



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN (REDISEÑADA)**



**EXAMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO DE GRADO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN**  
**COMUNICACIÓN**

**PROBLEMA:**

**ESTUDIO DEL CONSUMO DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN**  
**RADIAL EN LA COMUNIDAD DEL RECINTO JUNQUILLO**

**AUTOR:**

**MACIAS TERRANOVA NAYELLY MICHEL**

**TUTOR:**

**MSC. SÁNCHEZ VIDAL CARLOS RAÚL**

**BABAHOYO - 2023**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto va dedicado principalmente a Dios, por permitirme llegar hasta este momento tan importante para mi vida. A mis padres, quienes fueron el principal motivo para la construcción de mi vida profesional, por demostrarme su cariño y apoyo. A mi hijo David por ser mi fuente de motivación para superarme cada día y así poder luchar por mis metas y sueños para tener un mejor futuro y poder llegar a ser un ejemplo por seguir para él. A mi esposo y hermanos por estar a mi lado en todo momento con sus consejos y oraciones. A mis amigos por haber creado juntos buenos recuerdos, darme ánimos para no rendirme y hacer de esta experiencia una de las más especiales.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme fuerzas para superar los obstáculos y dificultades a lo largo de mi vida. A mi familia, por estar siempre presentes corrigiendo mis fallas y celebrando mis triunfos, demostrando la confianza y amor hacia mí.

Agradezco a mis amigos quienes han sido parte fundamental de mi vida por su apoyo, cariño y consejos, con lo cual, hemos podido crecer juntos en esta etapa. Asimismo, muestro mis más sinceros agradecimientos a mi tutor el Msc. Carlos Sánchez Vidal y demás maestros, por aportarme su conocimiento para desarrollar y culminar con éxitos este proyecto.

## RESUMEN

La radio siempre ha sido un medio de comunicación para informar al público, incluidas las comunidades rurales y remotas que no cuentan con mucha tecnología, como un dispositivo económico y accesible, que proporciona un acceso óptimo a la información.

La problemática de investigación se centra en el bajo consumo radial en la comunidad del recinto Junquillo, la misma que es causada por la aparición de nuevos aparatos tecnológicos y medios de información digitales, a esto se suma la desaparición de emisoras radiales y las nuevas formas de entretenimiento, la irrupción de las nuevas tecnologías supone una disminución del consumo de los medios tradicionales, donde la radio se está convirtiendo en la principal fuente de información.

El propósito del trabajo investigativo se enfoca en estudiar cuál es el nivel de consumo del medio de comunicación radial en la comunidad del recinto Junquillo, mediante un enfoque mixto, a través de las herramientas de revisión documental y encuestas, para poder establecer posibles razones por las que sus habitantes eligen y prefieren usar la radio ante las diversas alternativas que existen actualmente.

**Palabras clave:** estudio del consumo radial, medios de comunicación radiales, la radio en sectores rurales, recinto Junquillo.

### **ABSTRACT**

Radio has always been a means of communication to inform the public, including rural and remote communities that are low in technology, as an affordable and affordable device, providing optimal access to information.

The research problem focuses on the low radio consumption in the community of the Junquillo campus, which is caused by the appearance of new technological devices and digital information media, to this is added the disappearance of radio stations and the new forms of entertainment, the irruption of new technologies means a decrease in the consumption of traditional media, where radio is becoming the main source of information.

The purpose of the investigative work focuses on studying the level of consumption of the radio communication medium in the community of the Junquillo campus, through a mixed approach, through documentary review tools and surveys, in order to establish possible reasons for the that its inhabitants choose and prefer to use the radio before the various alternatives that currently exist.

**Keywords:** study of radio consumption, radio media, radio in rural areas, recinto Junquillo.

## Índice

<b>CONTEXTUALIZACIÓN</b>	
1. Planteamiento del problema .....	1
2. Justificación.....	2
3. Objetivos del estudio .....	3
3.1. Objetivo General .....	3
3.2. Objetivos Específicos .....	3
4. Línea de Investigación .....	4
<b>DESARROLLO</b>	
5. Marco Conceptual .....	4
5.1. Antecedentes .....	4
5.2. La radio .....	5
5.3. Comunicación radial .....	6
5.4. Medios de comunicación radiofónicos .....	7
5.5. Estudio del consumo radial .....	8
5.6. El consumo de la radio en zonas rurales .....	9
5.7. Radio online vs. radio tradicional .....	10
6. Marco metodológico .....	11
6.1. Enfoque .....	11
6.2. Método .....	11
6.3. Técnicas de investigación.....	12
7. Resultados .....	13
8. Discusión de resultados .....	16
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	
9. Conclusiones .....	18
10. Recomendaciones.....	19
<b>REFERENCIAS Y ANEXOS</b>	
11. Referencias bibliográficas .....	20
12. Anexos.....	24

## CONTEXTUALIZACIÓN

### 1. Planteamiento del problema

La radio es considerada como un gran avance por la capacidad de llegar a millones de espectadores creando oportunidades de comunicación accesible capaz de llegar a personas de todas las edades y clases sociales, revolucionó para siempre la forma de acceder a información y permitió un mayor desarrollo tecnológico.

La radio en América Latina inicia con su inserción en Argentina en el año 1920 luego, México, Brasil, Chile y Cuba mientras que en Ecuador los primeros equipos de radiodifusión llegaron a Guayaquil entre el año 1925 y 1927 cambiando el comportamiento social en el país, la primera emisora en transmitir su señal en onda corta fue Radio París en 1996 a la región de Guayaquil y sus alrededores.

La radio ha sido un instrumento de comunicación que mantiene informada a la sociedad incluyendo a los sectores rurales y comunidades más alejadas que no gozan de mucha tecnología, al ser un aparato de bajo costo, fácil adquisición y uso permite el acceso a la información de forma óptima.

Un siglo después de sus orígenes, la radio se enfrenta a un ambiente competitivo por la escucha de audio impulsada por los dispositivos y los hábitos de consumo digital. En este contexto, los podcasts se están volviendo cada vez más relevantes en relación de oferta y demanda. (Terol-Bolinches, Pedrero-Esteban y Pérez-Alaejos, 2021).

La problemática de investigación se centra en el bajo consumo radial en la comunidad del recinto Junquillo, la misma que es causada por la aparición de nuevos aparatos tecnológicos y medios de información digitales, a esto se suma la desaparición de emisoras radiales y las nuevas formas de entretenimiento.

Los factores anteriormente mencionados desencadenan una serie de efectos negativos en dicha comunidad, entre los que resaltan: la desinformación, la distorsión de

datos que desfavorece la construcción de opinión pública y el aumento de los niveles de desempleo en esa zona, un problema latente de la sociedad ecuatoriana.

Debido a esto, el propósito del trabajo investigativo se enfoca en estudiar cuál es el nivel de consumo del medio de comunicación radial en la comunidad del recinto Junquillo y establecer posibles razones por las que sus habitantes eligen y prefieren usar la radio ante las diversas alternativas que existen actualmente.

## **2. Justificación**

Son diversos los medios de comunicación que existen en la actualidad, sin embargo, el uso de la radio como principal fuente de información en las zonas rurales permite llevar a cabo el estudio del consumo radial en la comunidad del recinto Junquillo para conocer los principales factores que inciden en su elección y uso.

La aparición de nuevas tecnologías supone un decremento en el consumo de los medios de comunicación tradicionales, principalmente radiales sin tener en cuenta que aún existen sitios que no pueden acceder a dichos recursos, en donde la radio se convierte en la principal fuente de información.

Conocer si los habitantes de esta zona escuchan medios de comunicación radiales, los horarios en que usualmente escuchan los programas radiofónicos, que tipos de segmentos les gustan y por qué destinan un fragmento de su tiempo a consumir radio es de gran aporte para las comunidades periodísticas que requieren de este tipo de información.

Se identifica a los habitantes de la comunidad del recinto Junquillo como los principales beneficiarios, por otro lado, los medios de comunicación radiales de la provincia Los Ríos y los diversos colectivos de periodistas se convierten en los agentes que también gozan de un beneficio en esta investigación.



Además, es necesario resaltar que este tipo de estudios mixtos donde se pueden extraer datos relacionados con la calidad de los contenidos radiales y la cantidad de personas que los escuchan son de gran importancia porque se realizan desde una perspectiva científica que permite desarrollar habilidades y destrezas investigativas en la comunidad universitaria, en este caso la Universidad Técnica de Babahoyo.

Realizar indagaciones sobre contenidos radiales proporciona información de primera mano mediante los diversos métodos planteados, con fuentes verificadas a fin de tener razones que permitan establecer conclusiones certeras mediante los objetivos de esta investigación.

De este modo se logra poner en conocimiento a los colectivos periodísticos sobre los hábitos de comunicación que actualmente tienen los habitantes de este sector generando un impacto alto en su desarrollo informativo, cultural y educativo a través de los programas radiales.

### **3. Objetivos del estudio**

#### **3.1. Objetivo General**

- Analizar el nivel de consumo del medio de comunicación radial en la comunidad del Recinto Junquillo.

#### **3.2. Objetivos Específicos**

- Identificar los medios de comunicación radial a los que tiene acceso la comunidad del Recinto Junquillo.
- Determinar el grado de conocimiento sobre los medios de comunicación radial en la comunidad del Recinto Junquillo.
- Establecer los factores que influyen en la elección y uso de los medios de comunicación radial en la comunidad del Recinto Junquillo, como la calidad de la señal, la programación y la cobertura geográfica.

#### **4. Línea de Investigación**

El presente trabajo investigativo sobre el estudio del consumo radial en el recinto Junquillo tiene por objeto determinar cuáles son los factores que inciden en su elección y uso, de este modo el estudio se relaciona con la línea investigativa denominada: Gestión de la comunicación.

De igual forma, la investigación se enlaza a la sub línea investigativa: Producción periodística en prensa, radio y televisión. Los lineamientos establecidos pertenecen a la carrera de Comunicación de la Universidad Técnica de Babahoyo.

### **DESAROLLO**

#### **5. Marco Conceptual**

##### **5.1. Antecedentes**

Análisis del consumo radial de jóvenes y cómo este consumo afecta al medio de comunicación radial es un estudio que manifiesta la proliferación de dispositivos electrónicos como una causa por la cual se han producido cambios en el consumo de radio de los jóvenes. Las investigaciones muestran que los jóvenes de 18 a 25 años escuchan menos la radio y prefieren más las plataformas de música. El propósito de este estudio fue determinar el consumo actual de música y radio y cómo este consumo afecta a los medios de comunicación. Este proyecto utilizó encuestas y entrevistas a personas conocedoras del tema, los resultados arrojaron que la radio no pierda las características que le atribuyen los usuarios como: el entrenamiento, información, compañía y otros. (Rosales Durán & Vimos Pando, 2017).

Por otro lado, la investigación sobre el estudio de hábitos de consumo radial de la audiencia juvenil comprendida en edades de 15-19 años en el cantón Salcedo muestra que la investigación se realizó con una metodología mixta, es decir cualitativa y cuantitativa, que pretende analizar los hábitos de consumo radial de la audiencia juvenil entre las

edades de 15-19 años del cantón Salcedo, considerando, si esta audiencia elige a la radio como su medio favorito frente a otros medios y como resultado obtuvo que la radio tradicional pierde fuerza ante la fuerte acogida que tienen las plataformas digitales, no obstante, esta audiencia juvenil aún muestra interés por el mismo. (Chiliquinga Mora, 2017).

Otro estudio relacionado a esta temática se encuentra bajo el título de: Una aproximación cualitativa al consumo radial de la audiencia adulto mayor limeña en mismo que busca comprender el consumo de radio de los adultos mayores no solo en términos de horario y preferencias, sino también en términos de identificación, usabilidad, socialización, necesidades y comparación con otros consumos de medios. Para ello se realizó un estudio básico a nivel descriptivo exploratorio utilizando métodos cualitativos, la muestra estuvo conformada por 22 adultos mayores de un centro de ancianos municipal, y la técnica utilizada fue la entrevista semiestructurada. Entre los principales resultados de dicho estudio, se encontró que la motivación de estas personas para usar la radio fueron las emociones y la satisfacción emocional, especialmente cuando el consumo fue música, y que el medio de transmisión también permitió conocer diferentes realidades y temas que los ayudan a conectarse con otros. (Buendía Narciso, 2022).

## **5.2. La radio**

La radio puede comprender el desarrollo del entorno, proporcionar información sobre eventos, instituciones y actores de la sociedad y es un medio importante de socialización, aprendizaje, actitudes, sistemas de valores y adaptación de normas.

La radio es un medio que está sujeto a cambios tecnológicos. Desde sus inicios, también ha sido un lugar de comunicación pública que fomenta la participación, la intimidad y la interacción personal con su audiencia, ahora reforzada por las posibilidades que ofrece el entorno digital. (Martínez-Costa & Prata, 2017).

La radio también está comenzando a abrirse camino en los llamados productos y servicios convergentes, lo que significa que, en lugar de llegar a los usuarios y consumidores por separado, se integran en paquetes compactos para ser utilizados según sea necesario. Una estrategia de radio desarrollará marketing para diferenciar un producto o servicio de radio y destacarse como una marca global. (Herrerros, 2018).

Además de los beneficios de la comunicación, la presencia de la radio en los dispositivos móviles es una oportunidad única desde el punto de vista del acceso, especialmente para una sociedad más joven y tecnológicamente más activa. La radio evoca su propia dimensión sonora y tiende a intensificar la identificación del usuario con el medio. (Pedrero-Esteban & Herrera-Damas, 2017).

La radio también se utiliza para difundir en el exterior (a otras universidades y al público) proyectos e investigaciones universitarias, así como trabajos periodísticos resultantes de estudios como las licenciaturas en periodismo o la comunicación audiovisual. (Martín-Gracia, Marta-Lazo & González-Aldea, 2018).

Este medio de comunicación siempre ha sido uno de los más importantes del mundo, ya que el prototipo de la radio creó una nueva forma de comunicación que todavía se usa en la actualidad. Desde sus inicios hasta la actualidad, el medio radiofónico ha sufrido numerosos cambios, especialmente en los últimos años con el surgimiento y desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Estos avances tecnológicos han transformado la producción, distribución y consumo de medios, de los cuales la radiodifusión forma parte. Por lo tanto, podemos decir que la radio atraviesa un período de transformaciones complejas. (Ramos-Ruiz, 2015).

### **5.3. Comunicación radial**

La comunicación radial tiene otras ventajas, ya que es una forma de acción que puede reemplazar la auto compulsión, ahorrando tiempo y energía. El orden humano es

un orden simbólico, es decir, la capacidad humana de vincular lo ausente y lo posible a través del lenguaje y el trabajo, para que los programas de radio agreguen valor simbólico a las personas, organizaciones y dispositivos, creen consenso y acción cooperativa sin ninguna influencia indirecta, comunicaciones el poder inevitablemente tendrá un impacto negativo. (Velázquez & Álvarez, 2017).

Los medios de comunicación radial son una herramienta de comunicación omnipresente que cubre todas las clases de manera universal, socialmente se cree que es más fácil transmitir información y cuando a menudo en todos lados. Es el más adecuado y popular que en sí mismo es parte de las actividades diarias de todos. Una forma de comunicación que durante mucho tiempo ha sido un nombre familiar se ha asociado estrechamente con internet con el tiempo. Actualmente, se puede acceder a la información de noticias a través de una versión online e incluso acceder a determinadas cadenas de televisión a través de una señal de internet, ya que destaca las formas en que las radios utilizan el ciberespacio para comunicarse para campos más grandes. (Mamani Rosas, 2019).

#### **5.4. Medios de comunicación radiofónicos**

Los medios de comunicación radiofónicos son aquellos que transmiten información a través del sonido. Se basa en la reproducción de imágenes y sonido ambiental, utilizando el sonido para evocar lugares, ya sean paisajes naturales o el ruido de las ciudades. También utiliza entrevistas a personas, crea noticias, cápsulas informativas, anuncios y publicidades, retransmisiones deportivas e incluso conciertos enteros o música continua. El potencial de estos medios de difusión radica en la expresión oral, por lo que es necesario utilizar el lenguaje de difusión, es decir, el habla, la música, los efectos sonoros y el silencio. (Castro Vélez, 2019).

Entre las formas radiofónicas utilizadas en la enseñanza, podemos señalar las adaptaciones radiofónicas pertenecientes al género teatral, cuya función principal es la de transformar en sonido el contenido literario. También se utiliza para el realismo radiofónico, que crea mucha emoción. (Bazán, Saavedra, Llaro & Cabrejos, M., 2022).

Los medios de comunicación radiofónicos son muy importantes porque permiten la comunicación y pueden llegar a sectores que la televisión o Internet normalmente no pueden. Durante muchos años, la radio ha sido el único referente comunicacional al servicio de la población. (Zambrano Mantilla, 2021).

### 5.5. Estudio del consumo radial

Al verificar los hábitos de consumo de radio, se deben considerar los siguientes puntos:

- **Frecuencia:** Número de veces que una persona forma parte de la audiencia de una emisora de radio.
- **Horarios:** la cantidad de tiempo, en minutos u horas, que el espectador escucha la transmisión.
- **Lugar:** Un espacio físico fijo o móvil donde los espectadores están acostumbrados a escuchar una o más estaciones.
- **Actividad concurrente:** esta es la capacidad de una persona para realizar, realizar o completar una actividad, actividad o conjunto de tareas mientras escucha un programa.
- **Gustos:** Razones por las que los oyentes eligen el medio radiofónico. Estos motivos están relacionados con su estrecha relación con el programa, locutor u horario y varias posibilidades similares. Es una disposición favorable o preferencia por la transmisión de su contenido: musical, informativo, educativo, de entretenimiento o diverso.

El consumo de radio de los jóvenes oyentes depende del poco tiempo que dedican, alrededor de una hora y media al día, es decir, estos momentos son importantes para sus hábitos de consumo y uso simbólico de las amistades y lazos afectivos creados por la música. Confían en que la radiodifusión tradicional seguirá siendo un medio popular, ya que las audiencias universitarias encuentran su nicho en la empresa, la información, la instrucción, el entretenimiento y la expresión, esto hace que este ambiente sea íntimo en su vida diaria, lo que significa que existe una relación interactiva entre las propuestas de transmisión y las necesidades de estas audiencias. (Navarro & Portugal, 2019).

Los radiodifusores defienden estrategias basadas en políticas de derivación para mantenerse en el mercado y comercializar productos de acuerdo a una imagen profesional más visible, pero también crean aplicaciones para dispositivos móviles desde sus portales y plataformas digitales, descargan programas completos de transmisión para verlos en cualquier sala, que les permitirá llegar y relacionarse con un público más joven y facilitar los sistemas habituales de consumo para la nueva generación de usuarios, como los podcasts. (Peinado-Miguel, Rodríguez-Barba & Rodríguez-Pallarés, 2017).

### **5.6. El consumo de la radio en zonas rurales**

La radio es un importante medio de comunicación para el desarrollo territorial. A pesar de los avances tecnológicos en el campo de la comunicación, la radio sigue siendo la forma de comunicación más común, accesible y altamente flexible. En las zonas rurales, a menudo es el único medio de comunicación con respecto a los problemas locales. (Galer & Hughes, 2020).

Aunque el consumo de la radio ha estado latente a lo largo de la historia a partir de su creación, en los últimos años frente a la Pandemia de Covid-19, este medio jugó un gran papel en el desarrollo educativo a nivel mundial. En algunas regiones, especialmente en las zonas rurales, las personas enfrentan mayores dificultades económicas y sociales

para acceder a los servicios y la conectividad a Internet. Esto dificulta que quienes no tienen acceso oportuno a ciertas tecnologías digitales continúen con sus estudios, dejando a la radio como una alternativa para continuar el proceso de aprendizaje en un ambiente aislado. (Carias Pérez, Hernando Gómez & Marín Gutiérrez, 2021).

La comunicación radial en la provincia de Los Ríos está muy usada debido a sus características geográficas y dado que la mayoría de la población vive en zonas rurales, la programación radial usualmente incluye transmisiones sobre noticias y además programas de género de opinión en horario matutino. (Elizalde Alvarado, 2019).

### **5.7. Radio online vs. radio tradicional**

Desde sus inicios, la radio ha sabido evolucionar y adaptarse a las novedades que ofrece la tecnología. De esta manera, pudo resistir la transición de la tecnología analógica a la digital y con la llegada de internet, los cuales son los últimos cambios dramáticos en la radio. (Acedo Pérez, 2014).

El surgimiento de la radio online depende del desarrollo del mundo y su tecnología, las redes sociales, aunque siempre son catalogadas como entretenimiento, actualmente complementan a la radio online. La radio es parte de la sociedad porque se ha convertido en un negocio para todos los que la escuchan. Ahora, a través de la transmisión online, ofrece contenido multimedia, haciéndolo aún más atractivo para los oyentes, a diferencia del contenido de transmisión tradicional, la radio online permite la interacción entre los medios y la audiencia. Además, el dinamismo del contenido en línea estimula la curiosidad y la imaginación de los usuarios. (Candongá Maldonado, 2018).

El desarrollo de la radio por Internet, a partir de medios sonoros, simultáneos y efímeros, ha asegurado la individualidad de la oferta y el consumo individual resultante de las múltiples posibilidades de selección, archivo y almacenamiento. En este sentido, la radio online no reemplaza a su contraparte, sino que la complementa, creando un



entorno de consumo mixto en el que los oyentes alinean sus necesidades e intereses con la plataforma y en combinación con la posibilidad de crear su propia estrategia de consumo. (Videla-Rodríguez & Piñeiro-Otero, 2017).

## **6. Marco metodológico**

### **6.1. Enfoque**

En el ámbito investigativo el enfoque mixto es el proceso de recopilar, analizar y combinar datos cuantitativos y cualitativos en el mismo estudio o serie de estudios para responder preguntas para producir información que permita la triangulación que parece ser una alternativa para crear diferentes caminos que conduzcan a una mayor comprensión e interpretación del fenómeno estudiado. (Medina, Quintero & Valdez, 2013).

El estudio del consumo radial es un tema que se relaciona con el enfoque mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo, en el cual se implementarán instrumentos de revisión documental y encuestas, los cuales serán distribuidos a los habitantes en la comunidad del recinto Junquillo.

### **6.2. Método**

En una investigación científica el método analítico-sintético consiste en una ruta cognitiva que adopta el lector para descomponer y recomponer la estructura textual siguiendo ciertas etapas a fin de comprender el significado del texto. (Portilla Menacho & Honorio Valverde, 2022).

El método utilizado para este estudio de caso es el analítico-sintético, el cual permite estudiar la información extraída mediante las encuestas y así determinar los factores que influyen en la elección y uso del medio de comunicación radial en la comunidad del Recinto Junquillo para de ese modo poder tener una conclusión general de la investigación.

### 6.3. Técnicas de investigación

Las técnicas empleadas en este estudio son la búsqueda de información bibliográfica a través de artículos científicos, revistas indexadas e instituciones públicas según lo requiera la investigación fundamentando conceptos y definiciones de las variables de investigación desde diversas posturas teóricas, por otro lado, para las encuestas que se realizarán a los habitantes del recinto Junquillo mediante el cuestionario cerrado de encuestas que contiene 10 interrogantes enfocadas en determinar el nivel de consumo. (Ver Anexo 2).

Para realizar las encuestas se determinó que el número de residentes del recinto Junquillo es aproximadamente el 3% de la población total de la parroquia Antonio Sotomayor del cantón Vinces, es decir, 2.469 habitantes, estos datos constan en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural Antonio Sotomayor del Cantón Vinces. (GAD Rural de Antonio Sotomayor, 2019).

Con dichos datos se determinó el tamaño de la muestra poblacional del recinto Junquillo con base en el sistema de cálculo de la Universidad de Granada, el cual arrojó que se deben ejecutar un total de 333 que demuestran un 95% de nivel de confianza, con un margen de error de 5,0%.

#### ***Ilustración 1.***

*Cálculo de la muestra del recinto Junquillo*

<b>MARGEN DE ERROR MÁXIMO ADMITIDO</b>	5,0%
<b>TAMAÑO DE LA POBLACIÓN</b>	2.469
Tamaño para un nivel de confianza del 95% .....	333
Tamaño para un nivel de confianza del 97% .....	396
Tamaño para un nivel de confianza del 99% .....	524

*Nota: Información obtenida del sistema de cálculo muestral de la Universidad de Granada.*

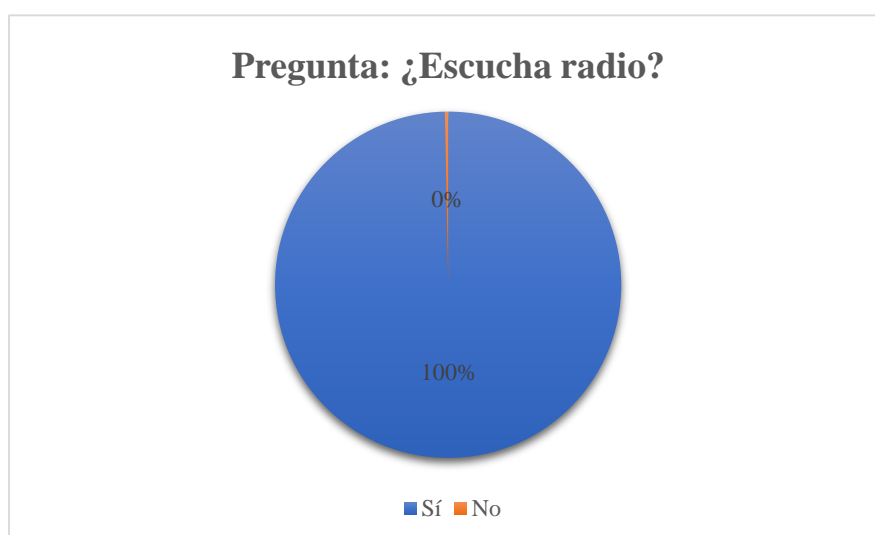
## 7. Resultados

A través de las encuestas realizadas a los habitantes del recinto El Junquillo para medir el nivel de consumo del medio de comunicación se obtuvieron los siguientes datos más relevantes:

- **Pregunta: ¿Escucha radio?**

Alternativa	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Sí	333	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>333</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia*



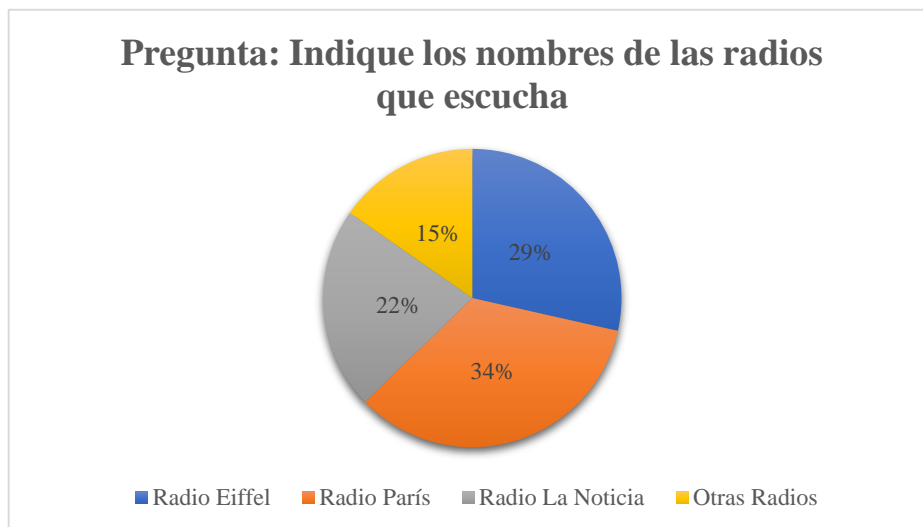
**Análisis:** De las 333 personas encuestadas en la comunidad del recinto Junquillo, todas manifestaron que escuchan la radio, demostrando que este medio de comunicación es muy consumido en este sector rural de la parroquia Antonio Sotomayor del cantón Vinces.

- **Pregunta: Indique los nombres de las radios que escucha**

Alternativa	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Radio Eiffel	95	29%
Radio París	114	34%
Radio La Noticia	73	22%
Otras Radios	51	15%

<b>Total</b>	<b>333</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------

*Fuente: Elaboración propia*



**Análisis:** De las 333 personas encuestadas en la comunidad del recinto Junquillo, 95 manifestaron que escuchan Radio Eiffel, 114 escuchan Radio París, 73 escuchan Radio l Noticia y 51 personas escuchan otras radios que son ajenas a la localidad, lo que refleja que la mayoría de las personas se informa a través de medios locales.

- **Pregunta: ¿Qué programas escucha en la radio?**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad de respuestas</b>	<b>Porcentaje de respuestas</b>
Noticias	111	34%
Deportes	49	15%
Cultura	24	6%
Educativos	7	2%
Música	109	33%
Otros	33	10%
<b>Total</b>	<b>333</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia*

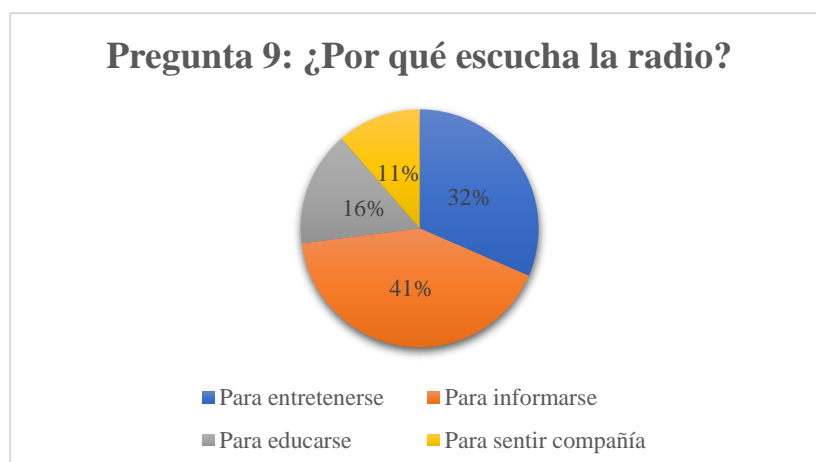


**Análisis:** De las 333 personas encuestadas en la comunidad del recinto Junquillo, 111 manifestaron que escuchan noticias en la radio, 49 escuchan contenido deportivo, 24 contenido cultural, 7 personas escuchan contenido educativo, 109 contenido musical y 33 personas escuchan otros contenidos en este medio radial.

- **Pregunta: ¿Por qué escucha la radio?**

Alternativa	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Para entretenerse	105	32%
Para informarse	138	41%
Para educarse	52	16%
Para sentir compañía	38	11%
<b>Total</b>	<b>333</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia*



**Análisis:** De las 333 personas encuestadas en la comunidad del recinto Junquillo, 105 escuchan la radio con el fin de entretenerse, 138 para informarse, 52 para educarse y 38 personas escuchan este medio radial para sentir compañía, estos datos reflejan las razones por las cuales las personas usan este medio.

- **Pregunta: ¿Por qué elige y usa la radio como medio de comunicación?**

Alternativa	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Por la calidad de la señal	137	41%
Por la programación	159	48%
Por la cobertura geográfica	37	11%
<b>Total</b>	<b>333</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia*



**Análisis:** De las 333 personas encuestadas en la comunidad del recinto Junquillo, 137 indicaron que eligen y usan el medio de comunicación radial por la calidad de la señal, 159 por la programación y 37 personas por la cobertura geográfica que estos medios poseen.

## 8. Discusión de resultados

Mediante la encuesta se pudo establecer que, en la primera pregunta referente a: ¿A qué género pertenece?, arrojó que, el 44% pertenece al sexo femenino, mientras que

56% al sexo masculino, dejando como resultado que la mayoría de la población en sintonizar radio son mujeres.

Asimismo, en la segunda pregunta donde se determina el rango de edad, dejó como resultado el 30% para edades de 18 a 25 años, mientras que el rango de edad de 26 a 45 reflejó un 34% y el de 46 a 60 tuvo un alcance del 36%, estableciendo que la mayor parte del recinto que escucha radio se encuentra dentro del rango de 46 a 60 años de edad.

Dentro de la pregunta número 3 denominada: ¿Qué medio de comunicación utiliza para informarse?, los habitantes del recinto El Junquillo con un 36% prefieren informarse por medio de la televisión antes que la radio. De las redes sociales que sirven para informarse, ya sea Facebook, Twitter, Instagram o TikTok, la comunidad de este recinto prefiere estar informada mediante Facebook con un 89%.

Por consiguiente, mediante la encuesta se pudo determinar los nombres de las radios que con frecuencia los habitantes del recinto El Junquillo escuchan, entre los cuales se encuentran: Radio París con un 34% de consumo, Radio Eiffel con 29%, Radio La Noticia con 22% y un 15% para otras radios.

Con lo que respecta a los programas que prefieren escuchar dentro de la radio, se obtuvo como resultado que el 34% prefiere escuchar Noticias, antes que cualquier otra programación existente. Asimismo, se preguntó cuál es el horario con mayor afluencia para escuchar una programación radial, el cual arrojó que gran parte de esta comunidad prefiere escuchar su contenido en el horario matutino.

En relación con la pregunta número nueve denominada: ¿Por qué escucha la radio?, el 41% de la población respondió que lo hacen por el hecho de poder informarse. De igual manera, en la última pregunta de la encuesta se evidenció como resultado que, el 48% de los habitantes eligen y usan la radio por su programación.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 9. Conclusiones

A través de los resultados obtenidos en esta investigación se concluye que, el nivel de consumo del medio de comunicación radial en la comunidad del Recinto Junquillo es alto, aunque existen otros medios que los habitantes prefieren para informarse, sin embargo, las personas siguen escuchando las emisoras radiales por los diversos contenidos que manejan en su programación.

Por otro lado, se logró identificar que los medios de comunicación radiales a los que tiene acceso la comunidad del Recinto Junquillo son Radio Eiffel, Radio París y Radio La Noticia, estas emisoras son del cantón Vinces, las mismas que proyectan un contenido referente a la situación de este sector.

Así mismo, se determina que los habitantes de la comunidad del Recinto Junquillo poseen un alto grado de conocimiento sobre los medios de comunicación radiales, los utilizan constantemente, haciendo que esta actividad forme parte de su vida diaria.

Se establecen que los factores que influyen en la elección y uso de los medios de comunicación radial en la comunidad del Recinto Junquillo son la calidad de la señal, la programación y la cobertura geográfica, sin embargo, el que más incide en su decisión es la programación que este medio ofrece a los habitantes de este sector.



## **10. Recomendaciones**

Se recomienda que, los directivos de las radios: Eiffel, París y La Noticia busquen constantemente contenidos que les permitan mantener su programación vigente en el mercado, asegurando su permanencia como uno de los medios de comunicación con mayor audiencia en el sector.

Por otro lado, se sugiere que los medios de comunicación radiales busquen e implementen nuevos formatos noticiosos que atraigan al público de este sector rural, para que, a la hora de decidir sobre un medio informativo, la radio sea su principal elección.

En cuanto a la calidad de la señal y la cobertura en esta zona rural del cantón Vinces, se aconseja que las principales autoridades a las que les compete solucionar las problemáticas de este sector realicen las gestiones necesarias para que se mejore este aspecto en la comunidad del recinto Junquillo.

Por último, se incita a que los habitantes del recinto Junquillo aprovechen de estos espacios radiales para poder visibilizar y solucionar los diversos problemas que aquejan a su comunidad, trabajando en conjunto para mejorar la calidad de vida de estas personas.

## REFERENCIAS Y ANEXOS

### 11. Referencias bibliográficas

- Acedo Pérez, C. T. (2014). La participación ciudadana en la radio tradicional y en la radio on line. . La participación ciudadana en la Cadena Ser en la era digital. Universidad Rey Juan Carlos: [https://burjcdigital.urjc.es/bitstream/handle/10115/12185/TFG\\_AcedoP%c3%a9rezCarmenTeresa\\_Febrero\\_13-14.PDF?sequence=1&isAllowed=y](https://burjcdigital.urjc.es/bitstream/handle/10115/12185/TFG_AcedoP%c3%a9rezCarmenTeresa_Febrero_13-14.PDF?sequence=1&isAllowed=y)
- Bazán, Z. D. L.; Saavedra, A. C.; Llaro, K. L. D.; Cabrejos, M. (2022). Medio de comunicación radial y competencias comunicativas en estudiantes del Perú. *Revista de ciencias sociales*, 28(5), 390-401: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8471699>
- Buendía Narciso, M. R. (2022). *Una aproximación cualitativa al consumo radial de la audiencia adulto mayor limeña*. Repositorio Institucional de tesis y trabajos de Titulación de la UNMSM: [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/18827/Buend%c3%ada\\_nm.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/18827/Buend%c3%ada_nm.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Candongá Maldonado, J. C. (2018). *De la radio tradicional a la radio on line: estudio de caso mediante las radiodifusoras de la provincia de Cotopaxi*. (Bachelor's thesis, Ecuador: Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC): <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/5757/1/PI-000875.pdf>
- Carias Pérez, F.; Hernando Gómez, Á.; Marín Gutiérrez, I. (2021). *Uso educativo de la radio en tiempos de pandemia en escuelas rurales chilenas*. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 146, 59-76.: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/140025/4381-12374-2-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castro Vélez, C. F. (2019). *Medios de comunicación radiofónicos y su influencia en la responsabilidad social en los habitantes de la ciudadela las Magaritas 2 del cantón Milagro*. Repositorio Digital UNEMI: <https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/5044/2/MEDIOS~1.PDF>
- Chiliquinga Mora, K. J. (2017). *Estudio de hábitos de consumo radial de la audiencia juvenil comprendida en edades de 15-19 años en el cantón Salcedo*. *Comunicación Social*. UTC. Latacunga. 89 p: <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3927/1/T-UTC-0424.pdf>

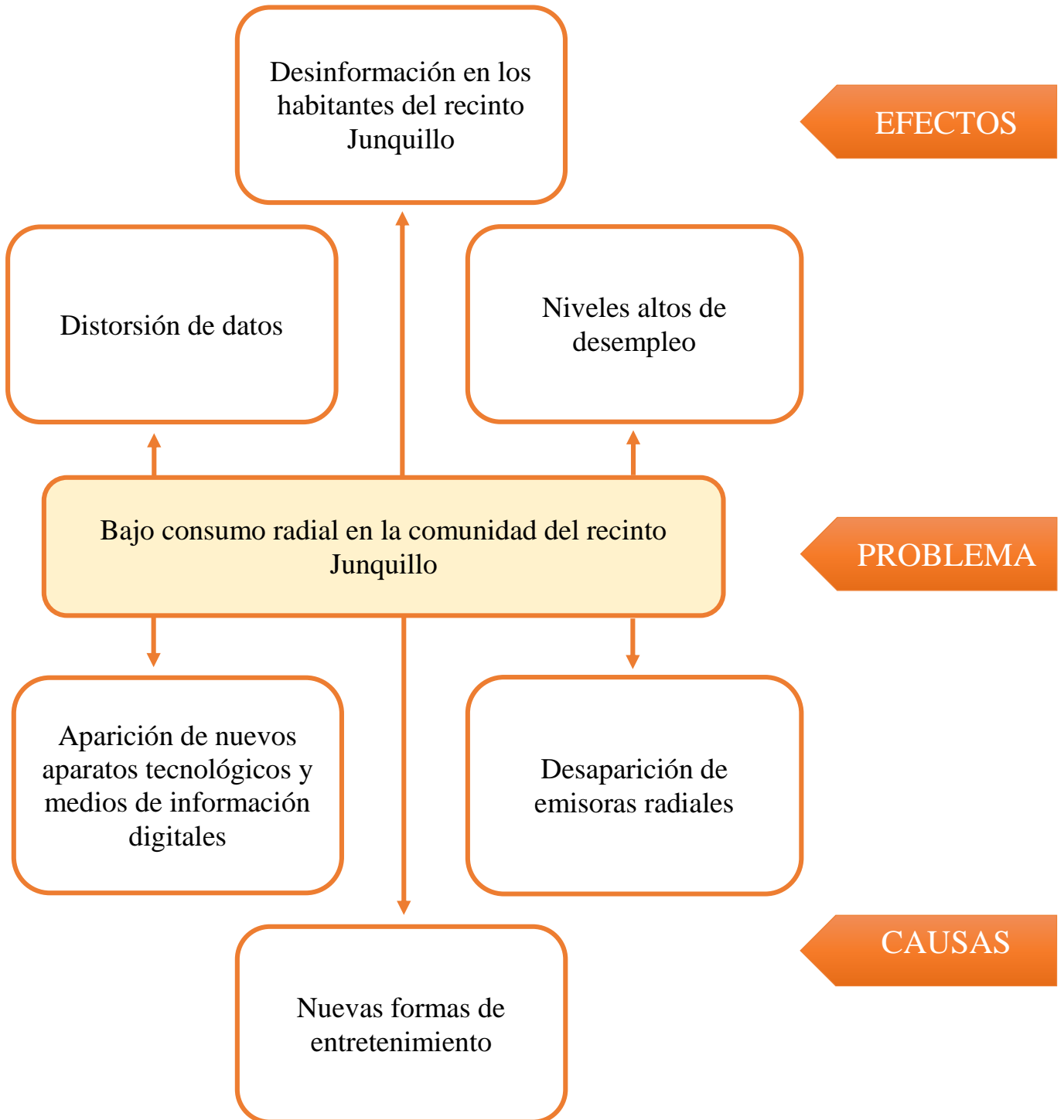
- Elizalde Alvarado, G. Z. (2019). *Incidencia del medio de comunicación radial parís 103.9 fm en la cultura política juvenil, en jóvenes de 18 a 29 años, en la ciudadela Los Mirtos, del cantón Vinces, en el año 2018*. Guayaquil. ULVR. Facultad de Ciencias Sociales y Derecho Carrera de Periodismo. 89 p.: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/3055/1/T-ULVR-2697.pdf>
- GAD Rural de Antonio Sotomayor. (2019). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA RURAL ANTONIO SOTOMAYOR*. <https://www.antoniosotomayor.gob.ec/wp-content/uploads/2021/06/PDOT-ANTONIO-SOTOMAYOR-2019-2023-FINAL-ACTUALIZADO-2.pdf>
- Galer, A. P., & Hughes, A. G. (2020). *La importancia de la radio en el trabajo de extensión rural en la Provincia del Chubut*. SIPAS. Sistema de Información Patagonia Sur. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Argentina.: [https://sipas.inta.gob.ar/sites/default/files/archivos/076\\_trabajo\\_eter\\_hughes.pdf](https://sipas.inta.gob.ar/sites/default/files/archivos/076_trabajo_eter_hughes.pdf)
- Herreros, M. C. (2018). *La radio en la convergencia multimedia*. Editorial Gedisa: [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=HtpgDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA4&dq=LA+RADIO&ots=1gyr69ZLwz&sig=v\\_M4z83UkCVX\\_GDw5OMOEH6-yhA#v=onepage&q=LA%20RADIO&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=HtpgDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA4&dq=LA+RADIO&ots=1gyr69ZLwz&sig=v_M4z83UkCVX_GDw5OMOEH6-yhA#v=onepage&q=LA%20RADIO&f=false)
- Mamani Rosas, J. Y. (2019). *La radio online: Un medio eficiente de comunicación*. Universidad Peruana Unión: [https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/2370/Jhonatan\\_Trabajo\\_Bachillerato\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/2370/Jhonatan_Trabajo_Bachillerato_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Martínez-Costa, M. D., & Prata, N. (2017). *La radio en busca de su audiencia: hacia una escucha diversificada y multiplataforma1*. Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 40, 109-128: <https://www.scielo.br/j/interc/a/hFnHm6hvV8wQH3LvxxkRFgP/?format=html&lang=es>
- Martín-Gracia, E.; Marta-Lazo, C.; González-Aldea, P. (2018). *La radio universitaria en su dimensión formativa: Estudio de caso de Radio Unizar*. Revista Mediterránea de Comunicación, 9(1), 49-68.: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/72025/6/ReMedCom\\_09\\_01\\_06.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/72025/6/ReMedCom_09_01_06.pdf)
- Medina, M. I. R.; Quintero, M. D. S. B.; Valdez, J. C. R. (2013). *El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales*. Tlatemoani: revista académica de investigación, (13), 8: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7325416>

- Navarro, E. D., & Portugal, R. (2019). *Consumo y hábito de la radio tradicional frente a la radio on line, en audiencias universitarias en Bolivia*. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación, (142), 283-302.: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7713718>
- Pedrero-Esteban, L. M., & Herrera-Damas, S. (2017). *La notificación push como estrategia informativa de la radio en el entorno digital*. Profesional de la información, 26(6), 1100-1107.: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2017.nov.09/37049>
- Peinado-Miguel, F.; Rodríguez-Barba, D.; Rodríguez-Pallarés, M. (2017). *Hacia un nuevo modelo de negocio radiofónico: la radio corporativa*. <http://repositorio.usj.es/handle/123456789/409>
- Portilla Menacho, G. E., & Honorio Valverde, C. F. (2022). *Aplicación del método analítico-sintético para mejorar la comprensión de textos argumentativos en los estudiantes del cuarto grado de educación secundaria de la IEP “Buena Esperanza” del Distrito de Nuevo Chimbote, 2021*. UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA: <https://repositorio.uns.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14278/3886/52400.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramos-Ruiz, Á. (2015). *Radio hertziana vs. radio en Internet: Un análisis comparativo*. Opción, 31(4), 758-774. : <https://www.redalyc.org/pdf/310/31045569045.pdf>
- Rosales Durán, I. I., & Vimos Pando, C. F. (2017). *Análisis del consumo radial de jóvenes y cómo este consumo afecta al medio de comunicación radial*. Universidad del Azuay: <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/6766/1/12762.pdf>
- Terol-Bolinches, R.; Pedrero-Esteban, L. M.; Pérez-Alaejos, M. (2021). *De la radio al audio a la carta: la gestión de las plataformas de podcasting en el mercado hispanohablante*. Historia y comunicación social, 26(2), 475-485: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/190283/TEROL-BOLINCHESPedrero-EstebanPerez-Alaejos%20-%20De%20la%20radio%20al%20audio%20a%20la%20carta%20la%20gestion%20de%20las%20p....pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Velázquez, A. S., & Álvarez, F. M. (2017). *La comunicación radial y la participación de los públicos en la sociedad cubana actual*. Quórum Académico, 14(1), 87-114.: <https://www.redalyc.org/pdf/1990/199053181004.pdf>

- Videla-Rodríguez, J. J., & Piñeiro-Otero, T. (2017). *La radio online y offline desde la perspectiva de sus oyentes-usuarios. Hacia un consumo híbrido*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 23(2), 1437-1455: [https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/20158/Videla\\_Rodriguez\\_JJ\\_2017\\_radio\\_online\\_offline\\_perspectiva\\_oyentes.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/20158/Videla_Rodriguez_JJ_2017_radio_online_offline_perspectiva_oyentes.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Zambrano Mantilla, J. J. (2021). *Medios de comunicación con espectro radiofónicos y su impacto en los medios radiofónicos digitales del cantón Quevedo, año 2020* . DSpace de la Universidad Técnica de Babahoyo: <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/10104/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000484.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## 12. Anexos

### Anexo 1: Árbol de problemas



*Fuente: Elaboración propia*

## **Anexo 2: Cuestionario de encuesta**

**1.- ¿A qué género pertenece?**

- Femenino
- Masculino
- Otro

**2.- Determine cuál es su rango de edad**

- 18-25 años
- 26-45 años
- 46-60 años

**3.- ¿Qué medio de comunicación utiliza para informarse?**

- Televisión
- Radio
- Prensa
- Redes sociales

**4.- De las redes sociales que sirven para informarse ¿cuál es la que más utiliza?**

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- TikTok

**5.- ¿Escucha radio?**

- Si
- No

**6.- Indique los nombres de las radios que escucha**

- Radio Eiffel
- Radio París
- Radio La Noticia
- Otras Radios

**7.- ¿Qué programas escucha en la radio?**

- Noticias
- Deportes
- Cultura
- Educativos
- Música
- Otros

**8.- ¿En qué horario escucha más la radio?**

- Mañana
- Tarde
- Noche

**9.- ¿Por qué escucha la radio?**

- Para entretenerse
- Para informarse
- Para educarse
- Para sentir compañía

**10.- ¿Por qué elige y usa la radio como medio de comunicación?**

- Por la calidad de la señal
- Por la programación
- Por la cobertura geográfica

### **Anexo 3: Ejecución de las encuestas**



*Nota: Encuesta realizada a los habitantes del recinto Junquillo*



*Nota: Encuesta realizada a los habitantes del recinto Junquillo*

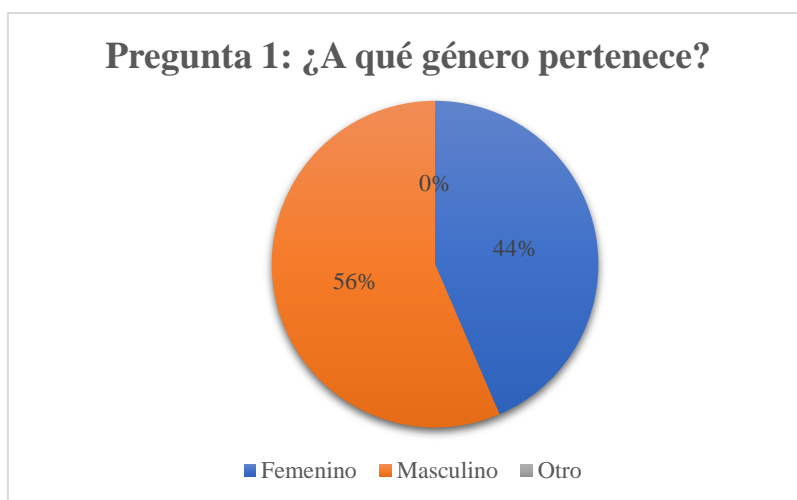


#### Anexo 4: Resultados de la encuesta

- **Pregunta 1: ¿A qué género pertenece?**

Alternativa	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Femenino	145	44%
Masculino	188	56%
Otro	0	0%
<b>Total</b>	<b>333</b>	<b>100%</b>

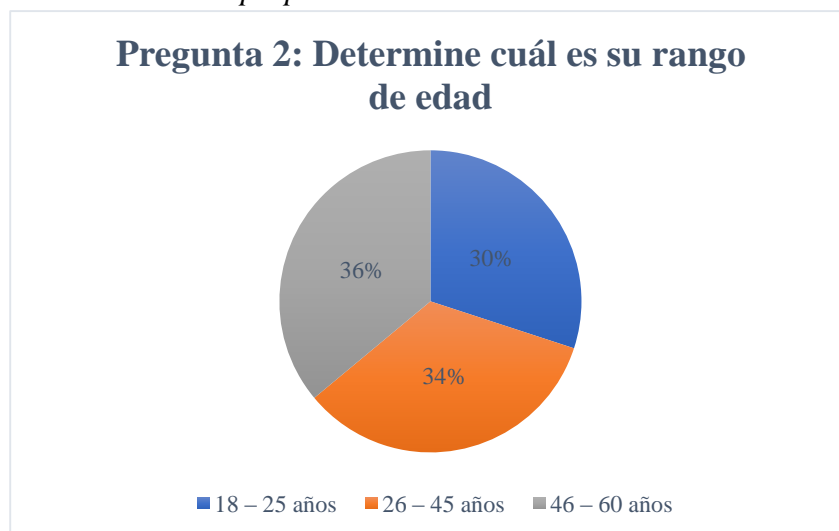
*Fuente: Elaboración propia*



- **Pregunta 2: Determine cuál es su rango de edad**

Alternativa	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
18 – 25 años	100	30%
26 – 45 años	113	34%
46 – 60 años	120	36%
<b>Total</b>	<b>333</b>	<b>100%</b>

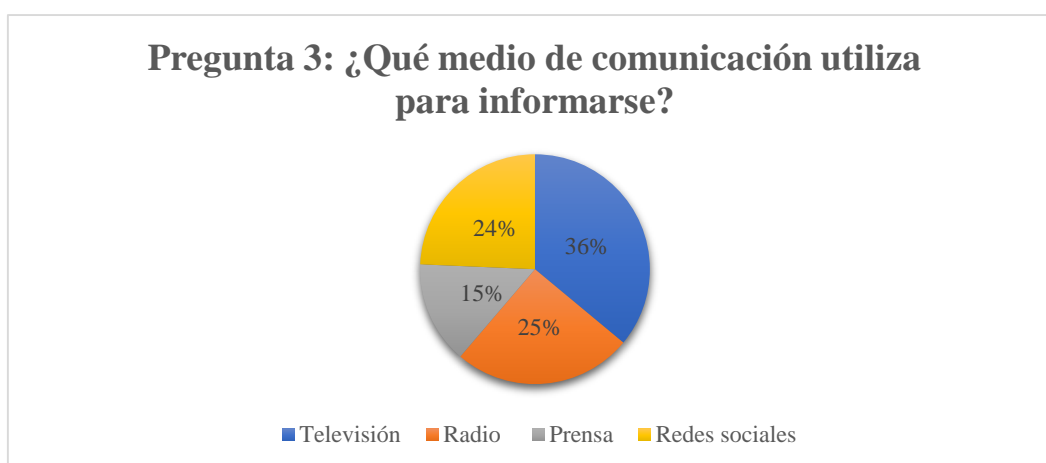
*Fuente: Elaboración propia*



- **Pregunta 3: ¿Qué medio de comunicación utiliza para informarse?**

Alternativa	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Televisión	120	36%
Radio	84	25%
Prensa	48	15%
Redes sociales	81	24%
<b>Total</b>	<b>333</b>	<b>100%</b>

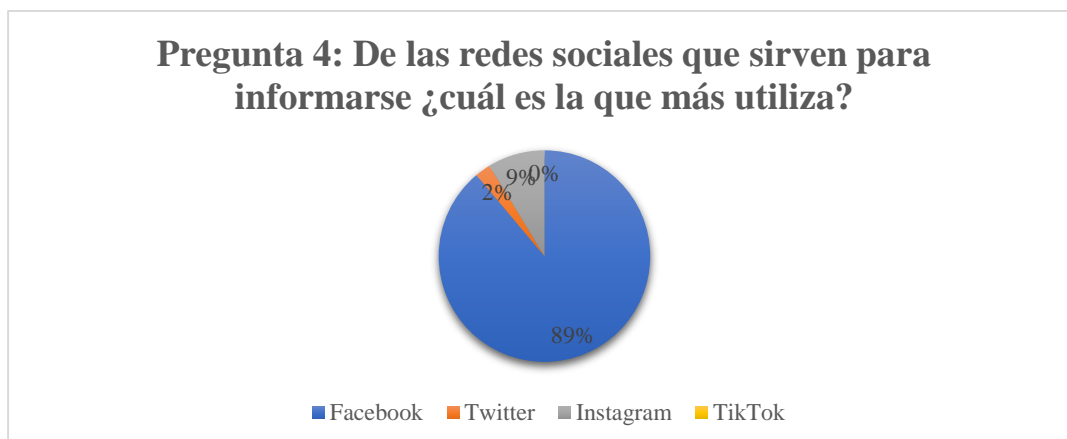
*Fuente: Elaboración propia*



- **Pregunta 4: De las redes sociales que sirven para informarse ¿cuál es la que más utiliza?**

Alternativa	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Facebook	296	89%
Twitter	8	2%
Instagram	29	9%
TikTok	0	0%
<b>Total</b>	<b>333</b>	<b>100%</b>

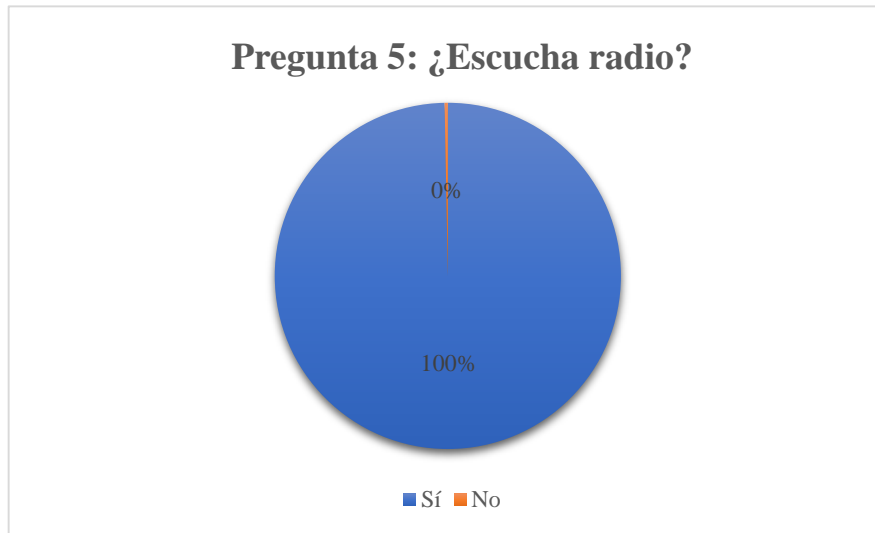
*Fuente: Elaboración propia*



- **Pregunta 5: ¿Escucha radio?**

Alternativa	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Sí	333	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>333</b>	<b>100%</b>

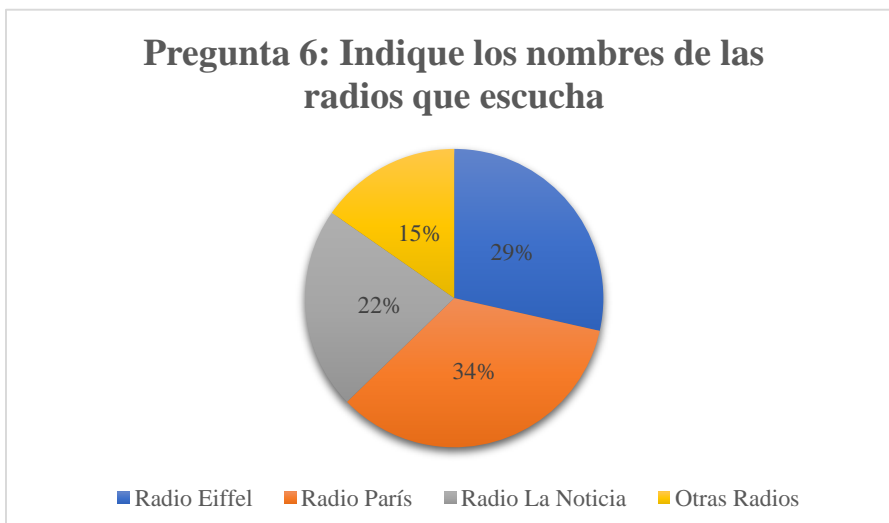
*Fuente: Elaboración propia*



- **Pregunta 6: Indique los nombres de las radios que escucha**

Alternativa	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Radio Eiffel	95	29%
Radio París	114	34%
Radio La Noticia	73	22%
Otras Radios	51	15%
<b>Total</b>	<b>333</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia*



- **Pregunta 7: ¿Qué programas escucha en la radio?**

Alternativa	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Noticias	111	34%
Deportes	49	15%
Cultura	24	6%
Educativos	7	2%
Música	109	33%
Otros	33	10%
<b>Total</b>	<b>333</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia*



- **Pregunta 8: ¿En qué horario escucha más la radio?**

Alternativa	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Mañana	180	54%
Tarde	73	22%
Noche	80	24%
<b>Total</b>	<b>333</b>	<b>100%</b>

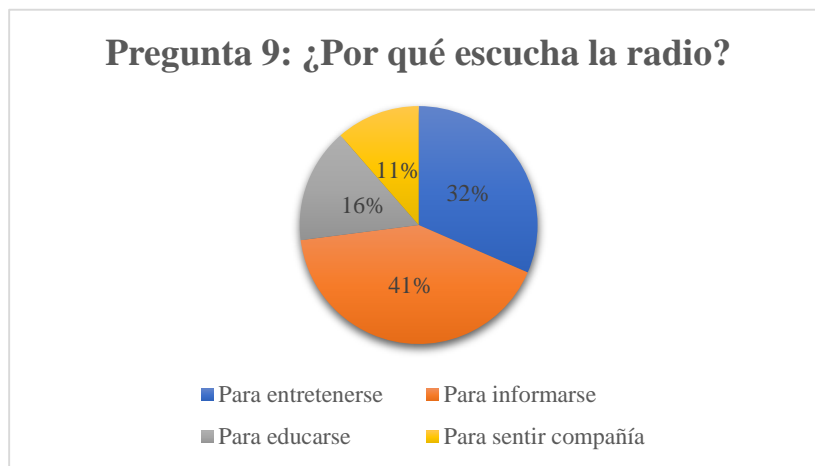
*Fuente: Elaboración propia*



- **Pregunta 9: ¿Por qué escucha la radio?**

Alternativa	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Para entretenerse	105	32%
Para informarse	138	41%
Para educarse	52	16%
Para sentir compañía	38	11%
<b>Total</b>	<b>333</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia*



- **Pregunta 10: Por qué elige y usa la radio como medio de comunicación?**

Alternativa	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Por la calidad de la señal	137	41%
Por la programación	159	48%
Por la cobertura geográfica	37	11%
<b>Total</b>	<b>333</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia*



## Anexo 5: Revisión del estudio de caso



*Nota: Revisión del estudio de caso con el docente tutor, Msc. Carlos Sánchez Vidal.*



*Nota: Reunión con el docente tutor para presentar avances del estudio de caso.*