

RESUMEN

La publicidad buscar captar el interés manera eficaz del consumidor, bajo la problemática de que existen continuos anuncios de publicidad de los productos naturales en medios de comunicación, se decide realizar un análisis de la publicidad en diferentes medios ATL, BTL, TTL, en los productos naturales en el cantón Santo Domingo, donde se usa el modelo de Ishikawa o espina de pescado, donde se identifica los medios de comunicación y publicidad que existen en el mercado, de los cuales se desconoce su cobertura, el tipo de servicio, los precios, tipos de horarios, entre otros, también se determina de manera exacta los objetivos y se crea la hipótesis de estudio. Para determinar el tamaño de la muestra se utiliza diferentes fuentes confiables de información como son: Superintendencia de Compañías, Sri, Cordicom. Para el análisis de la situación de estudio se escoge el método de Pareto que expone la ley del 80/20 donde se representa las diferentes empresas legales que están ubicadas en el cantón Santo Domingo, que son los medios de comunicación, y las empresas comercializadoras de Productos Naturales. Para el trabajo de campo en la recolección de información se efectúa con entrevistas se las tabula con el software Atlas ti. El mismo que brinda resultados favorables con imágenes diseñada como Red Semántica, para el respectivo análisis y resultados. Se detalla las conclusiones, recomendación y futuros estudios, se los hace en base a todos los resultados de la investigación.

Palabras Claves:

- **MEDIOS DE COMUNICACIÓN ATL, BTL, TTL.**
- **PRODUCTOS NATURALES.**
- **PUBLICIDAD.**

ABSTRACT

Advertising seeks to capture the interest of the consumer effectively, under the problem that there are continuous advertisements for natural products in the media, it is decided to perform an analysis of advertising in different media ATL, BTL, TTL, in the products in the Santo Domingo canton, where the Ishikawa or fish bone model is used, where the means of communication and publicity that exist in the market are identified, of which coverage, type of service, prices are unknown, types of schedules, among others, the objectives are also determined exactly and the study hypothesis is created. To determine the size of the sample, different reliable sources of information are used, such as: Superintendence of Companies, Sri, Cordicom. For the analysis of the study situation, the Pareto method is chosen, which exposes the 80/20 law, which represents the different legal companies located in the Santo Domingo canton, which are the media, and the commercialization companies of Natural products. For the field work in the collection of information is done with interviews tabulated with Atlas ti software. The same one that provides favorable results with images designed as Semantic Network, for the respective analysis and results. The conclusions, recommendation and future studies are detailed, they are made based on all the results of the investigation.

Keywords:

- **MEDIA ATL, BTL, TTL.**
- **NATURAL PRODUCTS.**
- **ADVERTISING.**