

UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Hotelería

CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**TÍTULO: EFECTIVIDAD DEL PROGRAMA PILOTO RADIAL “VISITANTES”
EN EL MERCADO Nº2 DE SURQUILLO**

MODALIDAD:

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PRESENTADO:

BACHILLER Daniel Antonio Quirós Quintanilla

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

2018

RESUMEN

La presente tesina trata sobre la efectividad que tuvo el programa piloto radial “Visitantes” en el mercado N°2 de Surquillo, el objetivo general de la investigación es: evaluar como es el impacto y entre sus objetivos específicos esta; conocer el nivel de aceptación y evaluar el contenido presentado durante la emisión.

La muestra que se utilizó fue no probabilística, por conveniencia. conformado por 100 personas entre hombres y mujeres cuyas edades eran entre los 18 a 34 años, la técnica que se empleo fue la encuesta personal o “face to face” y se elaboró un cuestionario que contenía 9 preguntas cerradas entre dicotómicas y politómicas. Para responder estas interrogantes fue necesario llevar a cabo la investigación de campo, emitiendo el programa piloto radial “Visitantes” por los altavoces del mercado N°2 de Surquillo el mismo día de la investigación.

Finalmente, se concluyó la investigación afirmando la efectividad del programa piloto radial “Visitantes” en del mercado N°2 de Surquillo. Quien, en primer lugar, logro generar efectos positivos en los oyentes del mercado, esto se vio reflejado en la investigación cuando los encuestados a través del cuestionario, eligieron se debe emitir los próximos programas de forma “Quincenal” esta elección fue voluntaria y es el tiempo que han preferido esperar para una nueva edición del programa piloto radial “Visitantes”. En segundo lugar, la aceptación logro ser alta en el público del mercado N°2 de Surquillo, porque los oyentes identificaron que pueden participar de forma activa en el programa, de esta forma durante la encuesta manifestaron su intención de participar en un próximo programa de forma voluntaria. En tercer lugar, el contenido que se desarrolló durante el programa, resulto ser agradable para los oyentes del mercado N°2 de surquillo, ya que los encuestados a través del cuestionario mostraron su interés hacia este tipo de programas.

PALABRAS CLAVES:

Radio, Efectos de Sonido, Radio Revista, Producción, Post Producción, Visitantes.