



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN

TESIS DE GRADO

TEMA:

LA PUBLICIDAD COMERCIAL EN LA RADIODIFUSIÓN DE LA CIUDAD
DE BABAHOYO.

Previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Educación,
Mención Comunicación Social.

AUTOR:

Denis Efrén Cabrera Loaiza

TUTOR:

Dr. Juan Tovar Gonzabay PhD.

BABAHOYO

2012



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA DE TESIS

Yo, Denis Efrén Cabrera Loaiza, portador de la cédula de ciudadanía # **070165523-5**, Egresado de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación, especialización Comunicación Social.

Declaro que soy el autor del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal.

Todos los aspectos académicos y legales que se desprendan del presente trabajo son responsabilidad exclusiva del autor.

Egresado: Denis Efrén Cabrera Loaiza



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
CERTIFICACIÓN

Dr. Juan Tovar Gonzabay PhD.

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que la tesis previa la obtención del título de Licenciatura en Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación, especialización Comunicación Social titulada:

LA PUBLICIDAD COMERCIAL EN LA RADIODIFUSIÓN DE LA CIUDAD DE BABAHOYO.

DE LA AUTORIA DEL INVESTIGADOR:

Denis Efrén CabreraLoaiza -----

Ha sido revisada en todos sus componentes, por lo que autorizo su presentación sustentación y defensa.

Dr. Juan Tovar Gonzabay PhD.

DIRECTOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL EXAMINADOR APRUEBAN EL
INFORME DE INVESTIGACIÓN SOBRE EL TEMA

“LA PUBLICIDAD COMERCIAL EN LA RADIODIFUSIÓN DE LA CIUDAD
DE BABAHOYO.”

DE LA AUTORIA DE:

Denis Efrén CabreraLoaiza-----

FIRMA DEL TRIBUNAL

DECANO O SU DELEGADO

SUBDECANO O SU DELEGADO

DELEGADO DEL H. CONS. DIR.

DIRECTOR DE TESIS

Ab. Narcisa Saldivia Gómez

SECRETARIA (e)

DEDICATORIA

Esta tesis la dedico:

A la fuente de toda mi inspiración, Dios, mi familia y muy especialmente a quienes ha sido mi fortaleza y mi apoyo en todo momento, Mi esposa Katherine, mis hijas Karen y Yolimar.

AGRADECIMIENTO

El autor deja constancia de su agradecimiento a la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación de la Universidad Técnica de Babahoyo.

Al Dr. Juan Tovar Gonzabay PhD. Director de mi tesis, al Lcdo. Marco Arteaga Calderón MsC. a los maestros que sin egoísmo nos impartieron sus conocimientos.

En general a todas aquellas personas que en menor o mayor grado han contribuido a la feliz culminación del presente trabajo.

INDICE

CONTENIDOS	Págs
PAGINAS PRELIMINARES	
I. Título o Portada	
II. Certificación	
III. Dedicatoria	
IV. Agradecimiento	
V. Índice General	
VI. Introducción	
CAPÍTULO I	
1.- CAMPO CONTEXTUAL PROBLEMÁTICO	
1.1. Situación nacional, regional y local o institucional	2
1.2. Situación problemática	5
1.3. Problema de investigación	6
1.4. Delimitación de la investigación	6
1.5. Objetivos	7
1.5.1. General	7
1.5.2. Objetivos específicos	7
1.6. Justificación	8
CAPÍTULO II	
2. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	
2.1. Alternativas teóricas asumidas	9
2.2. Desarrollo de categorías de análisis	16
2.3. Planteamiento de la Hipótesis	70

2.3.1. Hipótesis General	70
2.3.2. Hipótesis Particulares	70
2.4. Variables	70
2.5. Operacionalización de las variables	72

CAPITULO III

3. DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	
3.1. Modalidad de la Investigación	73
3.2. Nivel o Tipo de Investigación	73
3.3. Población	74
3.4.- Muestra	74
3.5.- Fuentes de obtención de la información	75
3.6.- Métodos y Técnicas de recolección de datos	76
3.6.1.- Métodos	76
3.6.2.- Técnicas de recolección de datos	77
3.7. Técnicas de procedimientos para el análisis de resultados	77
3.8.- Recolección de información	78

CAPITULO IV

4. ANALISIS DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.	
4.1. Entrevista dirigida a los periodistas	79
4.2. Encuestas dirigidas a los comerciantes	88
4.3. Encuesta dirigida a la ciudadanía	93
4.4. Comprobación de la hipótesis	96
4.5. Conclusiones	96
4.6. Recomendaciones	97

CAPÍTULO V

5. Propuesta alternativa	
5.1. Título	98
5.2. Objetivos	98

CAPITULO VI

6. MARCO ADMINISTRATIVO DE LA INVESTIGACIÓN	
6.1. Recursos	99
6.2. Presupuesto	100
6.3. Cronograma	101

CAPÍTULO VII

7.- BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

7.1. Bibliografía	102
7.2. Anexos	103

INTRODUCCIÓN

La publicidad tiene mucha antigüedad, existe desde los orígenes de la civilización y el comercio. Desde que existen productos que comercializar ha habido la necesidad de comunicar la existencia de los mismos; la forma más común de publicidad era la expresión oral. En Babilonia se encontró una tablilla de arcilla contendiente con inscripciones para un comerciante de ungüentos, un escribano y un zapatero que data del 3000 a. C. Ya desde la civilización egipcia, Tebas conoció épocas de gran esplendor económico y religioso; a esta ciudad tan próspera se le atribuye uno de los primeros textos publicitarios. La frase encontrada en un papiro egipcio ha sido considerada como el primer reclamo publicitario del que se tiene memoria. Hacia 1821 se encontró en las ruinas de Pompeya una gran variedad de anuncios de estilo grafiti que hablan de una rica tradición publicitaria en la que se pueden observar vendedores de vino, panaderos, joyeros, tejedores, entre otros. Todos ellos haciendo publicidad, con un solo objetivo capturar el mercado.

En la presente investigación se pretende evidenciar como este medio de mucha importancia para el desarrollo de los pueblos y las naciones incide directamente en los medios de los cuales se vale para cumplir su objetivo, hechos que en la actualidad han sido muy

controversiales por la manipulación que se diría que ejercen por su demanda.

Es así que en el primer capítulo se hace referencia al problema, en la que se describe la publicidad comercial en la radiodifusión y la relación con la acogida de la ciudadanía.

En el segundo capítulo se hace una compilación de informaciones precisas y necesarias en la que se sustenta mi tesis, la misma que me permitió tener una idea más clara y concreta sobre “La publicidad comercial en la radiodifusión”, Con sus respectivas variables, categorías, indicadores e ítems que pude comprobarlo en el trayecto de la investigación

En el capítulo tres se da a conocer la metodología e instrumentos de medición que se utilizo, la tamización de las encuestas aplicadas con su respectiva interpretación y análisis.

En el capítulo cuatro se encuentra el análisis de resultados, verificación de hipótesis, presentación, e interpretación y descripción de resultados, comprobación de la hipótesis y elaboración de las conclusiones y recomendaciones.

En el capítulo cinco se encuentra ubicada la propuesta alternativa.

En el capítulo seis, se da a conocer el marco administrativo, donde se indican los recursos, el presupuesto y el cronograma de actividades.

En el capítulo siete, se hace referencia de la bibliografía y los anexos que sustentan la presente investigación y propuesta.