

Marketing Digital en la Conservación de las Especies: Caso Mindo
Baldeón González Cinthya Vanessa; Salazar Reyes Estefanía Alejandra
Universidad de las Fuerzas Armadas –ESPE

Avenida Gral. Rumiñahui s/n.
vanessab1976@hotmail.com- steph.reyes16@gmail.com

Resumen

El estudio plantea la necesidad de conservación de las especies en el ecosistema denominado Mindo, a través del uso de técnicas de Marketing digital, como mecanismo que conlleve a reflexiones filosóficas que destaquen la importancia de cada uno de los conceptos utilizados en su desarrollo. La biodiversidad se construye con la interacción de sistemas biológicos, ecológicos y etológicos, la conservación se originará de la armonía de dichos elementos. El Marketing digital, sirve de soporte para entablar procesos de comunicación a través de plataformas múltiples, los conceptos utilizados para su aplicación se relacionan con temas en donde se destaca a las especies de la zona de estudio. Armonía, naturaleza, especies, caos, vida..., son algunos de los temas a destacarse en el posicionamiento del lugar objeto de estudio.

Palabras clave

- **MARKETING DIGITAL**
- **ESPECIES**
- **MINDO**

Abstract

The study raises the need for conservation of the species in the ecosystem called Mindo, through the use of digital Marketing techniques, as a mechanism that leads to philosophical reflections that highlight the importance of each of the concepts used in its development. Biodiversity is built with the interaction of biological, ecological and ethological systems, conservation will originate from the harmony of these elements. Digital Marketing, serves as support to initiate communication processes across multiple platforms, the concepts used for its application are related to issues where the species of the study area are highlighted. Harmony, nature, species, chaos, life ..., are some of the issues to stand out in the positioning of the place under study.

Keywords

- **DIGITAL MARKETING**
- **SPECIES**
- **MINDO**