



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de artículo académico previo a la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Impacto de la publicidad radial en las audiencias Millennials”

AUTOR: Carlos Enrique Escobar Almeida

TUTOR: Ing. Howard Fabián Chávez Yépez, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Julio 2020



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Howard Fabián Chávez Yépez, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Impacto de la publicidad radial en las audiencias Millennials**” presentado por el señor **Carlos Enrique Escobar Almeida** para optar por el título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 31 de enero del 2020



Ing. Howard Fabián Chávez Yépez Mg.

C.I. 1709032906

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Carlos Enrique Escobar Almeida**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized initials 'CEEA' enclosed within a large, loopy oval shape.

Carlos Enrique Escobar Almeida

C.I.0502125941

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. César Andrés Guerrero Velasteguí

C.I.1803101243



Ing. Arturo Fernando Montenegro Ramírez

C.I.1803845385

Ambato, 27 de mayo del 2020

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi artículo académico con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'C. Escobar', enclosed within a large, loopy oval shape.

Carlos Enrique Escobar Almeida

C.I.0502125941

RESUMEN EJECUTIVO

La radio es el segundo medio convencional de entretenimiento cultural, informativo, deportivo, musical y social en las preferencias de consumo en Ecuador, los estudios demuestran que los jóvenes son los principales consumidores. La imagen de las empresas depende mucho de la credibilidad y prestigio y uno de los canales para desarrollarla de manera positiva es la radio por su gran alcance, frecuencia de uso y costo

Es por esta razón que el presente trabajo de investigación se ha enfocado en realizar un amplio análisis en la ciudad de Ambato para la audiencia de la generación de los millennials, también denominados Generación Y o “nativos digitales”. Este grupo representativo del 66%, cuya característica principal es que la tecnología forma parte de su vida y a pesar que no nacieron con esta herramienta como la generación Z (nacidos desde 1996 hasta la actualidad), migraron de la era analógica hacia la digital.

Los datos arrojados por la investigación de campo aplicada a los oyentes indica que la radio es un buen medio para mantenerse informado y puede ser aprovechado de mejor manera, concluyendo que el dinero invertido en anuncios publicitarios radiales, son ineficientes cuando no pertenecen a un plan integrado de marketing.

Así la propuesta resultante de la investigación me direccionó para identificar las ventajas que presenta la radio es precisamente la segmentación de audiencias, lo que quiere decir que las diferentes emisoras por su formato, se diferencian en el tipo y la composición de sus audiencias por nivel socio-económico, sexo, género de música, bloques horarios.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, MILLENNIALS, RADIOYENTES, IMPACTO DE LA PUBLICIDAD, EFICACIA.

ABSTRACT

Radio is the second conventional means of cultural, informational, sports, musical and social entertainment in consumer preferences in Ecuador, studies show that young people are the main consumers; The image of the companies depends a lot on the credibility and prestige and one of the channels to develop it in a positive way is the radio due to its great reach, frequency of use and cost.

It is for this reason that this research work has focused on conducting a comprehensive analysis in the city of Ambato for the audience of the generation of millennials, also called Generation Y or "digital natives". This representative group of 66%, whose main characteristic is that technology is part of their lives and although they were not born with this tool as generation Z (born from 1996 to the present), they migrated from the analog to the digital era.

The data from field research applied to listeners indicates that radio is a good way to stay informed and can be better used, concluding that the money invested in radio commercials are inefficient when they do not belong to an integrated plan. of marketing.

So the proposal resulting from the research directed me to identify the advantages presented by radio is precisely the segmentation of audiences, which means that the different stations by their format, differ in the type and composition of their audiences by partner level -economic, sex, music genre, time blocks.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, MILLENNIALS, AUDIENCES, IMPACT PUBLICITY, EFFICACY.



CARTA DE ACEPTACIÓN

Por medio de la presente se le informa que el artículo:

Impacto de la Publicidad radial en las audiencias Millennials

De los autores:

Howard Fabian Chávez Yépez, Carlos Enrique Escobar Almeida

presentado a la revista Uniandes EPISTEME, ha sido aceptado para publicación. El artículo ha sido aprobado para su publicación el 1ro de julio de 2020, en el Volumen 7, Nro. 3, de julio-septiembre. ISSN: 1390-9150.

Sirva la presente para acreditar la aceptación de publicación del artículo a los 30 días del mes de enero de 2020.

Agradeciendo cordialmente su colaboración con la revista.

Dr. C. Raúl Comas Rodríguez, PhD.
Editor General
Uniandes Episteme



<http://45.238.216.13/ojs/index.php/EPISTEME/index>

Indexada en: Latindex Catálogo 2.0, Miar, REDIB, Dialnet, SIS, LatinRev, ERIH PLUS, Actualidad Iberoamericana