dejar pasar..."	Se analiza el tipo de contenido que mejor resuena con el público objetivo.
Interacción del consumidor con la marca	CM (Donivan's)	"Los memes hacen que la audiencia se etiquete, comparta y comente..."	Se evidencia un papel activo de los consumidores en la propagación del contenido.
Memes como herramienta de fidelización	CM (Donivan's)	"Nos ayuda a mantener entretenidos a los que ya nos siguen..."	Los memes refuerzan el sentido de comunidad y engagement de la marca.

4.1.1.3 Fase Relacional

La siguiente fase identifica las relaciones causales.

Tabla 5.

Tabla 5. Fase Relacional: Relaciones Causales Entre Elementos Identificados

Relación Causal	Elemento A	Elemento B	Evidencia
------------------------	-------------------	-------------------	------------------

Mayor uso de memes genera mayor interacción	Uso de memes	Incremento en comentarios y compartidos	"Los memes hacen que la audiencia se etiquete, comparta y comente..." (p.17)
La identidad de marca influye en la selección de memes	Personalidad de la marca	Tipo de memes seleccionados	"Chesco es una marca muy informal al momento de comunicar..." (p.12)
El rol del CEO impacta la estrategia de contenido	CEO como creador de contenido	Frecuencia y tipo de publicaciones	"Yo mismo hago los guiones, dirijo los videos y los publico..." (p.7)
Los memes refuerzan la fidelización de clientes	Uso continuo de memes	Crecimiento en fidelización	"Nos ayuda a mantener entretenidos a los que ya nos siguen..." (p.17)

4.1.1.4 Fase Inferencial

Tabla 6.

Tabla 6. Fase Inferencial: Explicaciones Teóricas Derivadas.

Inferencia	Explicación	Evidencia
Los memes como estrategia de engagement digital	Los memes funcionan como un recurso eficaz para fomentar la participación de la audiencia y reforzar la identidad de marca.	"Los memes hacen que la audiencia se etiquete, comparta y comente..." (p.17)
La personalidad de la marca define la estrategia de comunicación	Marcas con una identidad más informal y cercana pueden incorporar memes de manera más efectiva sin afectar su credibilidad.	"Chesco es una marca muy informal al momento de comunicar..." (p.12)
El liderazgo en la creación de contenido impacta la percepción de la marca	La implicación de los CEOs en la generación de contenido fortalece la autenticidad y el engagement.	"Yo mismo hago los guiones, dirijo los videos y los publico..." (p.7)
Los memes ayudan a construir comunidades digitales	El uso recurrente de memes permite que las marcas creen y mantengan comunidades activas en redes sociales.	"Nos ayuda a mantener entretenidos a los que ya nos siguen..." (p.17)
Los memes culturales fortalecen la marca e identidad	El uso de elementos culturales específicos en los memes fortalece la identidad de la marca y fomenta un sentido de pertenencia en la audiencia local.	"Machaleño que se respeta sabe diferenciar entre un plátano verde, el guineo y el maduro."

4.1.2 Conclusión de las entrevistas

Los resultados obtenidos a partir de las entrevistas realizadas a los *community managers* y representantes de las marcas seleccionadas revela patrones claros en la implementación y efectividad de estrategias de marketing basadas en memes y contenido humorístico. En primer lugar, se destaca que el uso de memes constituye una herramienta estratégica central para maximizar el alcance y la visibilidad de las marcas en redes sociales, buscando aprovechar la vitalidad y el humor para generar interacciones significativas, un aspecto clave identificado especialmente en la estrategia de *Donivan's*. Los memes, además de ser compartidos ampliamente, permiten fortalecer la conexión emocional con la audiencia a incorporar elementos culturales específicos, como referencias locales que resuenan profundamente con los consumidores, destacando así un vínculo entre identidad cultural y fidelización.

Por otra parte, la inclusión del humor como herramienta clave posiciona a las marcas como *Junior Salinas* cercanas y accesibles, diferenciándolas en mercados competitivos este enfoque no solo capta la atención de nuevos clientes, sino que también fomenta un sentido de comunidad de pertenencia entre los consumidores actuales. En el caso de *Donivan's*, se observa que el humor y los memes no solo mantienen a la audiencia entretenida, sino que también refuerzan la relación con los clientes existentes, asegurando una fidelización continua, además, la segmentación demográfica emerge como un elemento importante, ya que permite adaptar los memes humorísticos y las estrategias a diferentes grupos de edad, optimizando su impacto y relevancia.

Finalmente, aunque estas estrategias generan sin beneficios significativos, como el aumento de la visibilidad, la creación de una identidad de marca única, es evidente que requieren un equilibrio cuidadoso para no desviar la percepción de la calidad del producto del servicio ofrecido, lo que sugiere que las marcas que integran de manera efectiva elementos locales, calidad, y humor logrando construir una propuesta de valor diferenciada y sostenible, como es evidente en las experiencias analizadas.

4.1.3 Análisis de contenido de los memes en las marcas.

4.1.3.1 Análisis de memes de Chesco

Tabla 7.

Tabla 7. Análisis de meme de Chesco

Nombre del Meme	Panti Fin de año 1	Imagen
Fecha de Publicación	31 de diciembre del 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@chescoec	
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	No
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	No
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme?	Promoción de una pizza
	Humor	De acuerdo
	Crítica social/política	Muy en desacuerdo
	Cultura popular	Neutral
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	Si. Año nuevo
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si. "Ni amarillo ni rojo, de chorizo para que no falte chesco"
Descripción	Describe el contenido visual del meme:	Pedazo de pizza con pepperoni en forma de panti colgado de una cuerda
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Panty en forma de pizza colgada de una sog Logotipo de chesco pizzería en la parte inferior, refuerza la identidad de marca
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	La imagen combina humor y creatividad, vinculando el

		producto con una idea de diversión y originalidad.
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	En desacuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Hace alusión a una tradición de din de año
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	En desacuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	Aunque intenta ser humorístico, este contenido es más una imagen promocional que un meme tradicional, enfocándose en el producto y la marca

Nombre del Meme	Dieta 2	Imagen
Fecha de Publicación	14 de noviembre del 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@chescoec	
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	Si
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	Si
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme? Humor Crítica social/política Cultura popular	Humor relacionado con dietas y comida Muy de acuerdo En desacuerdo De acuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	No
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si. -Creí que estaba dieta -lo estoy

Descripción	Describa el contenido visual del meme:	-te comiste 2 chesco -sí, pero me quería comer 4 Perro chihuahua mirando una rebanada de pizza
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Imagen de un perro con una expresión de satisfacción y picardía. Una rebanada de pizza Chesco en la parte inferior derecha. Fondo blanco con bordes rojos, que refuerza la identidad visual de la marca.
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	El perro simboliza un sentimiento de disfrute culpable o indulgencia, algo que el público puede identificar y relacionar con comer pizza. La pizza refuerza el producto como el elemento deseado y satisfactorio.
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	De acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Habla sobre dietas de forma humorística
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	De acuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	Este meme utiliza efectivamente un formato popular de meme para crear contenido humorístico y propagable, mientras promociona sutilmente la marca

Nombre del Meme	Vive la vida	Imagen
Fecha de Publicación	17 de octubre del 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@chescoec	
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		

Tipos de medios propagable	¿El meme se originó como un medio propagable?	No
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	No
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme? Humor Crítica social/política Cultura popular	Promoción de una pizza en el parque de Machala Neutral Muy en desacuerdo De acuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	No
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto?	No
Descripción	Describe el contenido visual del meme:	Hombre sonriente con gorra roja de Chesco sosteniendo una caja de Pizza
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Hombre con una pizza chesco añadido de una gorra roja, con camisa roja y sonrisa grande genera comodidad y familiaridad con la pizza
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	La pizza refuerza el producto como el elemento deseado y satisfactorio. El audio en tendencia del video le da humor a las poses del hombre. .
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	En desacuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Reproducción de temas existente
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	En desacuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	Este meme es más un video promocional que un meme tradicional, enfocándose en la marca y el producto más que en el humor o la cultura memética.

Nombre del Meme	Perro Deadpool	Imagen
Fecha de Publicación	12 de agosto de 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@chescoec	
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	Si
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme?	Parodia de premios cinematográficos y películas de superhéroes
	Humor	Muy de acuerdo
	Crítica social/política	Muy en desacuerdo
	Cultura popular	Muy de acuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	Si, combinación de referencias de Deadpool, wolverine y premios Oscar
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si “Y el Oscar para la película de Deadpool y Wolverine ES PARA...”
Descripción	Describa el contenido visual del meme:	Un perro conocido sin pelo con la lengua afuera, vestido con un traje rojo similar al de deadpool
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Imagen de un perro disfrazado en un atuendo que combina referencias a Deadpool y Wolverine. Fondo rojo que mantiene la identidad visual de Chesco.
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	El disfraz y la referencia al Oscar evocan humor y creatividad, conectando con la cultura pop y el entretenimiento. El fondo rojo refuerza la energía y pasión, características asociadas con

		la identidad visual de Chesco.
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	De acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	El meme combina la cultura de fanáticos de superhéroes con el humor absurdo, creando una conexión entre la marca de Chesco y el entretenimiento popular
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	De acuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	El meme utiliza efectivamente referencias populares de cine para crear una conexión humorística con la audiencia potencialmente aumentando el engagement con la marca de Chesco pizzería

Nombre del Meme	FreeFire	Imagen
Fecha de Publicación	24 de julio de 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@chescoec	

Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	Si
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme?	Diferencias generacionales en interés y actividades de ocio
	Humor	Muy de acuerdo
	Crítica social/política	En desacuerdo
	Cultura popular	Muy de acuerdo

Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	Si, Free Fire, diferencia de edad
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si. “Cuando tienes +30 años y tus compas de 20 te invitan a jugar Free Fire”
Descripción	Describe el contenido visual del meme:	Un hombre mayor con expresión confusa sentado en un escritorio, con una mujer joven sonriendo detrás
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Dos personas de diferentes edades están tratando de entenderse a través de la tecnología, el fondo rojo sostiene la identidad de chesco
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	Imagen generacional de dos personas El fondo rojo refuerza la energía y pasión, características asociadas con la identidad visual de Chesco.
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	Muy de acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Resalta las diferencias de generaciones en la cultura digital y videojuegos, generando identificación en diferentes grupos de edad
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	Si
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	El meme captura eficazmente la brecha generacional en intereses tecnológicos, apelando y fomentando la interacción intergeneracional con la marca

Nombre del Meme	Deadpool	Imagen
------------------------	-----------------	---------------

Fecha de Publicación 15 de julio de 2024
Plataforma utilizada Instagram
Autor (si se conoce) @chescoec



Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	Si
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme?	Reconocimiento de películas por parte de los fans dedicados
	Humor	De acuerdo
	Crítica social/política	En desacuerdo
	Cultura popular	Si
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	Si. Hace referencia a deadpool y wolverine
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si. “un verdadero fan sabe qué película es” “etiqueta a tu dúo con el que iras a verla”
Descripción	Describe el contenido visual del meme:	Imagen de dos manos, una de deadpool y otra de wolverine formando un corazón en un fondo rojo
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Dos guantes (rojo y amarillo), símbolos de personajes icónicos de la cultura pop, formando un corazón. Fondo oscuro que crea contraste, destacando el diseño.
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	Los guantes representan una conexión emocional con los fans de la cultura pop, apelando a la nostalgia y al entusiasmo por la película. La formación de un corazón simboliza amistad y

		conexión, lo que fomenta la interacción.
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	Muy de acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Fomenta la participación y le sentido de la comunidad entre los fans del cine y los superhéroes, incentivando la interacción y el compartir experiencias
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	De acuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	El meme apela al sentido de la identidad y pertenencia de los fans del cine, fomentando la interacción y aumentando el engagement con la marca al asociarla con experiencias sociales positivas

Nombre del Meme	Orense en Chesco	Imagen
Fecha de Publicación	27 de junio del 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@chescoec	

Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagable	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	Si
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	Si
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme? Humor Crítica social/política Cultura popular	Humor relacionado con la comida Muy de acuerdo Muy en desacuerdo De acuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	No

Análisis visual y textual

Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si. “ESTA ES LA CARITA DE UN ORENSE CUANDO LLEGA SU #CHESCO”
Descripción	Describa el contenido visual del meme:	Perro con expresión ansiosa mirando a la cámara
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Perro sonriente genera humor con audiencia
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	Fondo rojo que mantiene la coherencia visual de la marca, al igual que la tipografía

Contexto cultural

Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	De acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Introducción de nuevos temas

Conclusión

Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	De acuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	Este meme combina efectivamente el formato de meme popular con la marca creando contenido humorístico y relatable para su audiencia

Nombre del Meme	Intensamente	Imagen
Fecha de Publicación	21 de junio de 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@chescoec	

Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	Si
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		

Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme? Humor Crítica social/política Cultura popular	Emoción asociada a comer pizza Muy de acuerdo Muy en desacuerdo Muy de acuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	Si. Película “intensamente”, pizza
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si. “Ahhh! Una nueva emoción...” “Son ganas de Chesco”
Descripción	Describa el contenido visual del meme:	Imagen de personajes de “Intensamente” mirando algo con asombro, junto a una imagen de alguien comiendo pizza con entusiasmo
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Primera escena: Personajes de Intensamente con expresiones de sorpresa y confusión. Segunda escena: Una persona comiendo pizza Chesco con felicidad. Fondo rojo que mantiene la coherencia visual de la marca.
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	La primera escena evoca sorpresa y descubrimiento, mientras que la segunda representa satisfacción y disfrute, vinculando a Chesco con emociones positivas y momentos placenteros.
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	De acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Combina de manera creativa una referencia popular de cine con el amor por la comida, personificando el deseo de comer pizza como una emoción
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	Muy de acuerdo

Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	El meme logra una conexión efectiva entre la película popular y el producto de la marca, creando una asociación positiva con la pizza chesco
------------------	---	--

Nombre del Meme	Familia Peluche	Imagen
Fecha de Publicación	29 de mayo de 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@chescoec	
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	Si
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme?	Frustración con la publicidad en servicios de streaming gratuitos
	Humor	Muy de acuerdo
	Crítica social/política	De acuerdo
	Cultura popular	Muy de acuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	Si. Un personaje conocido de la familia peluche "Federica"
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si. "cuando el animado del grupo pone música en Spotify desde su iPhone 15 Pro..... le suena un anuncio"
Descripción	Describa el contenido visual del meme:	Primer plan de una mujer con expresión de disgusto o frustración
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Imagen de una mujer con expresión de incomodidad o incredulidad. Fondo rojo que refuerza la identidad visual de Chesco
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	La expresión de la mujer simboliza sorpresa o incredulidad, lo que refuerza

		el contraste humorístico planteado en el texto. El fondo rojo transmite energía y consistencia con la identidad de marca.
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	Muy de acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Crítica humorísticamente la omnipresencia de la publicidad en servicios digitales, reflejando frustraciones comunes en la era del streaming
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	Muy de acuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	El meme captura una experiencia común y frustrante en la era digital, utilizando el humor para conectar con la audiencia y generar empatía

Nombre del Meme	Tía con IA	Imagen
Fecha de Publicación	21 de mayo del 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@chescoec	

Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	Si
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	Si
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme? Humor Crítica social/política Cultura popular	Humor relacionado con cultura y región Muy de acuerdo De acuerdo Muy de acuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	Si. La virgen de Guadalupe

Análisis visual y textual

Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si. “las tías no saben usar IA” Mi Tía
Descripción	Describa el contenido visual del meme:	Un piolín mirando la virgen de Guadalupe
Mensaje denotativo	Elementos visibles	
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	Muy de acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Crítica de temas actuales

Conclusión

Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	Muy de acuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	Este meme combina eficazmente elementos de la cultura popular, religión y humor local para crear un contenido altamente compartible para su audiencia

Síntesis marca: Chesco

Relación con la promesa de marca. *Chesco* parece tener una fuerte relación con su promesa de marca como pizzería, su promesa implícita es ofrecer pizzas de calidad y una experiencia gastronómica italiana. La marca se esfuerza por mantener esta promesa a través de un enfoque en la preparación de pizzas y la creación de un ambiente que evoca la tradición italiana de la pizza. La relación con la promesa de marca se manifiesta en varios aspectos, en primera instancia está el énfasis de la calidad de los ingredientes y la intensidad de las recetas la comunicación constante sobre la frescura y el sabor de sus pizzas el posible uso de técnicas tradicionales para su preparación y la creación de una experiencia que va más allá de simplemente servir comida involucrando al cliente en la cultura de la pizza.

Presencia de elementos de marca. *Chesco* parece tener una presencia sólida de elementos de marca que refuerzan su identidad, es muy notorio ver su logo, que se incluye probablemente en elementos que son los relacionados con la pizza o la cocina ecuatoriana.

Además, en cuanto a los colores corporativos, es posible que utilicen los colores, el de la bandera del Ecuador, por ejemplo, rojo, azul y amarillo o tonos cálidos que evocan el ambiente de un horno de pizza. Otro aspecto importante es el color, tipografía, imágenes y eslogan, que pueden ser una fuente que sugiera tradición y artesanía, asimismo, para atraer al público y tener ya algo que enfatice la autenticidad y la calidad de sus pizzas. en torno al público contemporáneo.

Coherencia con la identidad de marca *Chesco* parece mantener una coherencia sólida con su identidad de marca. El nombre “chesco” sugiere una personalización o un toque familiar, lo que podría indicar una experiencia más íntima y personalizada. La comunicación de la marca probablemente se centra en la calidad de los ingredientes, la habilidad en que las preparan a las pizzas y la experiencia general del cliente, por lo que es probable que la decoración del local, el uniforme del personal y el empaque de los productos para llevar reflejen consistencia de la identidad y artesanía de la marca.

4.1.2.2 Análisis de memes de Donivan’s Coffee.

Tabla 8. Análisis de memes de Donivan’s Coffee.

Nombre del Meme	Medallista	Imagen
Fecha de Publicación	2 de diciembre de 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@donivans.cafe	
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	Si
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	Si
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme?	Deportista famosa disfrutando de un desayuno
	Humor	De acuerdo
	Crítica social/política	Muy en desacuerdo
	Cultura popular	Muy de acuerdo

Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	Si, deportista reconocida (Liseth Ayovi)
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	No hay texto en el video
Descripción	Describa el contenido visual del meme:	Una mujer afroamericana con cabello rojo trenzado, vestida de negro sentada en una mesa con un desayuno y una bebida
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Una mujer llega al restaurante y espera que le sirvan su desayuno con emoción, genera familiaridad con la marca
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	Aparece el nombre de la marca al inicio cuando entra: Donivan's
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	De acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Normaliza a imagen de deportistas de alto rendimiento en situaciones comunes
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	Muy de acuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	La imagen humaniza a la deportista famosa mostrándola en un contexto relajado y cotidiano, lo que genera una conexión más cercana con la marca en cuestión

Nombre del Meme	Influencer	Imagen
Fecha de Publicación	25 de noviembre de 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@donivans.cafe	
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		

Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	Si
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	Si
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme?	Recorrido y reseña de desayunos propios de la cultura orense
	Humor	Muy de acuerdo
	Crítica social/política	Muy en desacuerdo
	Cultura popular	Muy de acuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	Si, Machala cultura de desayunos locales y un influencer
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	“Local de desayunos en Machala”
Descripción	Describe el contenido visual del meme:	Video del influencer sonriendo y degustando los diferentes platos en el local de Donivan's
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Un grupo de personas pasan por la planta baja del restaurante, se van a la primera planta a esperar que les sirvan, utilizan un lenguaje gracioso y coloquial para conectar mejor y mas con la audiencia
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	Representa al joven adulto promedio cuando visita un nuevo lugar que después recomienda
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	Muy de acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Fomenta el turismo gastronómico local y el apoyo a negocios de la comunidad
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	De acuerdo

Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	El meme muestra como los influencers locales se han convertido en grandes promotores de las marcas machaleños, generando interés y apoyo en los negocios locales
------------------	---	--

Nombre del Meme	Pedido	Imagen
Fecha de Publicación	20 de noviembre del 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@donivans.cafe	
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	No
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	No
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme?	Hambre y satisfacción de comer
	Humor	De acuerdo
	Crítica social/política	Muy en desacuerdo
	Cultura popular	Neutral. Relación entre el hambre y el comportamiento del restaurante
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	No
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si. “cuando estas con hambre, pero ningún pedido es el tuyo”
Descripción	Describe el contenido visual del meme:	Persona desesperada por comer, y aun no está su pedido, al final cuando llega el plato tiene una expresión de satisfacción
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Una mujer que espera con ansias a que le lleven su comida, pero como hay mucha gente debe

Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	esperar, lo que genera que el restaurante es muy concurrente Genera familiaridad y comunidad con la audiencia
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	Neutral
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Reflejo de situaciones cotidianas
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	Neutral
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	Este contenido, aunque humorístico, se basa más en situaciones cotidianas que en formatos memético establecidos, además refleja experiencias comunes relacionadas a la comida, potencialmente aumentando la relación del público con la marca

Nombre del Meme	Corazón	Imagen
Fecha de Publicación	5 de noviembre de 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@donivans.cafe	
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	Si
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme?	Amor por la comida, específicamente por le bolón de verde
	Humor	De acuerdo
	Crítica social/política	De acuerdo
	Cultura popular	Muy de acuerdo

Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	Expresión de amor por el plátano verde
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	“MI CORAZON LATE POR TI”
Descripción	Describa el contenido visual del meme:	Imagen de un bolón de plátano verde cubierto de queso sobre un fondo de madera
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Bolón en un fondo naranja con rayos y emojis enamorados a los lados
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	Amor por el bolón con queso
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	Si
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Refuerza la idea de ir a restaurantes a consumir comida como una forma de expresión emocional
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	De acuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	El meme utiliza el humor y el atractivo visual de la comida para crear una conexión emocional y cultural con los futuros clientes, apelando al amor por la comida como a los sentimientos

Nombre del Meme	Tigrillo	Imagen
Fecha de Publicación	16 de octubre del 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@donivans.cafe	
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si . Imagen de perro sonriente

Memes emergentes	Si es así, ¿Cuál es el medio propagable original? ¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	Si Adicción de texto y logo de la marca
Meme	Si es así, describa la alteración o remezcla: ¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea? Proporcione ejemplos de iteraciones adicionales del meme:	Si Variaciones con diferentes textos entusiasmo y felicidad
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme? Humor Crítica social/política Cultura popular	Estusiamo por comer en Donivan's Coffee Muy de acuerdo Muy en desacuerdo De acuerdo. Asociación de emociones positivas con la marca.
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	No
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si "ESTA ES LA CARA DE ALGUIEN QUE SE VA A COMER UN BUEN TIGRILLO"
Descripción	Describa el contenido visual del meme:	Perro chihuahua con una gran sonrisa
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Imagen de un perro sonriente en primer plano, que evoca felicidad y disfrute. Fondo con rayos naranjas, asociado con calidez y energía, aunque no directamente con el verde o la tradición. Logotipo de Donivan's Coffee en la parte superior, que asegura el reconocimiento de la marca.
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	Transmite alegría y cercanía, pero los elementos visuales no resaltan directamente la idea de sostenibilidad o conexión con la naturaleza.
Contexto cultural		

Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	De acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Adaptación de memes populares a contexto local
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	De acuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	Este meme adapta eficazmente un formato popular de internet al contexto local de la marca, creando una conexión emocional positiva con el lugar, demuestra como las marcas locales puedes utiliza la cultura memética para generar engagement

Nombre del Meme	Para llevar	Imagen
Fecha de Publicación	20 de septiembre de 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@donivans.cafe	

Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	No
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	No
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme?	Incomodidad al llevar comida cuando queda poco
	Humor	De acuerdo
	Crítica social/política	En desacuerdo
	Cultura popular	Muy de acuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	No
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si. "POV: cuando no queda mucho en el plato y te piden para llevar"

Descripción	Describe el contenido visual del meme:	Una mesera sonriendo incómodamente mientras sostiene el plato con poca comida
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Fondo del resurtan con una mesera esperando por algo que le pide la cliente
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	Tradición ecuatoriana machaleña, pedir una tarrina para llevar lo que te sobra de comida
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	Neutral
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Aborda de manera humorística situaciones comunes de las meseras del restaurante Donivan's
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	De acuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	El meme captura de manera efectiva una situación social incomoda común en restaurantes, utilizando el humor para abordar expectativas y cortesías sociales en torno a llevar comida.

Nombre del Meme	Lo que amas	Imagen
Fecha de Publicación	11 de septiembre del 224	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@donivans.cafe	
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	No
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	No
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No

Análisis de contenido

Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme? Humor Crítica social/política Cultura popular	Disfrutar la comida Neutral Muy en desacuerdo En desacuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	No
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si. “no dejes escapar lo que amas”
Descripción	Describe el contenido visual del meme:	Persona comiendo un bocado de bolón con entusiasmo
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Mesera dentro del restaurante limpiando una mesa, cuando pasa alguien con bolón y ella come
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	Hace referencia a que no dejes pasar las situaciones debes tomarlas, en este caso comerlas Se visualiza el logo de “Donivan’s en la indumentaria de las meseras
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	En desacuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Refuerza la idea de disfrutar la comida y los momentos
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	Muy en desacuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	Este contenido no es un meme en el sentido tradicional, sino más bien, un video promocional que utiliza una frase emotiva junto a un producto para crear una conexión emocional con los clientes

Nombre del Meme**Machaleño que se respeta****Imagen**

Fecha de Publicación	17 de julio del 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@donivans.cafe	
		
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	Si
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme? Humor Crítica social/política Cultura popular	Cultura local y conocimiento del plátano De acuerdo En desacuerdo Muy de acuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	Hace referencia a la cultura del plátano en la provincia
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si “machaleño que se respeta, sabe diferenciar entre”
Descripción	Describe el contenido visual del meme:	Plátano verde, plátano maduro y banana
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Imágenes de productos locales: plátano verde, banano y plátano maduro. Fondo marrón que sugiere tierra y naturaleza, vinculado a la agricultura. Marca Donivan's en la parte superior como un sello de respaldo.
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	Evoca la conexión entre los alimentos y la cultura local, destacando la importancia del conocimiento sobre productos básicos para la identidad machaleña
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	De acuerdo

Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Refuerzo de la identidad local, fortalece el orgullo y el conocimiento del plátano
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	De acuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	Este contenido utiliza un formato similar al de los memes al conectar con la identidad cultural de Machala, aunque no es un meme tradicional, emplea humor y referencias culturales específicas para generar engagement y fortalecer la conexión de la marca con su comunidad local.

Nombre del Meme	Meme	Imagen
Fecha de Publicación	16 de septiembre de 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@donivans.cafe	
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	Si
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme? Humor Crítica social/política Cultura popular	Promoción humorística de un bolón con queso Muy de acuerdo En desacuerdo Muy de acuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	Si, el bolón es algo muy típico ecuatoriano
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si, "si ves esto....me debes un bolón"

Descripción	Describe el contenido visual del meme:	Imagen de un bolón cubierto parcialmente de queso
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Bolón con una capa de queso en un fondo oscuro y naranja haciendo alusión a los colores de Donivan's
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	Se visualiza el logo de "Donivan's" en la indumentaria de las meseras
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	De acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Promueve la gastronomía machaleña en Donivan's
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	De acuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	El meme utiliza una estrategia de marketing ingeniosa que combina el atractivo visual de la comida con un desafío humorístico, fomentando la interacción y posiblemente aumentando las ventas del producto

Nombre del Meme	Tratar como en casa	Imagen
Fecha de Publicación	18 de junio del 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@donivans.cafe	
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	No
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	No
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme?	Calidad de atención al cliente

	Humor	En desacuerdo
	Crítica social/política	Muy en desacuerdo
	Cultura popular	Neutral
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	No
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si “cuando te dicen que la atención es como en casa”
Descripción	Describe el contenido visual del meme:	Una persona entra al local, y se sienta a comer como en casa y la mesera le dice que coma todo y que no sea quisquillosa con la comida
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Mesera con indumentaria con logo de Donivan's atendiendo a la clienta generando familiaridad y buen trato
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	Se visualiza el logo, tipografía y colores de “Donivan's en la entrada del local
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	En desacuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	neutral, refuerza la idea de atención personalizada en negocios locales
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	Muy en desacuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	Este contenido no es un meme tradicional, sino más bien un video que no destaca los valores de la marca, además utiliza un formato similar al de los memes para transmitir un mensaje sobre la calidad del servicio al cliente

Síntesis marca Donivans's

Relación con la promesa de marca: Donivan's como restaurante especializado en gastronomía orense muestra una fuerte relación con su promesa de marca. Su promesa

implícita es ofrecer auténtica comida de la provincia del oro, con un enfoque especial en los bolones, un plato típico del Ecuador. En cuanto a su relación con la marca, se evidencia la especialización de un plato emblemático de la cocina ecuatoriana como servicios. La oferta de una variedad de platos típicos, ingredientes locales y técnicas de cocina tradicionales en la región hacen una creación de una experiencia gastronómica que celebra y promueve la cultura culinaria orense.

Presencia de elementos de marca: Donivan's parece tener una presencia significativa de elementos de marca que reflejan. Su identidad regional en cuanto al logo, probablemente incorpora elementos visuales relacionados con la gastronomía s o específicamente. Con su marca, los colores corporativos también posibilitan utilizar la cultura del oro con verdes, marrones o dorados. La tipografía puede ser una fuente que sugiere tradición posiblemente con un toque moderno de atraer público diverso. Las imágenes, fotografías de las comidas, platos típicos, ingredientes frescos, locales y posiblemente imágenes de la provincia del oro también forman parte, así como el eslogan, lo que enfatiza la autenticidad de la cocina en la calidad gastronómica.

Coherencia con la identidad de marca *Donivan's* demuestra una fuerte coherencia con su identidad de marca. El nombre de *Donivan's* sugiere una personalización posiblemente relacionada con el fundador o una figura importante en la historia del restaurante. Asimismo, la comunicación de la marca se centra en autenticidad de sus recetas, la calidad de los ingredientes locales y la conducción de la cultura orense, por lo que la decoración del local incluye elementos típicos de la provincia de del Oro, creando un ambiente que transporta a los clientes de la región

4.1.2.3 Análisis de memes de Junior Salinas.

Tabla 9. Análisis de memes de Junior Salinas.

Nombre del Meme	Ganas de pelear	Imagen
Fecha de Publicación	13 de octubre de 2024	
Plataforma utilizada	Instagram y Tik Tok	
Autor (si se conoce)	@juniorsalinascomidadelmar	
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		

Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	No
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme? Humor Crítica social/política Cultura popular	Humor sobre situaciones en restaurante Muy de acuerdo En desacuerdo De acuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	No
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si “cuando te llaman a la mesa y escuchas el chisme”
Descripción	Describe el contenido visual del meme:	Mesero acercándose a una mesa de comensales que están en una conversación privada
Mensaje denotativo	Elementos visibles	el mesero llega la mesa y escucha un rumor de una pareja, no hay afinidad con la marca
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	La situación ocurre de fondo en el restaurante, pero no aparece el logo, tipografía, marca o algo que relacione al contenido con el restaurante
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	De acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Representación humorística de dinámicas sociales en restaurantes, refuerza estereotipos sobre el comportamiento de meseros y clientes
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	De acuerdo

Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	Este meme utiliza una situación común en restaurantes para generar humor, apelando a experiencias compartidas entre el público. Aunque no promociona directamente el negocio crea una conexión con la audiencia
------------------	---	---

Nombre del Meme	Recordarla	Imagen
Fecha de Publicación	3 de diciembre	
Plataforma utilizada	Instagram y Tik Tok	
Autor (si se conoce)	@juniorsalinascomidadelmar	

Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	No
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme? Humor Crítica social/política Cultura popular	Humor relacionado con frescura de alimentos Muy de acuerdo En desacuerdo De acuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	No
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si “todo te recuerda a ella”
Descripción	Describa el contenido visual del meme:	Chico con gorro de cocinero oliendo un pescado
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Un hombre oliendo un pescado grande en la cocina del restaurante, evidenciando la frescura del marisco
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	La situación ocurre de fondo en el restaurante, pero no aparece el logo, tipografía,

		marca o algo que relacione al contenido con el restaurante
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	De acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Humor local con la gastronomía, refuerza estereotipos humorísticos sobre olores y relaciones
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	De acuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	Este meme combina efectivamente el humor local con la promoción del negocio, utilizando un formato corto en redes sociales, jugando con olores y recuerdos personales

Nombre del Meme	Meme	Imagen
Fecha de Publicación	28 de noviembre de 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@juniorsalinascomidadelmar	

Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagable	¿El meme se originó como un medio propagable?	No
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	No
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	Si
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme?	Contenido humorístico del amigo secreto en Navidad, a todos les sale el jefe
	Humor	De acuerdo
	Crítica social/política	En desacuerdo
	Cultura popular	Muy de acuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	Si. El amigo secreto

Análisis visual y textual

Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	No
Descripción	Describa el contenido visual del meme:	Video sobre el jefe sorteando el papel para el amigo secreto, el chiste es que quiere ver la reacción de todos los trabajadores al saber que a todos les toco el jefe
Mensaje denotativo	Elementos visibles	El jefe llega a la oficina a involucrar a sus empleados en una actividad graciosa, no se evidencia nada relacionado a lo que ofrece este restaurante
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	Aparecen “Junior Salinas” en la entrada de la puerta del restaurante
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	Muy de acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Hace alusión a situaciones cotidianas de los ecuatorianos y sus modos de reaccionar
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	Neutral
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	El contenido del video genera engagemnete con la audiencia ya que se visualizan expresiones y coloquios propios de los ecuatorianos y eso hace que conecte con la marca

Nombre del Meme	Yo pago	Imagen
Fecha de Publicación	28 de noviembre de 2024	
Plataforma utilizada	Instagram y Tik Tok	
Autor (si se conoce)	@juniorsalinascomidadelmar	
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si

Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	No
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme? Humor Crítica social/política Cultura popular	Humor sobre citas y descuentos Muy de acuerdo En desacuerdo De acuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	Si, el actor Kevin Chapin
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	No tiene
Descripción	Describe el contenido visual del meme:	Chico invitando a comer a una chica y cuando va a pagar se le cae un preservativo y hace alusión al descuento de la comida
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Un hombre y una mujer sentados esperando pagar su comida, se visualiza la indumentaria de ecuador, no se visualiza la comida o el plato para determinar la especialidad del restaurante
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	Se visualiza una mesa en el restaurante, pero no aparece el logo, tipografía, marca o algo que relacione al contenido con el restaurante
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	De acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Genera conversación sobre temas tabú de manera humorística
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	De acuerdo

Breve conclusión Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior: Este meme usa humor atrevido, y puede ser controversial, pero busca generar contenido sorprendente y relacionado a temas de citas y relaciones en restaurantes

Nombre del Meme	¿Que tienes?	Imagen
Fecha de Publicación	18 de noviembre de 2024	
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@juniorsalinascomidadelmar	

Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	No
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	No
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme?	Humor sobre el comportamiento del mesero con relación a la atención del cliente
	Humor	Muy de acuerdo
	Crítica social/política	De acuerdo
	Cultura popular	De acuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	No
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	No
Descripción	Describa el contenido visual del meme:	Mesero atiende a pareja y no entiende lo que le dicen, al final termina de forma cómica contando su vida y haciéndoles espera por la comida
Mensaje denotativo	Elementos visibles	El mesero no evidencia le menú, ni habla de los platos o sobre lo que vende el restaurant, muy débil la identidad de marca

Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	En el restaurante, pero no aparece el logo o algo que relacione al contenido con el restaurante, no se sabe cuál es la especialidad de restaurante
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	De acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Representación humorística de situaciones que ocurren a los meseros y la reacción de los clientes particular
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	De acuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	Este contenido no es un meme en el sentido tradicional, sino más bien, un video humorístico que utiliza una situación cotidiana para crear una conexión emocional con los clientes

Nombre del Meme	Chisme	Imagen
Fecha de Publicación	20 de octubre de 2024	
Plataforma utilizada	Instagram y Tik Tok	
Autor (si se conoce)	@juniorsalinascomidadelmar	
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	No
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme?	Humor sobre comportamiento de empleados
	Humor	Muy de acuerdo
	Crítica social/política	De acuerdo
	Cultura popular	De acuerdo

Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	No
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si “en mi trabajo no hay chismes... el trabajo”
Descripción	Describa el contenido visual del meme:	Mesero escuchando un rumor y luego propagándolo
Mensaje denotativo	Elementos visibles	El jefe habla con un empleado y los demás piensan que es divertido, se visualiza indumentaria en los meseros, parece el uniforme de trabajo, colores de la empresa
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	Solo aparece una sección del restaurante no se visualizan platos o menús sobre lo que vende
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	De acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Representación humorística de estereotipos laborales
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	De acuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	Este meme utiliza humor basado en estereotipos laborales para generar engagement, aunque puede ser controversial, apela a experiencias compartidas y percepciones comunes sobre el comportamiento en entornos de trabajo

Nombre del Meme	Vigilancia	Imagen
Fecha de Publicación		
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@juniorsalinascomidadelmar	

Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagable	¿El meme se originó como un medio propagable?	No
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	Si
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme?	Humor sobre comportamiento de empleados Muy de acuerdo De acuerdo De acuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	No
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	Si “Cuando te enteras que el jefe te ve por las cámaras”
Descripción	Describe el contenido visual del meme:	El jefe del restaurante ve a los empleados por las cámaras y estos crean momentos divertidos pegándose notas de la espalda molestando al jefe para que el los vea por las cámaras
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Los empleados con hojas pegadas en la espalda para que los vea el jefe en un tono humorístico
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	Indumentaria con colores que pareciera están relacionados a la marca
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	Muy de acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Representa con mucho humor a los empleados y lo que quieren decir en realidad, pero lo hacen a través de bromas
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	De acuerdo

Breve conclusión Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:

Nombre del Meme	Mesero-Chisme	Imagen
Fecha de Publicación		
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@juniorsalinascomidadelmar	
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagable	¿El meme se originó como un medio propagable?	No
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	Si
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme? Humor Crítica social/política Cultura popular	Humor sobre comportamiento de empleados Muy de acuerdo De acuerdo De acuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	No
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	No
Descripción	Describa el contenido visual del meme:	Aborda de manera humorística situaciones comunes que escuchan las meseras del restaurante
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Indumentaria de color celeste y blanco relacionada al océano
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	No se visualiza la comida o algo relacionado a lo que ofrece esta marca, confunde a los clientes
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	De acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Genera contenido humorístico sobre situaciones cotidianas de los clientes

Conclusión

Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	Neutral
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	El contenido es muy usado en varios establecimientos, conecta con la audiencia con audios con los que se identifican los clientes y futuros consumidores

Nombre del Meme	La vecina	Imagen
Fecha de Publicación		
Plataforma utilizada	Instagram	
Autor (si se conoce)	@juniorsalinascomidadelmar	
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagable	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	Si
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	Si
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme?	Humor sobre comportamiento del dueño del local cuando hay falta de personal
	Humor	Muy de acuerdo
	Crítica social/política	De acuerdo
	Cultura popular	De acuerdo
Referencias	¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	Si, influencer ecuatoriano (La vecina)
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	No
Descripción	Describe el contenido visual del meme:	El jefe del trabajo esta corto de personal y atiende a un cliente desde que llega con todas las ocupaciones, guardia, recepcionista, mesero, chef, CM y más, al final el cliente le reclama, pero lo acepta porque estaba rica la comida

Mensaje denotativo	Elementos visibles	Alguien baja de un carro y es muy bien atendido por el personal del restaurante
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	Familiaridad y acogida con los clientes, en la entrada del restaurante se visualiza el nombre “Junior Salinas”
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	Muy de acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	La vecina es un personaje muy humorístico, el contenido que este hecho con ella conecta y familiariza al público, además evidencia que en el restaurante también comen personas famosas
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	Muy de acuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	El contenido es muy humorístico y conecta con mucha audiencia por el sentido del humor y de comunidad de la marca con todas las personas

Nombre del Meme	La cuenta dividida	Imagen
Fecha de Publicación	29 de agosto de 2024	
Plataforma utilizada	Instagram y Tik Tok	
Autor (si se conoce)	@juniorsalinascomidadelmar	
Categoría	Pregunta	Respuesta
Características del meme		
Tipos de medios propagables	¿El meme se originó como un medio propagable?	Si
Memes emergentes	¿El meme es una alteración o remezcla de un medio propagable?	No
Meme	¿El meme ha sido iterado y distribuido ampliamente en línea?	No
Análisis de contenido		
Tema principal	¿Cuál es el tema principal del meme? Humor Crítica social/política	Invitación a comer en la mejor marisquería de Machala De acuerdo En desacuerdo

Referencias	Cultura popular ¿El meme contiene referencias a eventos actuales o figuras públicas?	Muy de acuerdo Presencia de influencers ecuatorianos
Análisis visual y textual		
Texto	¿El meme incluye texto? Si es así, proporcione el texto del meme:	No
Descripción	Describa el contenido visual del meme:	Influencers probando mariscos en el restaurante Junior Salinos
Mensaje denotativo	Elementos visibles	Chef presenta sus platos a degustar por los clientes, evidenciando la especialidad marina del restaurante
Mensaje connotativo	Interpretación simbólica	En la entrada de visualiza el nombre del restaurante “Junior Salinas” aquí se visualizan mariscos y platos marinos para degustar, evidenciando que este restaurante tiene especialidad en productos del mar
Contexto cultural		
Reflexión cultural	¿El meme refleja aspectos de la cultura participativa digital?	Muy de acuerdo
Contribución cultural	¿Cómo contribuye el meme a la conversación cultural en línea?	Fusión de influencers con gastronomía local, relevancia del restaurante en la cultura popular local
Conclusión		
Ejemplo significativo	¿Considera que el meme es un ejemplo significativo de la cultura memética en línea?	De acuerdo
Breve conclusión	Proporcione una breve conclusión sobre el meme, basado en el análisis anterior:	Este contenido aprovecha la popularidad de los influencers para aumentar la visibilidad del restaurante, aunque puede no ser un medio tradicional, utiliza estrategias de contenido viral para generar interés y engagement

Síntesis marca: Junior Salinas

Relación con la promesa de marca. Junior Salinas, como restaurante de mariscos, parece tener una relación menos definida con su promesa de marca, aunque su promesa implícita es ofrecer mariscos exquisitos, la marca parece desviarse de este enfoque en su comunicación y estrategia de marketing. La relación con la promesa de marca se ve afectada

por un enfoque de contenido humorístico que no necesariamente se alinea con la oferta gastronómica. Además, la posible falta de énfasis en la calidad o preparación de los mariscos en su comunicación también influye y finalmente, una desconexión entre la identidad del restaurante como especialista de mariscos y su presencia en redes sociales o publicidad.

Presencia de elementos de marca. Parece tener una presencia de elementos de marca que no refuerzan completamente su identidad como restaurante de mariscos. En cuanto al logo, pueden no incorporar elementos claramente relacionados con marisco o gastronomía marina, además del escaso uso de colores que evoquen el mar o la frescura de los mariscos, seguido de la tipografía, que puede ser una fuente que no necesariamente comunica la idea de un restaurante de mariscos de alta calidad. También es posible que se enfoque más en el contenido humorístico que en imágenes apetitosas de sus platos o mariscos, finalmente carece de un eslogan claro que comunique su especialidad en mariscos.

Coherencia con la identidad de marca. Junior Salinas muestra una falta de coherencia con su identidad de marca como restaurante de mariscos. El nombre Junior Salinas no comunica inmediatamente la idea de un restaurante de marisco, algo que puede crear confusión sobre la identidad del negocio. La comunicación de marca se centra más en el contenido humorístico que en la calidad de sus mariscos o en la experiencia gastronómica que ofrece. Por otra parte, la estrategia de marketing al enfocarse en vídeos humorísticos puede estar no alineada con la imagen esperada de un restaurante de mariscos exquisitos. En cuanto a la interacción con los clientes en redes sociales, probablemente prioriza el entretenimiento sobre la información sobre sus platos o la calidad de marisco. Esta falta de coherencia puede resultar en una identidad de marca confusa, donde los clientes potenciales pueden no tener claro qué esperar del restaurante, mientras que el enfoque en el humor puede atraer seguidores en redes sociales podrían estar contribuyendo efectivamente a construir una reputación como restaurante de mariscos de calidad.

Síntesis de los resultados de las marcas

El estudio sobre los memes y su impacto en la percepción de la promesa de marca en marcas locales de Machala analizó tres marcas: *Donivan's*, *Junior Salinas* y *Chesco*. A través de entrevistas y análisis de contenido, se identificaron diversas estrategias en el uso de memes y su efecto en la comunicación y conexión con la audiencia.

En el caso de *Donivan's*, los memes se utilizan principalmente como una herramienta para entretener y aumentar el alcance en redes sociales. Aunque algunos contenidos podrían

aludir a elementos de la identidad local, la mayoría de los memes analizados no resaltan el papel del verde en su oferta gastronómica. Esto indica una desconexión entre el mensaje central que la marca quiere transmitir y la estrategia de utilizar memes en su contenido digital.

Por su parte, *Junior Salinas* emplea los memes como un recurso clave para captar la atención del público y, en última instancia, generar ventas. En esta empresa, el CEO desempeña un papel central en la creación de contenido, lo que refuerza la autenticidad y cercanía con la audiencia. Sin embargo, los memes analizados no enfatizan la promesa de marca la cual es ofrecer comida de calidad.

Chesco, en cambio, adopta un enfoque diferente al utilizar memes. Aunque la marca los emplea como parte de su comunicación digital, estos no están directamente vinculados con su promesa de marca, sino que funcionan más como una herramienta creativa para generar *engagement*.

En términos generales, el estudio concluye que, aunque los memes han sido efectivos para generar *engagement* y presencia digital, no están cumpliendo con el propósito de reforzar la promesa de marca. La manera en que cada marca los emplea está influenciada por su identidad y posicionamiento, lo que determina si estos se integran como parte de la comunicación de la promesa de marca o simplemente como un recurso creativo para atraer la atención del público.

4.2 Discusión de resultados

El análisis de los memes de las 3 marcas seleccionadas revela una tendencia creciente en el uso del humor y la cultura popular para conectar con el público objetivo. Estas marcas han adoptado estrategias de marketing digital que aprovechan las plataformas de redes sociales para generar *engagement* y promover sus productos o servicios, este enfoque está alineado con lo que García (2020) describe como la capacidad de los memes para condensar ideas complejas en formatos sencillos y atractivos, facilitando la interacción y la viralidad.

Todas las marcas utilizan el humor como herramienta principal para conectar con su audiencia y hacer que su contenido sea más compatible, ya sea a través de referencias a películas, situaciones cotidianas o gastronomía local, las marcas incorporan elementos culturales relevantes para su público objetivo. Lo que coincide con lo señalado por Wiggins y

Bowers (2015), quienes destacan que los memes son unidades de contenido digital que se propagan viralmente a menudo con variaciones que reflejan tendencias culturales actuales

Cada marca adapta su contenido a su nicho específico, ya sea fans de cine, amantes de la comida local o jóvenes consumidores, además muchos de los memes incluyen un llamado a la acción sutil, como etiquetar a un amigo, visitar el local o probar un producto específico. Este uso estratégico de los memes para fomentar la participación de los usuarios está en línea con lo que Freire et al. (2020) que menciona sobre la naturaleza participativa de los memes, que invita a los consumidores a interactuar y compartir el contenido.

El análisis sugiere que las marcas están adoptando estrategias de marketing de contenidos cada vez más sofisticadas, adaptándose a las preferencias de consumo de los medios de su audiencia, utilizando el humor y la cultura popular como vehículos para transmitir sus mensajes de marca, la efectividad de esta estrategia probablemente se refleja en el aumento del *engagement* en redes sociales y potencialmente en un incremento de la lealtad de marca y las ventas. Esto es consistente con los hallazgos de Man et al. (2020), quienes sugieren que los memes pueden funcionar como vehículos eficaces para transmitir la identidad de los valores de una marca

En el caso de *Chesco*, que tiene como promesa ofrecer pizzas de calidad acompañadas de una experiencia gastronómica auténtica, influenciada por la tradición italiana y se destaca por priorizar la calidad de sus ingredientes y la elaboración artesanal de sus recetas, comunicando frescura, sabor y autenticidad en cada interacción con sus clientes, este enfoque no se ve reflejado explícitamente en los memes que utilizan, mas bien es una herramienta que la manipulan para entretener. Sin embargo, el *Community manager* destaca que el tono de comunicar de la marca es informal e ideal para hacer memes, este hallazgo se alinea con lo que Vega et al. (2024) describen como la importancia de la propuesta de marca clara y relevante para impulsar el reconocimiento y la lealtad de los clientes

La segunda marca, *Donivan's*, está relacionada con realzar el verde, un alimento importante dentro de la gastronomía de Machala, su estrategia de contenido se centra en mostrar la autenticidad y el atractivo de la gastronomía de la provincia de El Oro. Los memes y contenidos visuales de esta marca resaltan la experiencia de disfrutar un buen desayuno, apelando a las emociones y el orgullo local y su comunidad, este uso de memes para crear una conexión emocional con los clientes está respaldado por los estudios de Muñoz et al. (2023),

quienes destacan que si los consumidores llegan a desarrollar una conexión emocional con la marca puede llegar a tener un impacto significativo en su posicionamiento de marca.

4.3 Conclusiones

- El análisis realizado demuestra que los memes tienen un impacto significativo en la percepción de la promesa de marca de las marcas locales de Machala. Su uso, basado en el humor y en referencias culturales locales, permite captar la atención del público y fortalecer el vínculo con la audiencia, lo que se traduce en un mayor *engagement* y reconocimiento de marca. Sin embargo, se evidencia que este impacto no siempre se relaciona directamente con la promesa de marca definida por cada marca.
- Las marcas locales de Machala utilizan los memes como parte integral de sus estrategias de comunicación, los memes se emplean para aumentar la visibilidad y la vitalidad del contenido, aprovechando su capacidad para condensar mensajes complejos en formato simple y atractivos, esta caracterización muestra que los memes son una herramienta eficaz para generar interacción y participación del público, adaptándose a las tendencias culturales y preferencias de la audiencia
- Las marcas locales definen y comunican su promesa de marca a través de una combinación de calidad de producto, autenticidad cultural y experiencias emocionales. la comunicación de esta promesa se realiza mediante contenido visual y textual que resalta los valores y la identidad de la marca, Si bien los memes forman parte de su estrategia de contenido, en la mayoría de los casos estos no reflejan explícitamente la promesa de marca. Más bien, funcionan como un recurso de *engagement* que refuerza la presencia digital de la marca sin necesariamente comunicar sus atributos diferenciadores.
- Existe una brecha notable entre los memes utilizados y la promesa de marca definida por las marcas locales. Aunque los memes reflejan aspectos de la identidad y el tono comunicativo de las marcas, en la mayoría de los casos no están directamente alineados con la promesa de ofrecer productos o servicios de calidad. Esto indica que, aunque los memes fortalecen la conexión con la audiencia, no siempre contribuyen a consolidar una percepción clara y consistente sobre la promesa de la marca.

4.4 Recomendaciones

- Las empresas locales de Machala deberían continuar utilizando memes como una herramienta estratégica en sus contenidos digitales. Sin embargo, deberían integrar de manera más estratégica su promesa de marca en la creación de memes, asegurando que estos no solo sean virales y atractivos, sino que también refuercen su posicionamiento en el mercado.
- Las marcas locales deben invertir en la capacitación de sus equipos de marketing en la creación y uso efectivo de memes, lo que incluye entender las tendencias actuales, las preferencias de su audiencia y cómo adaptar los memes para que sean relevantes y atractivos, también es importante que las marcas mantengan una presencia activa en las plataformas de redes sociales más populares para maximizar el alcance y vitalidad de sus contenidos.
- Para comunicar de manera efectiva su promesa de marca las empresas locales deben asegurarse de que todos los elementos de su comunicación incluidos los memes reflejen claramente los valores y la identidad de la marca. Esto puede lograrse mediante la creación de una guía de estilo de marca que incluye directrices sobre el uso de memes y otros contenidos visuales y textuales, además es crucial que las marcas mantengan una coherencia en todos sus canales de comunicación para reforzar su mensaje y construir una imagen de marca sólida y confiable
- Las marcas locales deben realizar evaluaciones periódicas de la coherencia entre sus memes y su promesa de marca, lo que implica revisar y ajustar sus estrategias de contenido para asegurarse de que los memes utilizados no solo sean atractivos y virales, sino que también sean alineados con la identidad de los valores de la marca, por lo que es recomendable que las marcas soliciten retroalimentación de sus consumidores para entender mejor cómo perciben los memes y si éstos refuerzan la promesa de marca de manera efectiva

Referencias

- Bueno Olivera, E. (2022). Los memes y su función en la propagación de la información. *AdComunica*(23), 175–197. <https://doi.org/https://doi.org/10.6035/adcomunica.5706>
- García, A. (2020). Memes y Políticas de Identidad. El poder de la risa en la cultura digital. *Arte y Políticas de Identidad*, 23(23), 144–162. <https://doi.org/https://doi.org/10.6018/reapi.461201>
- Zamora Medina, R., Gómez García, S., y Martínez Martínez, H. (2021). Los memes políticos como recurso persuasivo online . Análisis de su repercusión durante los debates electorales de 2019 en España. *Revista do CESOP, Opinión Publica*, 27(2), 681-704. <https://doi.org/https://doi.org/10.1590/1807-01912021272681>
- Abadía, I. (2023). Vamo a calmarno'. Los memes como dispositivos de referencialidad comunicativa. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*(119), 104-132. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1853-35232023000600104&script=sci_abstr&tlng=pt
- Arroyo Almaraz, I., y Díaz Molina , R. (2021). El Fenómeno del meme en la estrategia creativa de Netflix España. *Revista ICONO 14*, 19(2), 312–338. <https://doi.org/https://doi.org/10.7195/ri14.v19i2.1660>
- Avilés Rodilla, C., y Scalone , L. (2022). El meme en plataformas mediáticas Estilos discursivos, usos sociales y temáticas recurrentes del meme jujeño en Facebook. *Intersecciones en comunicación*, 1(16). <https://doi.org/https://doi.org/10.51385/ic.v1i16.147>
- Barros, M. (2021). Notas semióticas sobre os memes. *Fórum Linguístico*, 18(1), 5865-5876. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5007/1984>
- Bianca , R., y Parraga, J. (2020). MEMES EN INSTAGRAM: UN ESTUDIO DE CASO DE CUENTAS DEDICADAS A LA PRODUCCIÓN Y CIRCULACIÓN DE ESTAS NARRATIVAS CONTEMPORÁNEAS. *Perspectivas de la comunicación*, 13(1), 47-84. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.4067/S0718-48672020000100047>
- Campos, S., Cedeño, C., Palma, Y., y Campos, V. (2021). Los negocios digitales y su importancia en la era actual. *Dominio De Las Ciencias*, 7(1), 1029–1043. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/dc.v7i1.1755>

- Cisneros, A., Guevara, A., Urdánigo, J., y Garcés, J. (2022). Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que Apoyan a la Investigación Científica en Tiempo de Pandemia. *Dominio De Las Ciencias*, 8(1), 1165–1185.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23857/dc.v8i1.2546>
- Feria, H., Matilla, M., y Mantecón, S. (2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA? *Didáctica y Educación* 11(3), 62-79. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7692391.pdf>
- Freire Cabello, K., Rivera Rendón, D., y Ordoñez Iturralde, D. (2020). Estrategias de marketing digital como medio de comunicación e impulso de las ventas. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*(11).
<https://www.eumed.net/rev/cccss/2020/11/marketing-digital.html>
- García Rosales, D. (2020). Comunicación digital : estrategias integradas de marketing. *Questiones publicitarias*, 3(26), 57-58.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5565/rev/qp.354>
- Guanoluisa, C., Lomas, P., y Arévalo, R. (2023). EL MEME COMO HERRAMIENTA PARA INFORMAR DESDE LOS MEDIOS EN LÍNEA DE ECUADOR: CASO EL COMERCIO Y LA HORA TUNGURAHUA. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*(21), 47-62. <https://doi.org/https://doi.org/10.37135/chk.002.21.03>
- Hurtado León, I., y Toro Garrido , J. (2007). Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio. EPISTEME CONSULTORES ASOCIADOS C. A. .
- Islas Lira, A. (2020). Memes como Símbolos de Transmisión Cultural: Los Memes de las Redes Sociales. *Huella De La Palabra*(14), 28–49.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37646/huella.v14i14.14>
- Lalaleo Analuisa, F., Bonilla Jurado, D., y Vilcacundo Pérez, S. (2022). Relación entre la estrategia de comunicación y la toma de decisiones en el desarrollo de marketing mix digital en Multisa CAD como empresa 4.0. *REVISTA DE INVESTIGACIÓN SIGMA*, 10(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.24133/ris.v10i01.2924>
- Malodia , S., Dhir, A., Bilgihan, A., Sinha , P., y Tikoo, T. (2022). Meme marketing: How can marketers drive better engagement using viral memes? *Psychology & Marketing*, 39(9), 1775–1801. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/mar.21702>

- Man Chuah, K., Musfirah Kahar, Y., y Chin Ch'ng, L. (2020). We “Meme” Business: Exploring Malaysian Youths’ Interpretation of Internet Memes in Social Media Marketing. *International Journal of Business and Society*, 21(2), 931–944. <https://doi.org/https://doi.org/10.33736/ijbs.3303.2020>
- Mandiá Rubal, S., y López Ornelas, M. (2021). Marketing digital y posicionamiento web en comunicación científica: a propósito de un caso en el área de Comunicación. *Texto Livre*, 14(1), e26251. <https://doi.org/https://doi.org/10.35699/1983-3652.2021.26251>
- Marina Elizalde, N., y Ricaurte Quijano, P. (2022). Meme agresión y meme-bullying n modelo para analizar el uso de memes entre adolescentes. *Observatorio (OBS*)*, 16(3), 18-33. <https://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/2058/188188190>
- Maza Maza, R., Guaman Guaman, B., Benítez Chávez, A., y Solis Mairongo, G. (2020). Importancia del branding para consolidar el posicionamiento de una marca corporativa. *Killkana sociales: Revista de Investigación Científica*, 4(2), 9-18. <https://doi.org/https://doi.org/10.26871/killkanasocial.v4%7Bi%7D2.459>
- Morisaki Mego, J., Morisaki Mego, F., Morisaki Mego, J., y Quispe Morisaki, R. (2023). La cultura de los memes en la actualidad y su impacto en la sociedad y educación. *Hacedor&*, 7(2), 210–224. <https://doi.org/https://doi.org/10.26495/rch.v7i2.2532>
- Muñoz Macías, S., Quinaluisa Morán, N., Cadena Miranda, D., y Romero Segovia, C. (2023). El impacto del posicionamiento de marca en las decisiones de compra de los consumidores. *ournal of Science and Research*, 8, 314–326. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.10573508>
- Norstrom, R., y Sarna, P. (2021). Memes de Internet en tiempos de confinamiento por Covid-19 en Polonia. *Revista Comunicar*, 29(67), 75-85. <https://doi.org/https://doi.org/10.3916/C67-2021-06>
- Peralta Mocha, M. (2022). Estrategias competitivas internacionales e identidad corporativa de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. *Revista de ciencias sociales*, 28(6), 428-440. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8598067>
- Piñeiro Naval, V. (2020). La metodología de análisis de contenido. Usos y aplicaciones en la investigación comunicativa del mbito hispánico. *Communication & Society*, 33(3), 1-16.

<https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/153298/Pi%c3%blairo-Naval%20%282020b%29.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

- Quispe, A., Pinto, D., Huaman, M., Bueno, G., y Campos, A. (2020). Metodologías cuantitativas: Cálculo del tamaño de muestra con STATA y R. *Revista del Cuerpo Médico Hospital Nacional Almanzor Aguinaga Asenjo* 13(1), 78-83.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35434/rcmhnaaa.2020.131.627>
- Ramos, C. (2020). Los Alcances de una investigación. *CienciAmérica, [S.l.]*, v. 9, n. 3, 1-6.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Román, D., Rodríguez, E., Baquedano, M., y Lopez, L. (2024). ChatGPT y su uso para perfeccionar la escritura académica en educandos de posgrado. *Praxis Pedagógica*, 24(36), 53-75.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26620/uniminuto.praxis.24.36.2024.53-75>
- Rúas Araújo, J., Rodríguez Martelo, T., y Fontenla Pedreira, J. (2021). La difusión de memes de contenido político durante la tercera ola de la COVID-19. *Cultura, Lenguaje Y Representación*(26), 209–227. <https://doi.org/https://doi.org/10.6035/clr.5843>
- Ruggeri, A. (2022). EL USO DEL MEME EN LAS ELECCIONES DEL 4-M ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS ARGUMENTATIVAS Y DE PROYECCIÓN DE IMAGEN DE ISABEL AYUSO COMO CANDIDATA Y ALCALDESA DE MADRID. *Cultura Latinoamericana: Revista de Estudios Interculturales*, 35(1), 230-264.
<https://editorial.ucatolica.edu.co/index.php/RevClat/article/view/4730>
- Solorzano, J., y Parrales, M. (2021). Branding: posicionamiento de marca en el mercado. *Revista Espacios*, 42(12), 27-39. <https://doi.org/10.48082/espacios-a21v42n12p03>
- Vega, C., Romero, D., y Aguilar, W. (2024). Estudio de los Factores que Inciden en la Percepción del Valor de Marca en los Consumidores de Comida Rápida de la Ciudad de Machala CASO MCDONALD’S. *593 Digital Publisher CEIT*, 9(1), 664-674.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33386/593dp.2024.1.2172>
- Virgüez, J., Sánchez Pineda, D., y Rodríguez Suanca, S. (2020). La comunicación de marketing en el comportamiento del consumidor para las organizaciones: revisión sistemática de literatura. *REVISTA BOLETÍN REDIP*, 9(1), 174-83.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36260/rbr.v9i1.906>

Wiggins, B., y Bowers, B. (2015). Los memes como género: un análisis estructural del paisaje de los memes. *New Media & Society*, 17(11), 1886-1906.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1461444814535194>

Yucra, T., y Bernedo, L. (2020). Epistemología e Investigación Cuantitativa. *IGOBERNANZA*, 3(12), 107–120. <https://doi.org/https://doi.org/10.47865/igob.vol3.2020.88>