

	<b>GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>	<b>Código</b>	FO-SB-12/v0
	<b>ESQUEMA HOJA DE RESUMEN</b>	<b>Página</b>	<b>1/1</b>

## RESUMEN TRABAJO DE GRADO

**AUTOR(ES):**

**NOMBRE(S):** DANNY SAMUEL      **APELLIDOS:** JUSTACARO VILLAMIZAR  
**NOMBRE(S):** JHORMAN JAVIER      **APELLIDOS:** LEAL TELLEZ  
**NOMBRE(S):** LEYDI PATRICIA      **APELLIDOS:** PABÓN VELANDIA

**FACULTAD:** EDUCACION, ARTES Y HUMANIDADES

**PLAN DE ESTUDIOS:** COMUNICACIÓN SOCIAL

**DIRECTOR:**

**NOMBRE(S):** ERIKA ALEJANDRA      **APELLIDOS:** MALDONADO ESTEVEZ

**TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS):** ANÁLISIS DE LA EFECTIVIDAD DE LOS MENSAJES COMUNICATIVOS QUE LA EMPRESA CENS EMITE A SUS USUARIOS RESIDENCIALES POR MEDIO DE SU PROGRAMA RADIAL ALÓ CENS EN SAN JOSÉ DE CÚCUTA, DURANTE 2014 Y 2015

**RESUMEN**

El presente proyecto tiene como objetivo analizar la efectividad de los mensajes comunicativos que la empresa CENS emite a sus usuarios residenciales por medio de su programa radial “Aló CENS” en San José de Cúcuta, durante el 2014 y 2015. Se utilizó un tipo de investigación descriptivo y de campo con el uso de fuentes bibliográficas para la revisión de textos y artículos. Los resultados permitieron caracterizar la receptividad de los mensajes comunicativos que la empresa CENS produce y difunde a través de su programa radial Aló CENS. Igualmente, se estableció el grado de aceptabilidad que los usuarios tienen de los mensajes comunicativos que CENS difunde cotidianamente. Por último, se identificaron las motivaciones y expectativas de los usuarios de CENS, frente a las comunicaciones que reciben del programa radial Aló CENS.

**PALABRAS CLAVES:** mensajes comunicativos, CENS, programa radial, receptividad de mensajes.

**CARACTERÍSTICAS:**

**PÁGINAS:** 166      **PLANOS:**           **ILUSTRACIONES:**           **CD ROOM:** 1

<b>Elaboró</b>		<b>Revisó</b>		<b>Aprobó</b>	
Equipo Operativo del Proceso		Comité de Calidad		Comité de Calidad	
<b>Fecha</b>	24/10/2014	<b>Fecha</b>	05/12/2014	<b>Fecha</b>	05/12/2014

ANÁLISIS DE LA EFECTIVIDAD DE LOS MENSAJES COMUNICATIVOS QUE LA  
EMPRESA CENS EMITE A SUS USUARIOS RESIDENCIALES POR MEDIO DE SU  
PROGRAMA RADIAL ALÓ CENS EN SAN JOSÉ DE CÚCUTA, DURANTE 2014 Y 2015

DANNY SAMUEL JUSTACARO VILLAMIZAR

JHORMAN JAVIER LEAL TELLEZ

LEYDI PATRICIA PABÓN VELANDIA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD DE EDUCACION, ARTES Y HUMANIDADES  
PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2016

ANÁLISIS DE LA EFECTIVIDAD DE LOS MENSAJES COMUNICATIVOS QUE LA  
EMPRESA CENS EMITE A SUS USUARIOS RESIDENCIALES POR MEDIO DE SU  
PROGRAMA RADIAL ALÓ CENS EN SAN JOSÉ DE CÚCUTA, DURANTE 2014 Y 2015

DANNY SAMUEL JUSTACARO VILLAMIZAR

JHORMAN JAVIER LEAL TELLEZ

LEYDI PATRICIA PABÓN VELANDIA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de

Comunicador Social

Director

ERIKA ALEJANDRA MALDONADO ESTEVEZ

Comunicadora Social

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD DE EDUCACION, ARTES Y HUMANIDADES  
PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2016

ACTA DE SUSTENTACION DE UN TRABAJO DE GRADO  
PROGRAMA ACADÉMICO COMUNICACION SOCIAL

FECHA: San José de Cúcuta, 03 de Marzo de 2016

HORA: 9:30 am horas

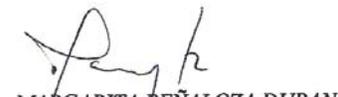
LUGAR: Salón 306 de Postgrados

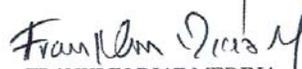
TITULO: "ANÁLISIS DE LA EFECTIVIDAD DE LOS MENSAJES COMUNICATIVOS QUE LA EMPRESA CENS EMITE A SUS USUARIOS RESIDENCIALES POR MEDIO DE SU PROGRAMA RADIAL ALÓ CENS EN SAN JOSÉ DE CÚCUTA, DURANTE 2014 Y 2015"

Director (a): ERIKA ALEJANDRA MALDONADO ESTEVEZ  
Comunicador Social

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CÓDIGO	CALIFICACION	A.M.L
DANNY SAMUEL JUSTACARO VILLAMIZAR	1330274	4.2	APROBADO
JHORMAN JAVIER LEAL TELLEZ	1330359	4.2	APROBADO
LEYDI PATRICIA PABON VELANDIA	1330146	4.2	APROBADO

  
CAROLINA GARCIA PINO

  
MARGARITA PEÑALOZA DURAN

  
FRANKLIN DIAZ MEDINA

  
FELIX JOAQUIN LOZANO CARDENAS  
Coordinador Comité Curricular  
Plan de Estudio Comunicación Social

## **Dedicatoria**

A Dios,

a nuestros padres,

a CENS Grupo EPM,

Tutores y todas las personas que de una u otra forma contribuyeron al desarrollo de este proyecto.

## **Agradecimientos**

A Dios nuestro padre, quién inspiró nuestro espíritu para la conclusión del proyecto de grado.

A Erika Maldonado, nuestra tutora de tesis, por sus conocimientos, dedicación, paciencia y comprensión con el desarrollo de este proyecto. De igual manera a la profesora Carolina García por su acompañamiento en la primera fase de investigación.

A nuestros padres, quienes nos apoyaron incondicionalmente durante este proceso de aprendizaje, acompañamiento y credibilidad como futuros profesionales.

A CENS Grupo EPM por su respaldo en la investigación realizada, en especial a María del Pilar López, Gestor del equipo Comunicaciones y a Juan Carlos Quintero, gestor del equipo Mercadeo y Educación al Cliente por su acompañamiento y orientación en nuestra labor, una entrega que ha sobrepasado las expectativas que como estudiantes depositamos en ellos.

## Contenido

	<b>pág.</b>
Introducción	16
1. Problema	19
1.1 Título	19
1.2 Planteamiento del Problema	19
1.3 Formulación del Problema	20
1.4 Objetivos	20
1.4.1 Objetivo general	20
1.4.2 Objetivos específicos	20
1.5 Justificación	21
2. Marco de Referencia	23
2.1 Antecedentes	23
2.2 Marco Teórico – Conceptual	35
2.3 Marco Contextual	58
2.4 Marco Legal	62
3. Diseño Metodológico	64
3.1 Tipo, diseño de Investigación y su Perspectiva General	64
3.2 Variables e Indicadores	66
3.3 Tipos de Investigación	67
3.3.1 Investigación bibliográfica	67
3.3.2 La Investigación descriptiva	67
3.3.3 Investigación de campo	67

3.4 Métodos de Investigación	68
3.4.1 Científico	68
3.4.2 Deductivo	68
3.5 Universo y Muestra	68
3.5.1 Fase 1	69
3.5.2 Fase 2	71
3.6 Fuentes y Procedimientos para la Recolección de Información	72
3.6.1 Fuentes primarias	72
3.6.2 Fuentes secundarias	73
3.6.3 Técnicas e instrumentos	73
3.6.3.1 Primera fase	73
3.6.3.2 Segunda fase	74
3.6.4 Proceso de selección de participantes y aplicación de instrumentos	76
3.6.4.1 Primera fase	76
3.6.4.2 Segunda fase	77
3.7 Fuentes y Procedimientos para el Procesamiento e Interpretación de la Información	78
4. Resultados	81
4.1 Caracterización de la Receptividad de los Mensajes Comunicativos que la Empresa CENS Produce y Difunde a través de su Programa Radial ALÓ CENS	81
4.1.1 Primera fase	83
4.1.2 Segunda fase	92
4.2 Establecer el Grado de Aceptabilidad que los Usuarios tienen de los Mensajes Comunicativos que CENS Produce y Difunde en su Programa Radial Aló CENS	96
4.2.1 Primera fase	97

4.2.2 Segunda fase	103
4.3 Identificar las Motivaciones y Expectativas de los Usuarios de CENS frente a los Mensajes Comunicativos que Difunde la Empresa a través del Programa Radial Aló CENS	107
4.3.1 Primera fase	109
4.3.2 Segunda fase	127
4.4 Análisis de la Efectividad	142
5. Conclusiones	147
6. Recomendaciones	150
Referencias Bibliográficas	152
Anexos	160