



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA DE PUBLICIDAD

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADA EN PUBLICIDAD

EFFECTOS DE LA DEPENDENCIA A LA TECNOLOGIA DE TELEFONIA
MOVIL COMO HÁBITO COMUNICACIONAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA
ESCUELA DE PUBLICIDAD DE LA UNIVERSIDAD LAICA VICENTE
ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL.

AUTORAS:

ANDREA PAOLA AGUIRRE MITE

KAROLA TERESA CASTRO CHANG

TUTOR:

MsC. MaE. CARLOS ESPINOZA CEVALLOS

GUAYAQUIL – ECUADOR

2015

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis Padres, que son mi apoyo incondicional, me alentaron para continuar, cuando parecía que me iba a rendir y fueron mi soporte moral y económico.

A mi hijo que por él mis esfuerzos nunca desvanecen.

A mi hermano que ha sido mi modelo a seguir en la vida.

A mis amigas quienes fueron un gran apoyo emocional durante el tiempo en que escribía esta tesis.

A todas esas personas que de una u otra forma formaron parte de mi cotidianidad para enriquecerme de experiencias y fortalecerme para culminar esta etapa de mi vida.

A esa persona especial que a pesar de muchos tropiezos y alegrías nunca trunco mis sueños , por estar conmigo en aquellos momentos en que el estudio y el trabajo ocuparon mi tiempo y esfuerzo, por ser parte importante en el logro de mis metas profesionales.

Andrea Paola Aguirre Mite.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a quiénes supieron guiarme por la vía correcta, ante los problemas que se presentaron durante su proceso de elaboración, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi madre por darme su ayuda y enseñarme tener perseverancia y coraje para conseguir mi meta propuesta.

A mis herman@s y familiares por estar siempre presente, con su apoyo incondicional.

Karola Teresa Castro Chang.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a DIOS por brindarme cada mañana un motivo para crecer y seguir con el Plan de Vida que tiene destinado para mí Amen.

Agradezco a mi Tutor MsC. MaE. Carlos Espinoza Cevallos, por su tiempo y dedicación sus conocimientos, sus orientaciones, su manera de trabajar, su persistencia, su paciencia y su motivación han sido fundamentales para mí.

Agradezco a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por haberme permitido formarme en ella.

Agradezco a todos mis maestros que fueron mi guía, fueron ustedes los responsables de realizar su pequeño aporte que el día de hoy se vería reflejado en la culminación de mi paso por la universidad.

Como no agradecer a familiares maternos y paternos que me han brindado aportes invaluable que servirán para toda mi vida.

Gracias Totales.

Andrea Paola Aguirre Mite.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a la fuerza espiritual que me ha guiado por el camino del bien, dándome sabiduría, inteligencia para culminar con éxito una etapa más de mi vida.

A mi madre y herman@s, que me han dado apoyo y empuje durante todo este proceso impulsándome a no dejar de luchar por lo que se desea alcanzar.

A ustedes, mis maestros, por sus consejos brindados, por sus enseñanzas por exigirme a ser cada día mejor profesionalmente y así poder servir a la sociedad con los conocimientos aprendidos.

A mi tutor MsC. MaE. Carlos Luis Espinoza Cevallos por su valiosa guía, durante la elaboración de este proyecto.

Y por ultimo pero no menos importante a esa persona especial que ha estado a mi lado amorosa y desinteresadamente brindándome lo mejor de sí para inspirarme a seguir adelante, por ti mi M.A.

Karola Teresa Castro Chang

Certificación de Aceptación del Tutor

Por medio de la presente comunico a Usted que las estudiantes Andrea Paola Aguirre Mite y Karola Teresa Castro Chang de la carrera de Publicidad han culminado con el desarrollo del trabajo de titulación “Efectos de la Dependencia a la Tecnología de Telefonía Móvil como Hábito Comunicacional de los Estudiantes de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil” el mismo que fue desarrollado bajo mi tutoría y ha sido concluido con excelentes estándares.

Agradezco de antemano su atención.

Cordialmente.

MsC. MaE. Carlos Luis Espinoza Cevallos

Tutor de Trabajo de Titulación

0907511505

Declaración de Autoría y Cesión de Derechos de Autor

La responsabilidad por las investigaciones realizadas, recolección de datos, resultados, interpretación y conclusiones corresponden exclusivamente a las autoras del presente trabajo.

Andrea Paola Aguirre Mite

CI. 0917456899

Karola Teresa Castro Chang

CI. 0919328898

ÍNDICE

introducción	1
Capítulo 1.	2
El Problema	2
1.1 Tema	2
1.2 Planteamiento del Problema	2
1.3 Formulación del Problema.....	3
1.4 Delimitación del Problema	3
1.5 Justificación del Problema	4
1.6. Sistematización de la Investigación	6
1.7 Objetivo General de la Investigación.....	7
1.8. Objetivos Específicos de la Investigación	7
1.9. Límites de la Investigación	8
1.10 Identificación de Variables	8
1.10.1. Variable Independiente	8
1.10.2 Variable Dependiente.....	8
1.11. Hipótesis	9
Capítulo 2.	12
Fundamentación Teórica	12
2.1 Antecedentes Referenciales y de Investigación.....	12
2.2 Marco Teorico.....	27
2.3. Marco Legal	30
2.4. Marco Conceptual.....	32
Capítulo 3.	42
Metodología de la Investigación.....	42
3.1. Métodos de Investigación	42
3.2 Población y muestra.....	43

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	44
3.3.1 Encuesta	45
3.3.2 Cuestionario aplicado	45
3.4. Análisis e Interpretación de Resultados.....	48
3.5. Conclusiones	59
3.4. Recomendaciones	59
Capítulo 4	60
La Propuesta	60
4.1. Titulo de la Propuesta	60
4.2 Justificación de la Propuesta.....	60
4.3. Objetivos de la Propuesta.....	60
4.4. Objetivos Especificos de la Propuesta	61
4.5. Fundamentacion de la Propuesta	61
4.6. Listado de Contenido	62
4.7. Desarrollo de la Propuesta	63
4.7.1. Tema de la Campaña.....	63
4.7. 2. Objetivos Publicitarios	63
4.7. 3. Estrategia Creativa	63
4.7. 3. Estrategia del Mensaje	63
4.7. 4. Piezas Publicitarias.....	64
4.7. 5. Presupuesto.....	69
Bibliografía.....	70
ANEXOS	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalizacion de las Variables	10
Tabla 2. Servicio Movil Avanzado.....	13
Tabla 3. Servicio Movil Avanzado Prepago.....	16
Tabla 4. Servicio Movil Avanzado Pospago	17
Tabla 5. Servicio Movil Avanzado Terminales de uso Publico	20
Tabla 6. Servicio Movil Avanzado Internet Movil.....	21
Tabla 7. Datos Generales.....	47
Tabla 8. ¿Posee usted un teléfono celular de última tecnología.....	48
Tabla 9. ¿Utiliza al 100% las aplicaciones de su teléfono celular?.....	49
Tabla 10. A más de realizar llamadas ¿cuál es el uso prioritario que le da a su teléfono celular?.....	50
Tabla 11. ¿En qué lugar guarda su teléfono celular?.....	51
Tabla 12. ¿Revisa constantemente su teléfono celular para ver si hay algo nuevo?.....	52
Tabla 13. ¿Está pendiente de su teléfono celular cuando se encuentra en una reunión social?.....	53
Tabla 14. ¿Está pendiente de su teléfono celular a la hora de la comida cuando está en familia, entre amigos o compañeros de trabajo?	54
Tabla 15. ¿Revisa su teléfono celular cuando camina en la calle o va en el bus?.....	55
Tabla 16. ¿Podría pasar una semana sin utilizar su teléfono celular?	56
Tabla 17. ¿Cree usted que el uso del teléfono celular ha afectado a la comunicación persona a persona?.....	57
Tabla 18. Presupuesto Publicitario	69
Tabla 19 presupuesto General	69

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1. Densidad.....	14
Gráfico 2. Participacion del mercado lineas cativas.....	15
Gráfico 3. Modalida Prepag- Postpago.....	18
Gráfico 4. Evolucion de lineas activas	19
Gráfico 5. Internet Movil.....	22
Gráfico 6. Datos Generales.....	47
Gráfico 7. ¿Posee usted un teléfono celular de última tecnología?.....	48
Gráfico 8. ¿Utiliza al 100% las aplicaciones de su teléfono celular?.....	49
Gráfico 9. A más de realizar llamadas ¿cuál es el uso prioritario que le da a su teléfono celular?.....	50
Gráfico 10. ¿En qué lugar guarda su teléfono celular?.....	51
Gráfico 11. ¿Revisa constantemente su teléfono celular para ver si hay algo nuevo? ...	52
Gráfico 12. ¿Está pendiente de su teléfono celular cuando se encuentra en una reunión social?.....	53
Gráfico 13. ¿Está pendiente de su teléfono celular a la hora de la comida cuando está en familia, entre amigos o compañeros de trabajo?	54
Gráfico 14. ¿Revisa su teléfono celular cuando camina en la calle o va en el bus?.....	55
Gráfico 15. ¿Podría pasar una semana sin utilizar su teléfono celular?	56
Gráfico 16. ¿Cree usted que el uso del teléfono celular ha afectado a la comunicación persona a persona?.....	57
Gráfico 17 Afiche 1	64
Gráfico 18 Afiche 2	65
Gráfico 19 Afiche 3	66
Gráfico 20 Vinil.....	67
Gráfico 21 Dummy.....	68

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Presupuesto	72
Anexo 1. Cronograma	73
Anexo 2. Validación.....	74

INTRODUCCIÓN

El propósito de la investigación ha sido distinguir la dependencia de los estudiantes de la escuela de Publicidad de la Universidad laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil hacia la tecnología de la telefonía celular y como han afectado a sus hábitos comunicacionales.

Los teléfonos celulares son equipos de uso personal para facilitar la comunicación entre las personas que se encuentran en diferentes lugares, permiten estar conectados con el mundo entero y realizar diferentes actividades tecnológicas que años atrás solo se podían realizar en un computador, causando en sus usuarios dependencia y cambios de hábitos en la forma de comunicarse de tal manera que las relaciones persona a persona de a poco están pasando a un segundo plano.

La investigación se realizó en la escuela de Publicidad de la Universidad laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil ya que este es el entorno donde hemos vivido nuestro ciclo universitario y nos interesa generar reflexión ante las diferentes situaciones que en el transcurso de nuestros años de estudio hemos observado por el mal uso de los teléfonos celulares.

De un universo de 300 estudiantes de la escuela de Publicidad de la Universidad laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil se tomó la muestra de 100 alumnos se realizó la encuesta y se determinaron las conclusiones y recomendaciones basándose de los resultados de la misma.

Estas conclusiones demostraron que existe un uso excesivo del teléfono celular y que afecta a las relaciones comunicacionales de persona a persona entre los estudiantes.

Para lo cual se propuso una campaña de concientización con el fin de recuperar los hábitos comunicacionales tradicionales y que a su vez esta campaña sea difundida por los mismos estudiantes de Publicidad de la Universidad laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil hacia las demás personas.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Tema

EFFECTOS DE LA DEPENDENCIA A LA TECNOLOGIA DE TELEFONIA MOVIL COMO HÁBITO COMUNICACIONAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE PUBLICIDAD DE LA UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL.

1.2. Planteamiento del problema.

En la actualidad la sociedad actúa de acuerdo a las tendencias, los factores económicos, culturales y tecnológicos los mismos que pasan por un proceso acelerado de crecimiento.

Hoy en muchos países en el mundo, las empresas de telefonía móvil, en los últimos años han utilizado la tecnología en una serie de modificaciones en sus productos para ofrecer a sus usuarios equipos más atractivos con la finalidad de obtener mayor participación en el mercado competitivo.

La presentación de teléfonos móviles de última generación y con avanzada tecnología ha hecho que los consumidores desarrollen mayor interés por adquirirlos y poder aprovechar la variedad de beneficios que estos aportan.

El mercado al que va dirigido principalmente estas empresas de telefonía celular es un mercado joven, haciendo que dependan de este medio de comunicación con una infinidad de aplicaciones que los desconectara del mundo real para sumergirlo en el mundo virtual

El problema no es el uso del teléfono celular ni sus aplicaciones que nos facilitan en la comunicación a diario por el avance de las tecnologías.

Lo que causa dependencia es el uso inadecuado de las diversas aplicaciones que nos ofrece el teléfono celular especialmente en los jóvenes pues ellos al estar más expuestos

a estas tendencias o modismos hace que estos sufran cambios en su forma de comunicarse.

Afecta a la comunicación de forma escrita, a las expresiones naturales a la narrativa que describe los estados emocionales de cada individuo hoy en día hacer saber un estado de ánimo solo se simplifica en un signo o símbolo, haciendo mal uso de la ortografía.

Es importante conocer las variables que hoy en día están afectando o favoreciendo a los estudiantes universitarios que usen estas herramientas de comunicación en telefonía móvil.

Pretendemos poner en evidencia la importancia y el tiempo que los jóvenes estudiantes universitarios de la escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil le dedican a un teléfono celular, como los influye y saber las reacciones de poseerlo o no.

El teléfono móvil se ha convertido en una necesidad para la vida cotidiana, involucrada en la interacción, en la vida social y entorno en general que constituye como persona.

1.3. Formulación del problema.

Para la formulación del problema se plantean las siguientes interrogantes:

- ¿El uso inadecuado de las tecnologías de los teléfonos celulares influye en los hábitos comunicacionales de los estudiantes de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil periodo 2015 – 2016?
- ¿Qué efectos causa la dependencia a las tecnologías del teléfono celular en los hábitos comunicacionales de los estudiantes de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil periodo 2015 – 2016?

1.4. Delimitación del problema.

La investigación se concentra en los Estudiantes de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil del periodo 2015 - 2016, abarca aspectos académicos y sociales del uso de las herramientas de la comunicación de

telefonía móvil y se complementa con la investigación cualitativa como fuente de información.

1.5. Justificación del problema.

La idea principal surge de la notoria dependencia de los Estudiantes de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil del periodo 2015 - 2016 hacia la tecnología del teléfono celular, se ha observado que no pueden separarse por mucho tiempo de este dispositivo móvil, lo que causa cambios de hábitos comunicacionales en el ámbito social y el poco interés de interactuar con profesores y compañeros en clases.

El teléfono celular sirve para agilizar la comunicación entre las personas, se puede mantener contacto con familiares, amigos, socios etc. que se encuentren en cualquier parte del mundo gracias a la tecnología, pero aunque se haya creado con este fin de facilitarnos la vida, también han traído problemas.

Podemos observar a nuestro alrededor en las calles, en el trabajo hasta en nuestro propio hogar como se está perdiendo el contacto personal.

En especial los jóvenes, ellos son parte de una generación donde es más fácil enviar un mensaje instantáneo que hacer una llamada, el uso de los Smartphone, Tablet, iPhone es indispensable para sus vidas, ya que estos dispositivos poseen una amplia variedad de aplicaciones y accesibilidad a las redes sociales.

Entre las varias aplicaciones podemos mencionar juegos, indicaciones de localización, noticias, libros, datos del tiempo y demás. Se pueden descargar de manera sencilla y en su mayoría son gratis.

Así mismo las redes sociales como Facebook Twitter, whatsapp Instagram etc. Que nos mantienen comunicados en todas las formas posibles.

El contacto directo entre las personas es menor que antes que surja esta tecnología y en los jóvenes es más acentuada esta situación, es verdad que la tecnología nos une pero a

la vez nos separa produciendo un aislamiento social, una crisis comunicacional, lingüístico, gramatical.

Es fácil ver como los jóvenes de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil del periodo 2015 - 2016 fijan su atención ya no a si se tiene saldo en teléfono móvil para realizar una llamada, si no en qué tipo de teléfono celular se tiene, si tiene megas para navegar, si tienes whatsapp si el plan es ilimitado de cuantos pixeles es la cámara, si puedes postear, etc.

La comunicación se ha limitado a un mensaje de texto a una nota de voz, claro hay mucha interacción, pero ¿Qué pasa cuando este joven se queda sin megas o se le daña el teléfono? ¿Qué pasaría con la comunicación entre los jóvenes sin el celular? ¿Podría interactuar con las demás personas?

De repente somos dependientes al teléfono celular, el equipo se convierte en una parte primordial de la vida.

Por esta razón es necesario identificar entre los estudiantes de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil del periodo 2015 – 2016 si conocen el verdadero uso del celular y el momento adecuado a utilizarlo, si conocen que hay efectos físicos psicológicos, sociológicos, neurológicos, neurolingüísticos

Se pretende identificar los conocimientos y hábitos del uso adecuado de las aplicaciones de los teléfonos celulares en los Estudiantes Universitarios de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, para poder utilizarlos como instrumento de información, que permita conocer como los estudiantes universitarios se ven afectados con el uso de tecnologías celulares.

Por esto nuestra investigación se enfocará hacia el conocimiento de las ventajas y desventajas de la tecnología celular, los cambios de hábitos comunicacionales y sociales, con la finalidad de comprobar si existen efectos y a qué grado afectan a las relaciones interpersonales.

Desde el punto de vista positivo los teléfonos celulares son tan funcionales para nosotros hoy en día que nos permiten realizar con comodidad pagos, compras, podemos enviar correos, hacer tareas, llevar una agenda.

Podemos estar en constante comunicación desde donde nos encontremos y compartiendo con todos aquellos que queremos por medio de las múltiples redes sociales y aplicaciones.

Obtenemos tantos beneficios por uso del teléfono celular aunque usarlo excesivamente observando desde el punto de vista negativo nos causa mucha distracción.

En ocasiones ocurren cosas importantes a nuestro alrededor que ni siquiera prestamos atención y nos las perdemos por estar pendiente de nuestro teléfono celular.

Se nota una adicción a su uso existen personas que tienen su vida completa en sus teléfonos celulares.

Es lamentable ver como la comunicación se ha transformado en un mensaje en un simple “emoticon” un signo un símbolo. Dentro del hogar a la hora de la comida, en una reunión social los grupos de amigos ahora son virtuales tienen tanto que decir mediante el celular pero cuando están frente a frente no hay comunicación.

El teléfono móvil «nos libera» (para darnos movilidad) pero se convierte en una atadura, ya que se espera que estemos siempre localizables, siempre «de guardia»

(Hjorth, 2009, p. 129).

1.6. Sistematización de la Investigación.

El problema se identificó observando en varios lugares el comportamiento de los usuarios que por estar pendiente de sus teléfonos celulares de última tecnología han perdido el contacto personal.

Surgió la idea de investigar cómo han influido en los hábitos comunicacionales este tipo de celulares dentro del entorno universitario.

Utilizando internet, realizando consultas bibliográficas, revisando datos, antecedentes, formulando preguntas se identificaron las variables y se generó la hipótesis que si hay dependencia y cambios en la conducta comunicacional por el uso excesivo de los teléfonos celulares de última tecnología, para poder identificar el nivel de dependencia utilizamos el método de investigación cualitativa y mediante la técnica de la encuesta se recolectaron los datos de una muestra de 100 alumnos de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, estos datos fueron tabulados, graficados y analizados.

A partir de este análisis se formularon las conclusiones y recomendaciones que nos permitieron realizar la propuesta que tiene como fin concientizar acerca del uso excesivo del teléfono celular y tratar de recuperar la convivencia tradicional entre las personas.

1.7. Objetivo general de la investigación.

Identificar los efectos de dependencia de los estudiantes de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil con relación al uso de los teléfonos móviles, y los cambios sociales y comunicacionales que esto ha generado.

1.8. Objetivos específicos

- Describir los efectos en el ámbito social y comunicacional de los universitarios.
- Identificar las ventajas y desventajas del uso de las aplicaciones del teléfono celular.
- Establecer el uso adecuado del celular mediante una campaña de concientización.

1.9. Límites de la Investigación

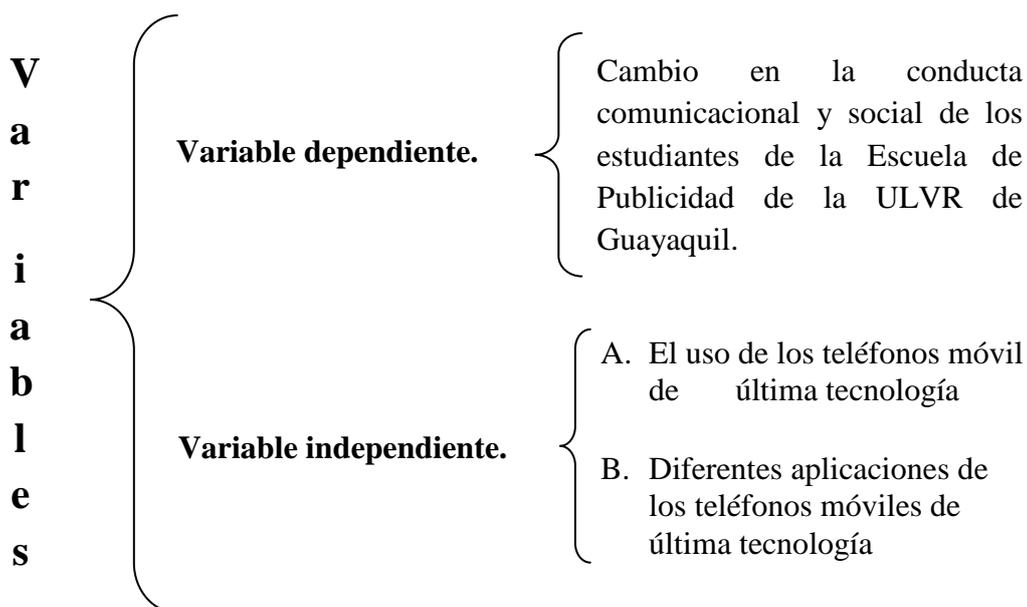
La investigación nos lleve a las conclusiones que se esperan, como dar a notar el efecto comunicacional positivo y negativo que causa el uso excesivo de las tecnologías del teléfono celular.

- Causar un efecto de conciencia en los estudiantes de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil acerca de cuándo y dónde utilizar el teléfono celular.
- Crear mayor interés en la interacción personal entre los estudiantes de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.
- Plantear una propuesta de concientización del problema.

1.10. Identificación de las variables.

Una variable es una “característica, propiedad o atributo” que puede darse en ciertos sujetos o puede darse en grados o modalidades diferentes. Permiten clasificar a los individuos en categorías o clases y se los puede identificar y medir.

1.10. 1 Variable dependiente y variable independiente.



1.11. Hipótesis General

El uso de los teléfonos móvil de última tecnología y sus diferentes aplicaciones producen un cambio en la conducta comunicacional y social de los estudiantes de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil en el periodo 2015 -2016.

1.12. Operacionalización de las Variables.

Tabla # 1

VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	FUENTE	INSTRUMENTO
Cambio en la conducta comunicacional y social de los estudiantes de la Escuela de Publicidad de la ULVR de Guayaquil.	Psicográficas	- Tendencias	- ¿Posee usted un teléfono celular de última tecnología?	Estudiantes de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil Escuela de Publicidad Periodo 2015 - 2016	Encuesta
		- Vida Social	- ¿Está pendiente de su teléfono celular cuando se encuentra en una reunión social?		
		- Preferencia de comunicación	- ¿Está pendiente de su teléfono celular a la hora de la comida ya sea en familia, entre amigos o compañeros de trabajo?		
	Demográficas	- Sexo	- Masculino/Femenino		
		- Carrera	- Escuela de Publicidad		

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	FUENTE	INSTRUMENTO
A. El uso de los teléfonos móviles de última tecnología	Psicográficas	- Utilidad	- A más de realizar llamadas ¿cuál es el uso prioritario que le da a su teléfono celular?	Estudiantes de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil Escuela de Publicidad Periodo 2015 - 2016	Encuesta
			- ¿Podría pasar una semana sin utilizar su teléfono celular?		
	Demográficas	- Sexo	- Masculino/Femenino		
		- Carrera	- Escuela de Publicidad		

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	FUENTE	INSTRUMENTO
B. Diferentes aplicaciones de los teléfonos móviles de última tecnología	Psicográficas	- Vida Social	- ¿Utiliza al 100% las aplicaciones de su teléfono celular?	Estudiantes de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil Escuela de Publicidad Periodo 2015 - 2016	Encuesta
	Demográficas	- Sexo	- Masculino/Femenino		
		- Carrera	- Escuela de Publicidad		

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.1. Antecedentes referenciales y de investigación.

Según datos del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, el número de líneas de activas de teléfonos celulares en el país hasta Abril del 2015 es de 16'054.363

Tabla # 2
Servicio Móvil Avanzado Densidad.

AÑO	CLARO	MOVISTAR	CNT E.P	TOTAL LINEAS ACTIVAS DEL SMA	DENSIDAD LINEAS ACTIVAS DEL SMA
2009	9,291,268	3,806,432	356,900	13,454,600	96.07%
2010	10,470,502	4,314,599	333,730	15,118,831	104.39%
2011	11,057,316	4,513,874	303,368	15,874,558	107.51%
2012	11,757,906	5,019,686	309,271	17,086,863	110.09%
2013	12,030,886	5,148,308	362,560	17,541,754	111.20%
2014	11,772,020	5,055,645	776,892	17,604,557	109.84%
Apr-15	10,293,002	4,688,985	1,072,376	16,054,363	99.65%

Fecha de publicación: Mayo de 2015.

Grafico #1
Servicio Móvil Avanzado
Densidad del Servicio fecha de publicación: Mayo de 2015

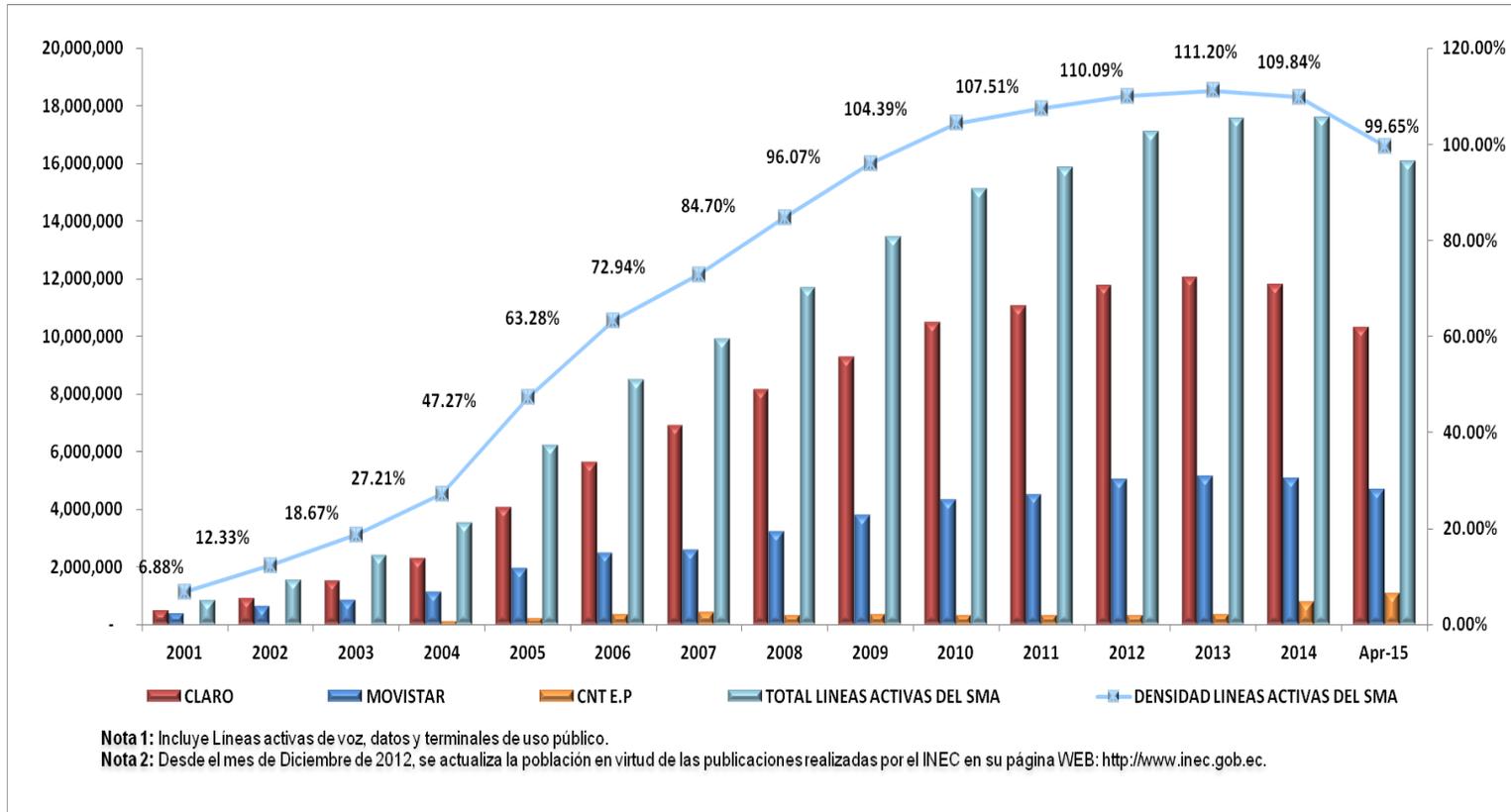


Grafico # 2

Participación de Mercado fecha de publicación: Mayo de 2015

Total de líneas activas 16'054.363

CLARO, MOVISTAR, CNT

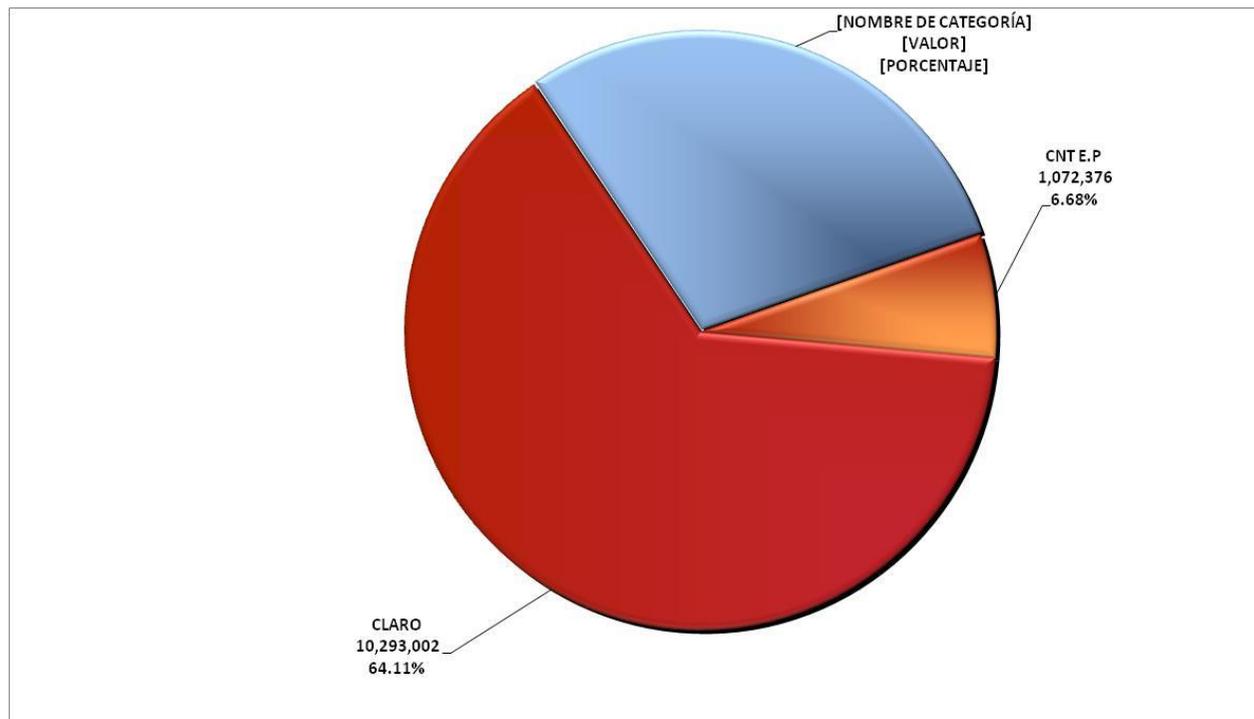


Tabla # 3
Servicio Móvil Avanzado Prepago.

AÑO	LÍNEA ACTIVA PREPAGO POR CONCESIONARIO - VOZ				LÍNEA ACTIVA PREPAGO POR CONCESIONARIO - DATOS				PREPAGO			
	CLARO	MOVISTAR	CNT E.P	TOTAL	CLARO	MOVISTAR	CNT E.P	TOTAL	CLARO	MOVISTAR	CNT E.P	TOTAL
2009	8,177,146	3,186,817	266,748	11,630,711	28,749	7,095		35,844	8,205,895	3,193,912	266,748	11,666,555
2010	9,102,148	3,531,918	247,013	12,881,079	17,554	29,700	707	47,961	9,119,702	3,561,618	247,720	12,929,040
2011	9,291,869	3,698,868	171,657	13,162,394	75,054	57,612	774	133,440	9,366,923	3,756,480	172,431	13,295,834
2012	9,639,877	4,113,938	128,792	13,882,607	69,402	55,590	505	125,497	9,709,279	4,169,528	129,297	14,008,104
2013	9,613,358	4,089,213	168,533	13,871,104	104,707	28,752	563	134,022	9,718,065	4,117,965	169,096	14,005,126
2014	9,264,534	3,890,589	391,726	13,546,849	82,515	7,256	29,451	119,222	9,347,049	3,897,845	421,177	13,666,071
Apr-15	7,801,757	3,498,245	401,752	11,701,754	86,429	4,369	38,919	129,717	7,888,186	3,502,614	440,671	11,831,471

Fecha de publicación: Mayo de 2015.

Tabla # 4
Servicio Móvil Avanzado Pospago.

AÑO	LÍNEA ACTIVA POSPAGO POR CONCESIONARIO - VOZ				LÍNEA ACTIVA POSPAGO POR CONCESIONARIO - DATOS				POSPAGO			
	CLARO	MOVISTAR	CNT E.P	TOTAL	CLARO	MOVISTAR	CNT E.P	TOTAL	CLARO	MOVISTAR	CNT E.P	TOTAL
2009	1,001,649	422,641	48,340	1,472,630	61,270	105,208	10,520	176,998	1,062,919	527,849	58,860	1,649,628
2010	1,199,652	506,253	37,769	1,743,674	122,107	151,946	16,087	290,140	1,321,759	658,199	53,856	2,033,814
2011	1,427,423	587,629	43,923	2,058,975	228,228	133,364	46,811	408,403	1,655,651	720,993	90,734	2,467,378
2012	1,725,778	677,994	67,796	2,471,568	287,847	125,304	91,475	504,626	2,013,625	803,298	159,271	2,976,194
2013	1,867,328	817,322	70,445	2,755,095	410,982	156,415	102,785	670,182	2,278,310	973,737	173,230	3,425,277
2014	1,942,032	909,902	206,954	3,058,888	450,547	194,765	142,071	787,383	2,392,579	1,104,667	349,025	3,846,271
Apr-15	1,947,923	924,930	482,675	3,355,528	438,125	212,108	143,396	793,629	2,386,048	1,137,038	626,071	4,149,157

Fecha de publicación: Mayo de 2015.

Grafico # 3
Composición Líneas Activas SMA - Modalidades Prepago, Pospago y TTUP
Fecha de publicación: Mayo de 2015

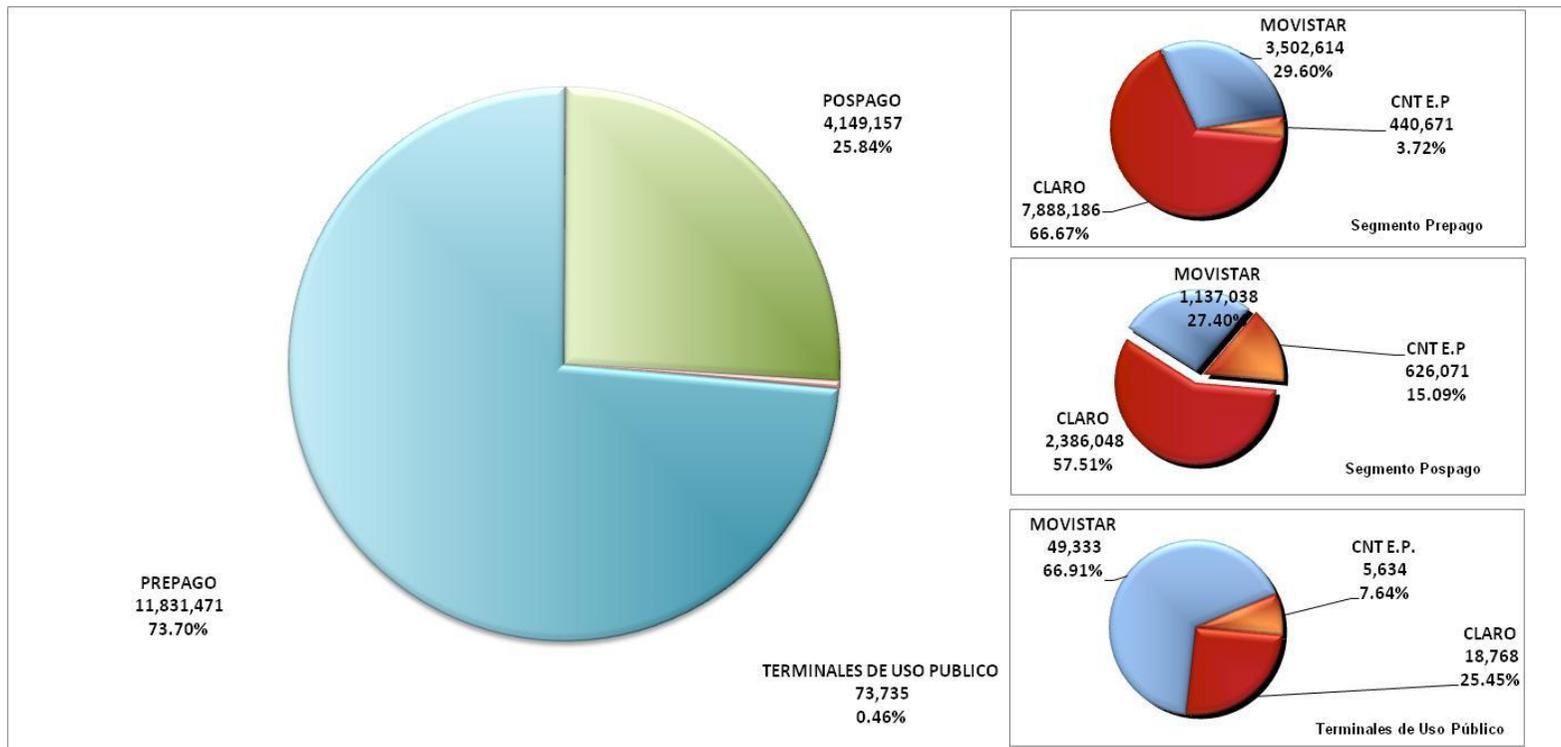


Grafico # 4
Evolución Líneas activas SMA - Modalidades Prepago, Pospago y TTUP
Fecha de publicación: Mayo de 2015

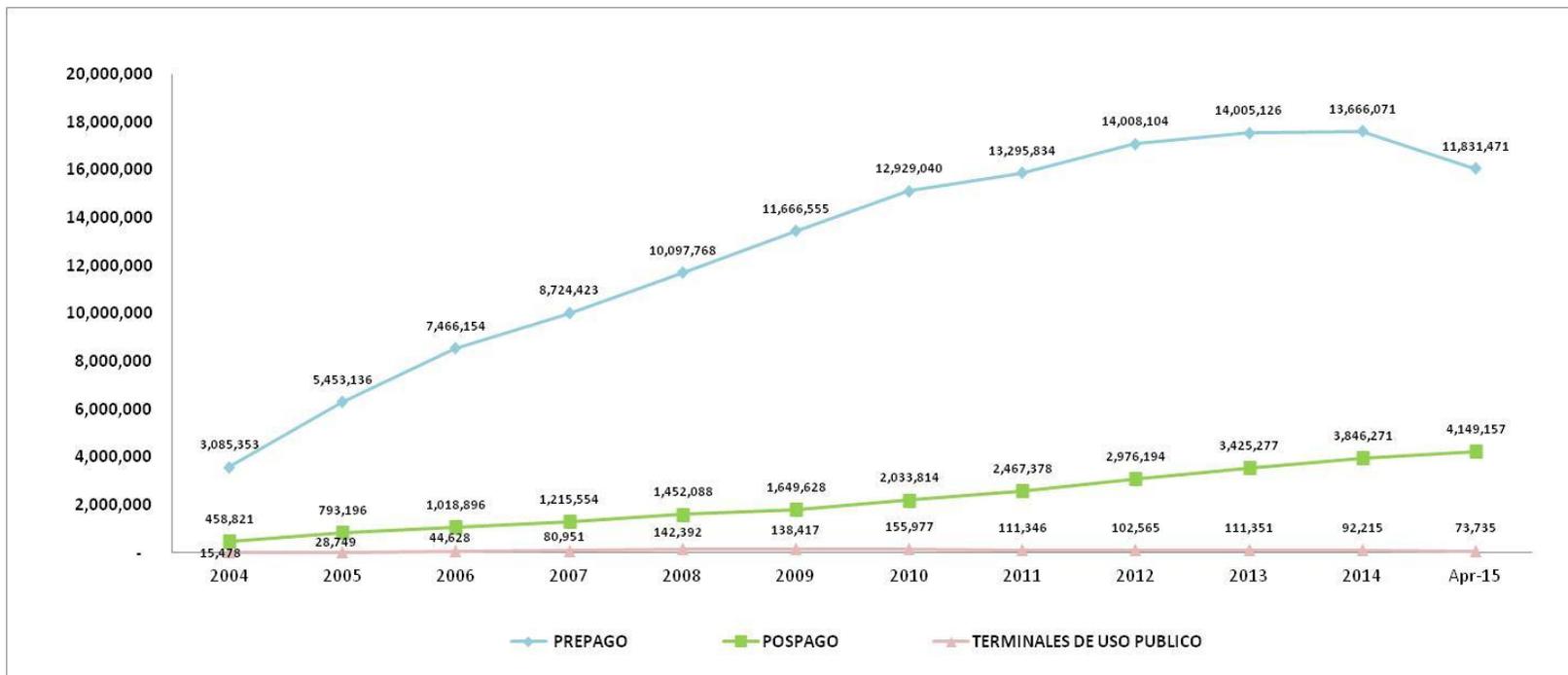


Tabla # 5

Servicio Móvil Avanzado Terminales de Uso Público.

AÑOS	TERMINALES DE USO PUBLICO			
	CLARO	MOVISTAR	CNT E.P.	TOTAL
2009	22,454	84,671	31,292	138,417
2010	29,041	94,782	32,154	155,977
2011	34,742	36,401	40,203	111,346
2012	35,002	46,860	20,703	102,565
2013	34,511	56,606	20,234	111,351
2014	32,392	53,133	6,690	92,215
Apr-15	18,768	49,333	5,634	73,735

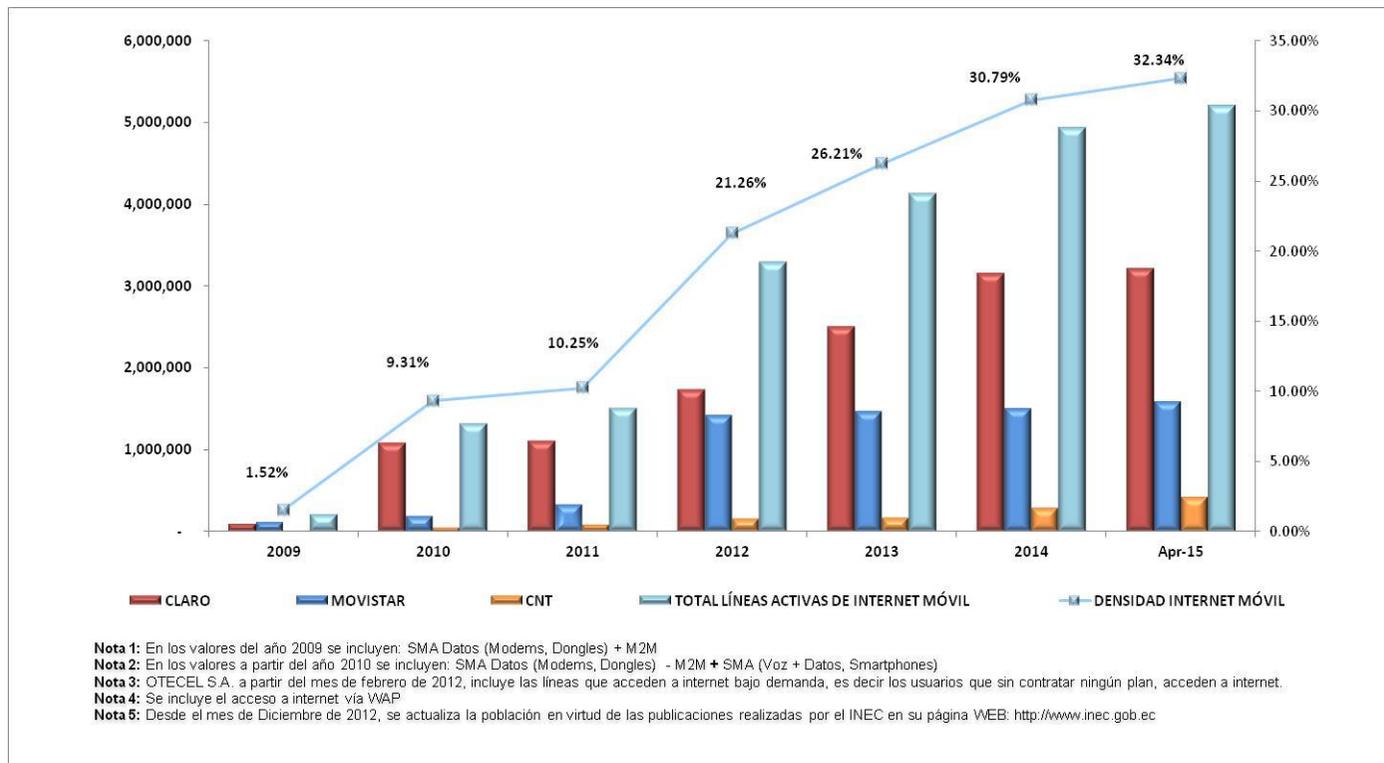
Fecha de publicación: Mayo de 2015.

Tabla # 6
Servicio Móvil Avanzado Internet Móvil.

AÑO	CLARO	MOVISTAR	CNT	TOTAL LÍNEAS ACTIVAS DE INTERNET MÓVIL	DENSIDAD INTERNET MÓVIL
2009	90,019	112,303	10,520	212,842	1.52%
2010	1,086,567	193,357	42,930	1,322,854	9.31%
2011	1,104,845	329,576	78,686	1,513,107	10.25%
2012	1,731,966	1,420,528	147,986	3,300,480	21.26%
2013	2,508,554	1,461,812	164,375	4,134,741	26.21%
2014	3,151,507	1,500,955	281,614	4,934,076	30.79%
Apr-15	3,214,804	1,585,077	410,194	5,210,075	32.34%

Fecha de publicación: Mayo de 2015.

Grafico # 5
Internet Móvil
Fecha de publicación: Mayo de 2015



Es evidente el impacto social que existe dentro del entorno de los jóvenes quienes a pesar de saber que el celular es un elemento de ayuda que se lo pueden utilizar como una herramienta de trabajo o de búsqueda de información sobre todo de comunicación. No lo ven así, para ellos es simplemente un instrumento que les da conectividad, muchos lo utilizan como escudo para otros es un arma de popularidad, status a tal punto de depender del celular para poder estar en un ambiente perdiendo en cierto modo la identidad de ser y convivir.

Estamos pendientes del celular de una forma tan adictiva que si no hay mensaje de texto, actualizaciones de estado de las diferentes redes sociales y demás elementos que tiene el teléfono nos sentimos incomunicados “nadie nos quiere” se suele decir.

Ya se ha caído en cuenta que el mal uso del celular afecta a nuestra vida cotidiana y por esta razón se ha comenzado a tomar medidas al respecto.

Hace unos pocos años, se ha visto que en el mundo se han iniciado varias campañas e iniciativas que promueven el uso adecuado y responsable del teléfono móvil.

El 12,2% de ecuatorianos posee un teléfono inteligente

‘Nomofobia’, nuevo trastorno por uso excesivo de móviles

‘Cibermareo’, ‘síndrome del ojo seco’ o la ‘iPostura’ son otras dolencias que identificó la consultora estadounidense TechHive. La adicción puede provocar alteraciones psíquicas.

Caminar mientras se escribe o se habla por teléfono es una práctica muy común, pero exagerar su uso acarrea consecuencias.

No importa si está en la oficina, en clases en la universidad, en una reunión con sus amigos o caminando por la calle, Andrea Mendoza siempre tiene un objeto a la mano: su smartphone. El aparato, que no es otra cosa que un teléfono inteligente con una mayor capacidad de almacenar datos, se ha vuelto parte de ella. La joven de 23 años aseguró estar pendiente de los mensajes que recibe de aplicaciones como

Whatsapp, Twitter o Facebook y admite que no podría sentirse tranquila ni un día sin su teléfono.

Esta dependencia está relacionada con la ‘nomofobia’, término derivado de tres palabras: ‘no’, ‘móvil’ y ‘fobia’. Este trastorno, al igual que otros nuevos, consta en la recopilación que hizo la consultora estadounidense TechHive entre usuarios mundiales de internet.

De acuerdo al estudio, la ‘nomofobia’ es la angustia causada por no tener acceso al celular y puede variar desde una ligera sensación de incomodidad hasta un ataque grave de ansiedad.

En cambio, el ‘síndrome de la vibración fantasma’ se caracteriza por la sensación de que el móvil vibra, incluso cuando la persona no tiene el dispositivo consigo o cuando su móvil está apagado.

Otra de las alteraciones es la denominada ‘cibermareo’, un efecto secundario por el uso de varias aplicaciones 3D para iPhones y iPads.

Náuseas, fatiga visual y mareos ocurren cuando existe una desincronización entre los movimientos de los ojos y las señales percibidas por el sistema de equilibrio, que el cerebro interpreta como movimiento real.

Para la psicóloga clínica Cecilia Chávez, estas dolencias se producen porque las personas, que están ‘enganchadas’ al uso de estos artefactos, incluyen al celular en su rutina diaria.

El universo de la población ecuatoriana que usa smartphones se refleja en la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo. En el área de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, el 12,2% de las personas dijo que posee un celular inteligente.

También se registra que el 48,2% de las mujeres que tiene un teléfono inteligente lo utiliza para navegar por las redes sociales. El porcentaje de adicción a estar pendiente de Facebook o Twitter aumenta entre adolescentes de 16 a 24 años. Un 81% usa el móvil para estas actividades.

De acuerdo con la psicóloga Chávez, es necesario que las personas reconozcan la dependencia a los dispositivos móviles.

“Cuando alguien va a una reunión y no puede dejar de mirar el smartphone hay una adicción. Si no puede interactuar en la vida real y prefiere estar conectado a un artefacto, hay que analizar qué está pasando”, expresó Chávez.

La especialista explicó que es preciso identificar a las personas con rasgos obsesivos muy marcados, quienes, al ser seres ‘temáticos’, tienen mayor facilidad de engancharse a cualquier tipo de adicción.

“A nivel psicológico, lo que más va a notarse de aquí a unos años en ese aspecto es la sensación de aislamiento dentro de la sociedad y, por otro lado, el distanciamiento en las familias”, manifestó.

Otros trastornos

El estudio TechHive también describe al dolor dactilar causado por el uso frecuente de la pantalla táctil de un móvil inteligente. El terapeuta Jorge Andrade mencionó también la tendinitis del dedo pulgar y el síndrome del túnel carpiano, como algunas de las consecuencias debido al uso de movimientos repetitivos en los teléfonos.

Estos movimientos sobrecargan las estructuras de los tendones y articulaciones, por lo que recomienda adoptar posturas adecuadas al momento de usar los equipos.

El ‘síndrome del ojo seco’ es otro nuevo trastorno ocasionado por la falta de lubricación en los ojos, ante la concentración en la pantalla de un smartphone o de una tableta.

El oftalmólogo Robin Ríos señaló que, de manera involuntaria, al usar estos equipos disminuye el número de parpadeos, lo cual provoca falta de lubricación, ardor, enrojecimiento o cansancio ocular.

La ‘iPostura’ (sentarse encorvado mientras manipula un móvil inteligente) es uno de los trastornos menos tratados y puede derivar en contracturas musculares, según el

traumatólogo Marlon Alarcón, quien recomendó evitar una mala posición por mucho tiempo y mejorar la distancia entre persona y teléfono.

**Fuente Diario el Telégrafo
Sección Sociedad**

Nacen campañas para desconectarse de los teléfonos y dispositivos móviles

“Desconéctate para conectarte”, nació en Tailandia cuando una empresa telefónica instó a los usuarios a cuestionarse sobre la tecnología. La campaña contiene videos que promueven una reflexión general con respecto al tiempo que la gente dedica a conversar con sus hijos, a observar la naturaleza mientras viaja, a compartir experiencias con sus seres queridos.

En Ecuador, desde el 30 de julio de 2013 el Presentador y reportero de Ecuavisa, Andrés Jungbluth, se unió a la causa al emprender la campaña “**Mira al frente**” Una iniciativa que reúne a 3.469 seguidores en Facebook y 676 en la red social Twitter.

Busca que todos dejemos de lado los celulares o cualquier aparato electrónico que nos haga perder el tiempo, que le falta a otras cosas en nuestras vidas.

*“El teléfono celular sirve, y mucho, pero también mata personas y relaciones”.
Empecemos hoy a dosificar su uso.*

Andrés Jungbluth.

Este tipo de campañas están sujetas a un plano mediático pero hay que avanzar hacia procesos de educación y alfabetización de la sociedad sobre el uso de las tecnologías.

“La tecnología no debería suplantar las actividades cotidianas de la persona sino que te debe traer procesos de complementariedad”

**Andrés Herman
Investigador en Tecnologías Digitales**

“El internet ha acabado con la gramática, ha liquidado la gramática. De modo que se vive una especie de barbarie sintáctica”

Mario Vargas Llosa
Nobel de Literatura 2010

2.2. Marco Teórico Referencial.

Existen diversas empresas que día a día compiten en la creación de teléfonos celulares que posean aun muchas más funciones importantes, A medida que los teléfonos móviles crecen en popularidad, los sistemas operativos con los que funcionan adquieren mayor importancia.

La implementación de Las tecnologías ha hecho pasar por una serie de modificaciones al teléfono celular no solo en diseño si no en conectividad a las que se le llaman generaciones.

0-G Generación 0

Motorola En los años de la Segunda Guerra Mundial lanzó el Handie Talkie H12-16 era un dispositivo que se basaba en la transmisión mediante ondas de radio el cual permitía comunicarse a distancia entre las tropas sus funciones eran semejantes a la de los Walkie-Talkies utilizados mayormente en las décadas de los 50ts. 60ts. por taxistas, ambulancias o bomberos.

A pesar de que no se consideraron como teléfonos móviles su implementación supuso el comienzo de la evolución de los dispositivos que conocemos actualmente.

Los primeros estándares más utilizados de esta generación fueron:

- Estándar PTT (Push To Talk): Pulsa para hablar
- Estándar IMTS (Improved Mobile Telephone System): Sistema de telefonía móvil mejorado.

1-G Primera Generación

A partir de 1973 surgieron los móviles de primera generación los cuales eran de gran tamaño y peso. Funcionaban de manera analógica, o sea la transmisión y recepción de datos se apoyaba sobre un conjunto de ondas de radio que cambiaban de modo continuo.

La desventaja de que fueran análogos era que solo podían ser usados para la transmisión de voz, tenían muy baja seguridad y esto implicaba que una persona pudiera escuchar llamadas ajenas con un sintonizador de radio o incluso hacer uso de las frecuencias cargando el importe de las llamadas a otras personas.

Los estándares más utilizados en esta generación fueron:

- NMT: Nordic Mobile Telephone
- AMPS: Advanced Mobile Phone System.

2-G Segunda Generación

Esta generación marca el paso de la telefonía analógica a la digital lo cual mejoró el manejo de llamadas, se pudieron hacer más enlaces al mismo tiempo en el mismo ancho de banda e integrar otros servicios adicionales aparte de la voz, como el servicio de mensajes cortos (Short Message Service).

Los estándares más utilizados en esta generación fueron:

- GSM: Global System for Mobile Communications - Sistema Global para Comunicaciones Móviles
- CDMA: Code División Múltiple Acces - Acceso Múltiple por División de Código
- GPRS: General Packet Radio Service - Servicio General de Radio por Paquetes.

3-G Tercera Generación

En el año 2001 fue revolucionando la telefonía móvil ya que supusieron la aparición de los primeros celulares que tenían pantalla LCD a color.

También nacieron dispositivos que se creían como mínimo futuristas como móviles con cámara fotográfica digital, grabación de vídeos los cuales podías mandarlos por mensajería instantánea, juegos en 3d, sonido mp3, conversaciones por videoconferencia gracias a una tasa de transferencia de datos más aceptable y a un soporte para internet correctamente implementado (correo electrónico, descargas, etc.).

Los estándares más utilizados en esta generación fueron:

- UMTS: Universal Mobile Telecommunications System - Servicios Universales de Comunicaciones Móviles.

4-G Cuarta Generación

En el año 2010 se lanzaron los primeros servicios 4G basados en la tecnología LTE en Tokyo, Nagoya y Osaka, la red 4G está basada en el protocolo IP. Esta tecnología puede ser utilizada por modems inalámbricos, celulares inteligentes y otros dispositivos móviles. La principal característica de esta red de esta generación es que tiene la capacidad de proveer velocidades de acceso mayores a los 100 Mbps en movimiento y 1 Gbps en reposo manteniendo una calidad de servicio (QoS) de punta a punta de alta seguridad que permitirá ofrecer servicios de cualquier clase en cualquier momento, en cualquier lugar.

Cabe destacar una serie de dispositivos que, sin ser teléfonos móviles, utilizan las mismas plataformas en red. Hablamos de casos como el iPod, iPad, tablets, consolas de video de Sobremesa como Wii, XBOX o portátiles como PSP, Nintendo DS. Se han convertido en otro medio para explotar contenidos.

2.3. Marco Legal.

Nueva Ley Orgánica de Telecomunicaciones

En el Tercer Suplemento del Registro Oficial No 439, del 18 de febrero de 2015 se publicó la nueva Ley Orgánica de Telecomunicaciones que reemplaza a la que estaba vigente desde 1992 y que tiene como objetivo el desarrollo, administración, control y gestión del Régimen General de Telecomunicaciones y del Espectro Radioeléctrico en todo el territorio ecuatoriano.

La normativa establece la creación de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCT) que será el organismo rector del sector y que sustituye en funciones a la Superintendencia de Telecomunicaciones (Supertel), al Consejo Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) y a la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (**Senatel**).

Además, la nueva ley estipula que para evitar las distorsiones en el mercado de servicios de telecomunicaciones y por suscripción, y para promover la competencia, los prestadores privados que concentren mercado en función del número de abonados o clientes del servicio concesionado, autorizado o registrado, pagarán al Estado un porcentaje de sus ingresos totales anuales de conformidad con la siguiente escala:

Para quienes concentren el mercado desde el 30% hasta el 34,99% el 0,5%; del 35% hasta el 44,99% el 1%; del 45% al 54,99% el 3%; del 55% al 64,99% el 5%; del 65% al 74,99% el 7%; y del 75% en adelante el 9%.

La recaudación de estos valores será trimestral y la realizará la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, de conformidad con la regulación que para el efecto emita. Esta obligación es independiente de cualquier otra obligación prevista en la presente ley.

En la ley también se estableció que la ARCT debe determinar el procedimiento de cobro a las empresas de telefonía móvil Otecel (Movistar) y Conecel (Claro) por las deudas que mantienen desde 1999 por el tema referente al redondeo telefónico que hacían en contra de sus usuarios.

Bajo estos parámetros, según la presente ley, se determina que sin perjuicio de cumplir lo dispuesto en el ordenamiento jurídico vigente, el prestador de servicios de telecomunicaciones no podrá realizar operaciones que impliquen un cambio de control, sin la respectiva autorización del Director de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, especialmente aquellas relacionadas con: cambios en la titularidad de las acciones de la empresa, cualquier clase de contratos o convenios que incidan en el control operativo o real sobre la empresa o en la toma de decisiones sobre la misma, aunque no comporten un cambio en la titularidad de las acciones de la prestadora, es decir, la autorización debe venir del director de la Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones y no del Directorio.

Fuente: Tercer Suplemento del Registro Oficial No 439/ EjPrado

Operadoras de telefonía móvil de Ecuador no pueden restringir llamadas por Whatsapp.

Quito (Pichincha).- Frente a una posible restricción en el uso de la nueva funcionalidad de llamadas mediante la aplicación Whatsapp, en ciertos planes de internet móvil por parte de las operadoras de telefonía celular, el ministro de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, Augusto Espín, advirtió que está prohibido limitar las funcionalidades de los servicios, según el artículo 24 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones (LOT).

El secretario de Estado hizo énfasis en que los prestadores de servicios de Internet móvil deben establecer sus planes tarifarios en total apego y sin contrariar las obligaciones contempladas en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones (LOT).

La normativa legal vigente señala que es obligación de las operadoras “no limitar, bloquear, interferir, discriminar, entorpecer, priorizar ni restringir el derecho de sus usuarios o abonados a utilizar, enviar, recibir u ofrecer cualquier contenido, aplicación, desarrollo o servicio legal, a través de Internet o en general de sus redes u otras tecnologías de la información y las comunicaciones”.

Al momento, la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL) investiga si han existido incumplimientos por parte de las operadoras móviles respecto al principio de la Neutralidad de la Red, establecido en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones.

Espín recordó que el Gobierno de la Revolución Ciudadana garantiza el cumplimiento de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones y coadyuva en la protección de los derechos de los usuarios de telefonía fija y móvil.



2.4. Marco Conceptual.

Efecto.

El efecto es el resultado, el fin, la conclusión, la consecuencia, lo que se deriva de una causa, de ahí proviene el principio fundamental causa-efecto, de la ciencia y de la filosofía. También se denomina efecto a una sensación, un impacto o una impresión producida en el ánimo o en los sentimientos de una persona.

En este caso los teléfonos celulares han causado tanto impacto en la vida cotidiana que han creado un sinnúmero de efectos llevando al individuo a modificar su conducta

En esta investigación mencionamos unos cuantos de estos efectos expertos han llegado a comparar la dependencia de los teléfonos celulares con la adicción a las drogas

Efectos Físicos: Hipoacusia, cefaleas continuas, dermatitis, disminución de la movilidad de espermatozoides.

Efectos Psicológicos: Stress, ansiedad, ludopatía, conducta agresiva, síndrome de vibraciones.

Efectos Neurológicos: Asociatividad al Alzheimer, asociatividad al Párkinson.

Efecto Social: Aislamiento de ruptura personal directa, desinterés de responsabilidades académicas, mayor accesibilidad al uso de celulares en el ámbito laboral.

Hábito.

Se denomina hábito a toda conducta que se repite en el tiempo de modo sistemático. Todas las personas tienen arraigados una serie de **hábitos** que tienen notable influencia en sus vidas, hasta el punto de determinar los éxitos y los fracasos en diversas actividades. Es por ello que es de suma importancia fijar la atención en las conductas recurrentes que se han incorporado. **Muchas de estas son totalmente inconscientes**, por lo que es necesario algún grado de introspección para identificarlas. La mayoría, empero, puede vislumbrarse con facilidad, aunque es difícil tanto incorporar una como eliminarla si es necesario.

El uso del teléfono celular para las personas es un hábito pues lo utilizan para casi todas sus actividades sean laboral, estudiantil, personal, en ocasiones puede ser perjudicial como por ejemplo el mal hábito de usar el teléfono mientras conducen o están en una reunión social inclusive cuando se está comiendo no sueltan el teléfono.

Dependencia.

Es el estado de carácter permanente en que se encuentran las personas que, por razones derivadas de la edad, la enfermedad o la discapacidad, y ligadas a la falta o la pérdida de autonomía física, mental, intelectual o sensorial.

Las personas son tan dependientes a sus teléfonos celulares que la frase común entre ellos es “no tengo vida sin mi teléfono celular”

Juventud.

Es un estado específico a través del tiempo de crecimiento de un individuo, que tiene una serie de características físicas, mentales y psicológicas que crean y dictamina la esencia pura de la juventud.

Los jóvenes son los más expuestos al avance tecnológico de los teléfonos celulares por lo tanto son más vulnerables a ser atrapados con sus encantos por eso esta nueva generación es nombrada la generación de las cabezas agachadas ya que su apreciación hacia lo cotidiano y simple de la vida ha sido atrofiada de tal manera que algunos consideran a sus teléfonos celulares como sus grandes amigos y confidente.

Conducta.

Es el conjunto de actos, comportamientos, exteriores de un ser humano y que por esta característica exterior resultan visibles y plausibles de ser observados por otros. Caminar, hablar, manejar, correr, gesticular, limpiar, relacionarse con los demás, es lo que se denomina conducta evidente por ser externamente observables.

La conducta de los individuos ha sido influenciado por los teléfonos celulares se observa cómo están sumergidos en lo que podríamos llamar círculo de soledad solo con su celular en la mano y un constante movimiento en su dedos visualizando solo lo que hay en la pequeña pantallita no existe nadie y nada más a su alrededor.

Telefonía Celular.

Es un dispositivo inalámbrico electrónico que permite tener acceso a la red de telefonía celular o móvil a través de un sistema de radiocomunicación que funciona en una zona dividida en células adyacentes, cada una de las cuales contiene una estación de transmisión-recepción radioeléctrica.

El teléfono móvil. Se denomina celular en la mayoría de países latinoamericanos debido a que el servicio funciona mediante una red de celdas, donde cada antena repetidora de señal es una célula, si bien también existen redes telefónicas móviles satelitales. Su principal característica es su portabilidad, que permite comunicarse desde casi cualquier lugar.

La principal función es la comunicación de voz, como el teléfono convencional. Con la aplicación y uso del teléfono móvil no sólo se promueve la comunicación oral, sino también la comunicación escrita, y hasta nuevas expresiones verbales que tienen

el fin de diversificar el lenguaje ya existente, y simplificarlo para usarlo en este medio.

A pesar de no ser la herramienta " más económica" para tener contacto, el celular, se ha convertido en parte fundamental del día a día no solo de estudiantes, sino de profesionales, amas de casa, y un sinfín de personas. Po otro lado, para hablar con propiedad acerca de la telefonía móvil inteligente, es necesario desarrollar los conceptos básicos sobre este tema.

El teléfono móvil o celular, es un dispositivo de comunicación electrónico con las mismas capacidades básicas de un teléfono de línea telefónica convencional. Además de ser portátil, es inalámbrico al no requerir cables conductores para su conexión a la red telefónica.

Comunicación.

En términos generales, la comunicación es un medio de conexión o de unión que tenemos las personas para transmitir o intercambiar mensajes. Es decir, que cada vez que nos comunicamos con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, etc., lo que hacemos es establecer una conexión con ellos con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información o algún significado.

- Según Stanton, Etzel y Walker, la comunicación es "la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte"
- Para Lamb, Hair y McDaniel, la comunicación es "el proceso por el cual intercambiamos o compartimos significados mediante un conjunto común de símbolos".

Definiendo:

La comunicación es el proceso en donde el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos.

Procesos de Comunicación.

David K. Berlo (1981) indica que la comunicación intenta que las personas se relacionen como opción básica para integrarse en el medio ambiente y en su propio entorno.

Un proceso de comunicación es bidireccional, donde están involucradas dos personas el emisor y receptor quienes envían y reciben información para formar un mensaje claro entre dos personas.

La comunicación es considerada una interacción a nivel social ya que es necesario para el desarrollo y establecimiento de relaciones interpersonales es por eso la importancia de los mismos.

Comunicación Móvil.

La comunicación móvil inicia con el emisor y receptor están o puede darse cuando están en movimiento. Esta herramienta no aparece de forma comercial sino más bien como una necesidad de comunicación, ya que los sistemas tecnológicos han avanzado aceleradamente, y es por esta razón que a nivel mundial las personas se adaptan a rápidamente a estos artículos.

Las personas poseen una necesidad de comunicarse ya que hoy en día el mundo gira en un entorno de tecnologías de información y esto ha evolucionado razonablemente, que permite estar en diferentes lugares sin el uso de cables.

El uso de los teléfonos móviles hacen la vida de las personas más fácil, sencilla, ahorra tiempo y esfuerzo ya que todo está al alcance. Referirse a esto es de comodidad para los usuarios.

Tecnología Móvil y Comunicación En La Sociedad.

Las personas al comunicarse, tratan de alcanzar objetivos relacionados con sus intenciones básicas de influir en su medio ambiente y en ellos mismos; sin embargo, la comunicación puede ser invariablemente reducida al cumplimiento de un conjunto de conductas, a la transmisión o recepción de mensajes. **David K. Berlo (1981).**

El proceso de comunicación es bidireccional, es decir, hay dos partes que están involucradas, un emisor y un receptor. Un emisor inicia el proceso de comunicación construyendo un mensaje y enviándolo a un receptor, éste a su vez analiza la información y reconstruye el mensaje a la luz de sus propios antecedentes y experiencias, los cuales le servirán para sintetizar la información recibida.

El receptor analiza y reconstruye los significados del mensaje, sintetiza y construye significados y se convierte en un emisor al responder al mensaje que le fue enviado. Para Berlo (1981), la comunicación es un fenómeno de interacción social. Esto es un hecho indiscutible. Toda sociedad necesita para su desarrollo, establecer relaciones entre los hombres, y estos con sus instituciones. Y para ellos, es incuestionable que debe hacerlo utilizando la comunicación, en cualquiera de sus manifestaciones.

En la actualidad y todo gracias al avance tecnológico, se puede establecer comunicación con otra persona sin importar el lugar donde esta se encuentre y un medio muy conocido es el teléfono móvil que ha venido a evolucionar y hacer posible realizar una comunicación efectiva y con inmediatez, en este intercambio seda el proceso simple de comunicación tomando en cuenta que sin ellos no se podría llevar a cabo. En el mismo orden de ideas;

El proceso de la comunicación social, es un complejo sistema de acciones e interacciones personales y grupales, donde un individuo trasmite un mensaje a otro y éste a su vez responde a otro mensaje, lo que genera un proceso circular y continuo.

Personalidad y Desarrollo Social.

La personalidad es un conjunto de características o patrones que definen a una persona, es decir, los pensamientos, sentimientos, actitudes y hábitos y la conducta de cada individuo, que de manera muy particular, hacen que las personas sean diferentes a las demás.

Bandura (1992).

La manera en que cada ser pensante, actúa sobre situaciones diversas, nos dice algo sobre la personalidad de cada persona, en otras palabras es el modo habitual por el

cual cada ser piensa, habla, siente y lleva a cabo alguna acción para satisfacer sus necesidades en su medio físico y social.

Cada persona al nacer, ya tiene su propia personalidad, determinada por características propias, que con el paso del tiempo y con el factor más determinante que es el de origen ambiental será como se definirá.

Según Gordon Allport (1987), la personalidad es "la organización dinámica de los sistemas psicofísicos que determina una forma de pensar y de actuar, única en cada sujeto en su proceso de adaptación al medio". El proceso de socialización es de gran importancia en la vida de cualquier joven: a través del contacto con su entorno niños y jóvenes aprenden conductas, destrezas, motivaciones, valores y creencias, ajustadas al entorno cultural que les rodea, lo que determina en gran manera el desarrollo de su personalidad.

Los medios de comunicación se muestran como una de las influencias más importantes en este contexto de socialización. En los últimos cincuenta años, la literatura científica sobre el papel de la televisión en el desarrollo de los jóvenes así lo ha demostrado.

Aparte del tiempo dedicado a la familia, y ya desde muy pequeños, la televisión se sitúa como la actividad que más tiempo les ocupa; superior incluso al que pasan en la escuela. Igual que la televisión, las nuevas tecnologías de la información también influyen en su proceso de socialización y de cambios de personalidad. Niños y jóvenes viven y crecen en un entorno "digital" desconocido anteriormente.

La netgeneration tiene a su alcance una nueva dimensión comunicativa que amplía considerablemente su campo social: puede navegar por el inmenso mar de la Red, participar en conversaciones con iguales situados a miles de kilómetros de distancia, estar en permanente conexión con su entorno mediante el teléfono móvil, formar parte activa de las llamadas comunidades virtuales, etc.

Identidad Personal y Entorno Tecnológico.

Mediante el uso de la tecnología móvil, la relación social amplía sus fronteras y también adquiere nuevas características que no se dan en el ámbito real de la comunicación interpersonal. En este sentido, la incidencia del anonimato entre los interlocutores derivado del uso de la tecnología móvil inteligente que permite acceder a los usuarios a servicios de internet para establecer conversaciones en red, ha sido uno de los puntos más estudiados en conexión con la identidad personal que los jóvenes construyen en los entornos virtuales.

Ya se ha visto cómo en los entornos virtuales los jóvenes pueden mantener citas con iguales de otras regiones y continentes.

Por otro lado, el uso de celulares de última generación a través de sus aplicaciones le permiten a los jóvenes construir identidades nuevas y pueden adquirir roles que la vida real les niega. Esto puede llevar a poseer “vidas paralelas” o distintas identidades que, en algunos casos, tendrán efectos nocivos.

Cabe la posibilidad de que el joven se encuentre mucho más satisfecho con su identidad on-line, renuncie a su imagen personal auténtica y termine huyendo de la realidad hacia el mundo virtual, síntomas todos ellos presentes en los casos de adicción severa a las TIC.

(Turkle, 1997)

Tecnología Móvil en el Contexto Social Inmediato.

Para Roberts et al. (1999), el uso de los equipos de tecnología móvil por parte de niños y jóvenes no ocurre en un entorno social aislado. La familia, los amigos e, incluso, las comunidades son factores de vital. En primer lugar, son importantes las expectativas de los padres hacia el uso de los celulares por parte de los hijos.

Numerosos estudios han demostrado que la principal razón de los padres, a la hora de comprar un celular, es el beneficio de poder mantenerse comunicado con sus hijos y

así facilitar los canales de comunicación (Center for Media Education, 1998; Deringer, 1986; Lane, 1990; NSBF, 2000). En este sentido, las expectativas de los padres hacia el provecho que puedan sacar sus hijos de las nuevas tecnologías es un factor que predice altamente las pautas de consumo de los jóvenes.

Por otro lado, diversos estudios (Orleans y Laney, 2000; Van Schie y Wiegman, 1997), el uso compartido de los celulares con amigos e iguales presentan pautas diferentes entre chicos y chicas. Generalmente, para los primeros, el atractivo principal es el ocio lúdico –compartir juegos, etc. –, mientras que para las jóvenes el interés común se centra en el ocio comunicativo –conversaciones on-line, chats, email, etc. –. (AAUW, 2000; NSBF, 2000). Por último, es evidente que la tecnología móvil puede proporcionar nuevos espacios y oportunidades de participación entre los jóvenes.

Las investigaciones llevadas a cabo en este punto confirman el potencial de estas tecnologías para mejorar la comunicación, el trabajo en equipo o ampliar sus intereses hacia temas de actualidad (Mayer, Quilici et al., 1999; Schustack et al., 1999).

El acceso al uso de teléfonos inteligentes puede satisfacer diversas necesidades individuales y sociales. Sin duda, estas tecnologías ofrecen a los jóvenes nuevos contextos de relación social e interacción personal (Parks y Roberts, 1998).

En este sentido, algunos expertos afirman que la tecnología móvil inteligente puede promover la relación social por su naturaleza universal; de algún modo, se crea un espacio de relación universal donde la comunicación no está condicionada por la ubicación geográfica, la raza, la discapacidad, los horarios, etc. (Civille, 1995; Katz y Aspden, 1997). Frente a esta opinión optimista, otros investigadores ponen de manifiesto la posibilidad de que, con el uso de estas tecnologías, se produzca aislamiento (Nie y Erbring, 2000; Stoll, 1995) o se agudicen fenómenos como la soledad o la depresión (Kraut, Patterson, et al., 1998).

En definitiva, la posibilidad de que se produzcan estos efectos positivos y negativos está en estrecha relación con el uso particular del medio y las características personales de los usuarios.

Nomofobia – Dependencia de los dispositivos móviles.

- Este fenómeno fue identificado en el 2008, conocido inicialmente como fobia a estar sin el móvil.

Psicología Granollers

Los psicólogos señalan que las personas poseen una ansiedad cuando les ocurre alguna situación con el celular. Muchos de ellos la conocen como “la enfermedad de siglo 21” e indican que esto aumenta cada año.

Otro concepto muy común es el miedo irracional de las personas cuando por alguna razón es impedida la interacción con el celular. En países europeos realizan constantes estudios de este fenómeno que ocurre con los jóvenes.

El “phubbing” (término formado a partir de las palabras inglesas *phone* y *snubbing*).

Consiste en el acto de menospreciar a quien nos acompaña al prestar más atención al móvil u otros aparatos electrónicos que a su persona.

Se inició hacia el año 2007 con el nacimiento del Smartphone o teléfono inteligente, que sintetizaba en pocas pulgadas la potencia de un ordenador de sobremesa. Con la posibilidad de mantenerse conectado a Internet a cualquier hora y en cualquier lugar, se generalizó esta obsesiva práctica que muchos perpetúan sin ni siquiera saberlo.

Aplicación móvil.

Una aplicación móvil es un programa que usted puede descargar y al que puede acceder directamente desde su teléfono o desde algún otro aparato móvil – como por ejemplo una tablet o un reproductor MP3.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1. Métodos de Investigación.

Investigación Cualitativa.- Es una aproximación sistémica que permite describir las experiencias de la vida y darles significado. Su objetivo es ver los acontecimientos, acciones, normas, valores, etc. desde la perspectiva de la persona que está siendo estudiada, por tanto, hay que tomar la perspectiva del sujeto. Es útil para entender las experiencias humanas como sentir dolor, sentirse curado, la impotencia o el confort.

La investigación cualitativa es aquella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema. La misma procura por lograr una descripción holística, esto es, que intenta analizar exhaustivamente, con sumo detalle, un asunto o actividad en particular.

(UDr. Lamberto Vera Vélez, UIPR, Ponce, P.R.)

En nuestra investigación hablamos de hábitos de comunicación interpersonal de cómo estos se ven afectados por la influencia de las tecnologías de telefonía celular por lo cual se considera la técnica de investigación cualitativa ya que se analizan los aspectos sociólogos y psicólogos de los individuos.

Para el desarrollo del proyecto de investigación se realizaran las siguientes actividades:

- **Práctica:** Encuestas a los estudiantes de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil periodo 2015 – 2016 que nos permitan conocer las preferencias de teléfonos celulares y necesidades que se cubren con estos dispositivos.
- **Ejecución:** Se aplica un plan de acción para llevar a cabo el proyecto.

Una vez levantada la información, se realizará un estudio para llevar a cabo el proyecto y plantear estrategias de comunicación.

La encuesta constituye una técnica de investigación empírica que consiste en recoger información de lo que las personas: conocen, saben, opinan o sienten; a través de ella se recogerá la información, referente al tema de investigación.

Se basa en la formulación de preguntas previamente diseñadas.

3.2. Población y Tamaño de la Muestra.

Previo a la realización de estudio de mercado se seleccionará el tamaño de muestra adecuado que nos permita obtener estimaciones y criterios más cercanos a la realidad.

Población: Se quiere averiguar el nivel de dependencia en los cambio de hábitos comunicacionales causados por el mal uso de las aplicaciones teléfonos móviles de última tecnología en los 300 Estudiantes de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Glosario

n = Tamaño de la Muestra

N= Tamaño de la Población

O= Desviación estándar de la población que generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se le toma en relación al 95% de confianza que equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza que equivale a 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e= Limite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0.01) y 9%(0.09), valor que queda a criterio del investigador.

Tamaño de la Muestra

$$n = \frac{N \cdot o^2 \cdot Z^2}{e^2(N-1) + o^2 \cdot Z^2}$$
$$n = \frac{300 \cdot 0,5^2 \cdot 1,96^2}{0,08^2(300-1) + 0,5^2 \cdot 1,96^2}$$
$$n = \frac{288,12}{1,9136 + 0,9604}$$
$$n = \frac{288,12}{2,874} = \mathbf{100}$$

n= 100 es la muestra de los estudiantes de la de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica de Guayaquil del periodo 2015 - 2016.

3.3. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.

La información recopilada, para la presente investigación, será ordenada de tal manera, que pueda estar disponible para estructurar el documento. Respecto a la información estadística, ésta será filtrada hasta obtener las informaciones pertinentes a la investigación la cual será presentada en forma de tablas y cuadros que permitirán enunciar comparaciones y porcentajes.

Consideramos en este trabajo de investigación, el método y la parte representante de la estrategia, concreta e integral del trabajo con el análisis de un problema, definición teórica del mismo y objetivos investigativos.

Es la guía a través del cual se establece la relación entre el investigador y el entrevistado para una óptima recolección de datos.

Observación: es la parte visual, la que permite observar lo que ocurre en una situación real, clasificando procedimientos

Pertinentes de acuerdo al esquema previsto según el problema de estudio.

3.3.1 Encuesta.- Permitieron obtener información de los sujetos de estudio proporcionados por los mismos sobre opiniones, conocimientos y actitudes etc.

Se ha definido como instrumento de recolección de datos “La encuesta “debido a que es una herramienta de fácil aplicación dentro de la población. La misma que sea aplicado en forma directa a cada unidad de la muestra.

Se debe tener en cuenta que esta encuesta será aplicada a los Estudiantes de la Escuela de Publicidad de la universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil del periodo 2015 - 2016.

Las preguntas deben ser claras disminuyendo el número de posibilidades de respuesta.

3.3.2 Cuestionario.

Para recopilar la información las preguntas de la encuesta se estructuran acorde a lo que se está investigando.

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
ESCUELA DE PUBLICIDAD

Cuestionario de encuesta

Datos Generales

Sexo: F..... M.....

➤ **Seleccione con una X su respuesta**

1. ¿Posee usted un teléfono celular de última tecnología?

- Si ()
- No ()

2. ¿Utiliza al 100% las aplicaciones de su teléfono celular?

- Si ()
- No ()

3. A más de realizar llamadas ¿cuál es el uso prioritario que le da a su teléfono celular?

- a) Redes Sociales “Chatear” ()
- b) Jugar ()
- c) Navegar ()
- d) Trabajar/ Estudiar ()

4. ¿En qué lugar guarda su teléfono celular?

- a) Bolsillo del pantalón ()
- b) En el blazer ()
- c) En la cartera ()
- d) En la mochila ()
- e) En la mano ()

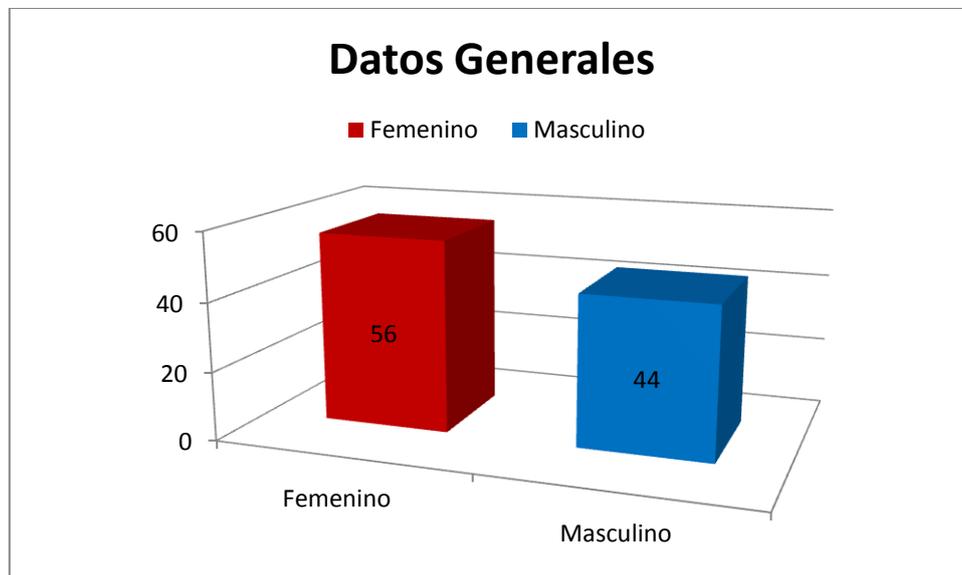
- 5. ¿Revisa constantemente su teléfono celular para ver si hay algo nuevo?**
- Siempre ()
 - Solo cuando suena o vibra ()
 - No ()
- 6. ¿Está pendiente de su teléfono celular cuando se encuentra en una reunión social?**
- Sí ()
 - No ()
- 7. ¿Está pendiente de su teléfono celular a la hora de la comida ya sea en familia, entre amigos o compañeros de trabajo?**
- Sí ()
 - No ()
- 8. ¿Revisa su teléfono celular cuando conduce, camina en la calle o va en el bus?**
- Sí ()
 - No ()
- 9. ¿Podría pasar una semana sin utilizar su teléfono celular?**
- Si. ()
 - No. ()
- 10. ¿Cree usted que el uso del teléfono celular ha afectado a la comunicación persona a persona?**
- Si. ()
 - No. ()

3.4. Análisis e Interpretación de Resultados.

Tabla # 7

Datos Generales		
Respuesta	#	%
Femenino	56	56
Masculino	44	44
Total	100	100

Grafico # 6



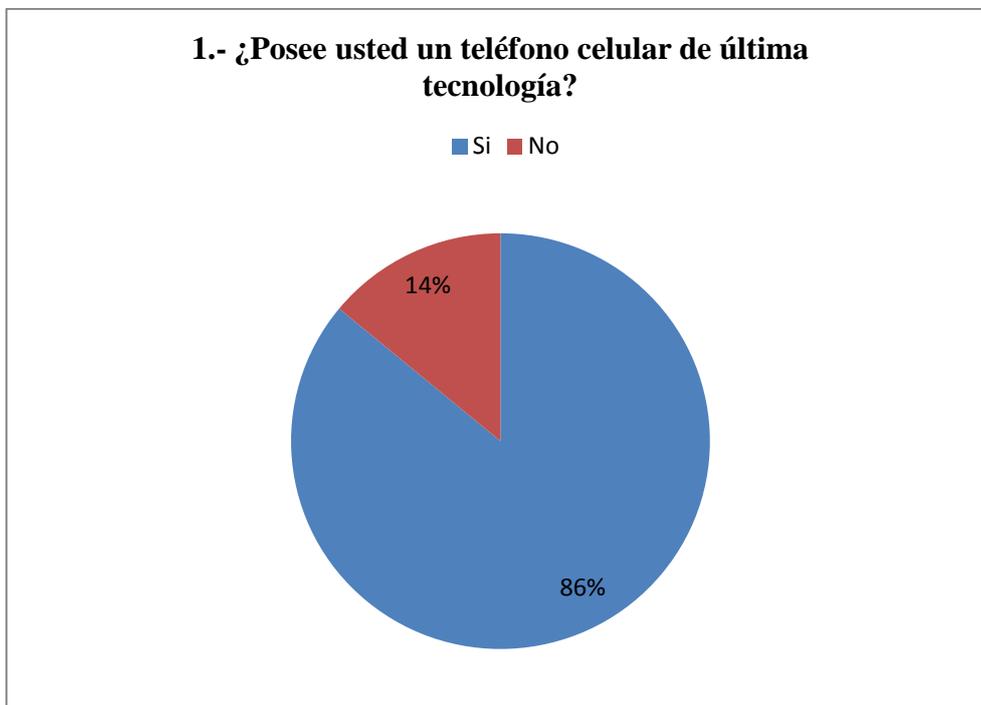
En los datos generales de la encuesta refleja que el tamaño de la población de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil en el periodo 2015 – 2016 es femenina representando el 56% de la muestra tomada de 100 estudiantes.

La presencia de la población femenina en la escuela de Publicidad de la universidad laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil periodo 2015 2016 es predominante.

Tabla # 8

¿Posee usted un teléfono celular de última tecnología?		
Respuesta	#	%
Si	86	86
No	14	14
Total	100	100

Grafico # 7



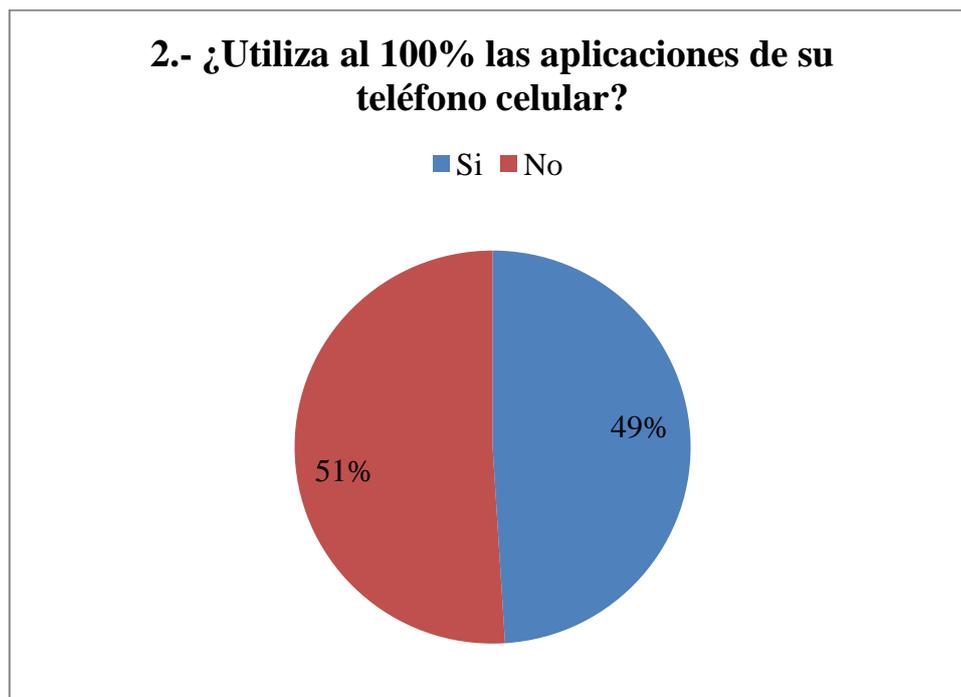
El resultado de la pregunta # 1 el 86% del alumnado encuestado cuenta con teléfono celular de última tecnología “Smartphone”. Estos tipos de teléfonos celular posee infinidad de aplicaciones que a mas de utilizarlos para la comunicación lo utilizan principalmente para enviar/recibir mensajes de wassaps, chatear, navegar, para divertirse o entretenerse escuchar música, hacer fotos o grabar vídeos y jugar almacenar datos y realizar actividades similares a la de una computadora que se puede actualizar constantemente en pocas palabras les facilita la vida, es por eso que el 14% que no poseen están por adquirirlo por una impulsiva necesidad de estar a la par en la tecnología ese 14% que no poseen teléfonos celulares de última tecnología

son potenciales compradores que lo irán adquiriendo paulatinamente dependiendo de su economía y prioridades eso no quiere decir que no lo deseen si no que no lo pueden adquirir en estos momentos.

Tabla # 9

¿Utiliza al 100% las aplicaciones de su teléfono celular?		
Respuesta	#	%
Si	49	49
No	51	51
Total	100	100

Grafico # 8



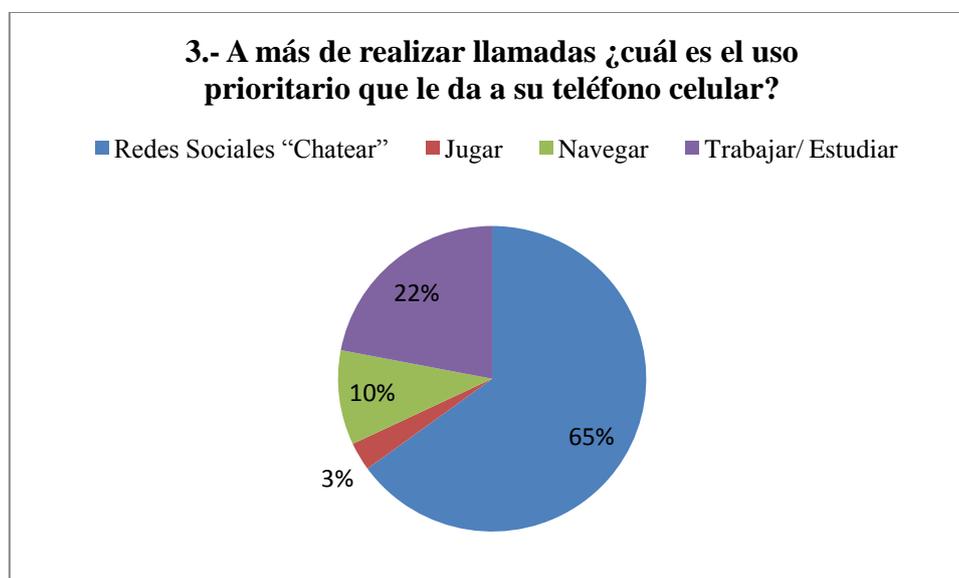
En esta segunda pregunta **¿Utiliza al 100% las aplicaciones de su teléfono celular?** Al tabular las respuestas pudimos observar primero que no todos los que poseen el teléfono celular conocen para que sirven las diferentes aplicaciones por lo cual no las utilizan por miedo a dañar el aparato otro de los motivos que podemos acotar es porque son tantas que no se alcanza a entender una y ya se está actualizando eso es

uno de los factores que influyen al usuario del teléfono a estar constantemente sumergido en el por eso hay una mínima diferencia con los que si conocen las varias aplicaciones de su teléfono que ya están familiarizados y pasan constantemente utilizándolas.

Tabla # 10

3.- A más de realizar llamadas ¿cuál es el uso prioritario que le da a su teléfono celular?		
Respuesta	#	%
Redes Sociales “Chatear”	65	65
Jugar	3	3
Navegar	10	10
Trabajar/ Estudiar	22	22
Total	100	100

Grafico # 9



El análisis de la segunda pregunta arroja que a pesar de los juegos y variedad de aplicaciones el teléfono celular se lo utiliza principalmente en las redes sociales enviar y recibir “wassaps” “Twitter” “Facebook”. Desde este punto de vista las redes sociales les permiten estar conectados y comunicados de una manera más rápida.

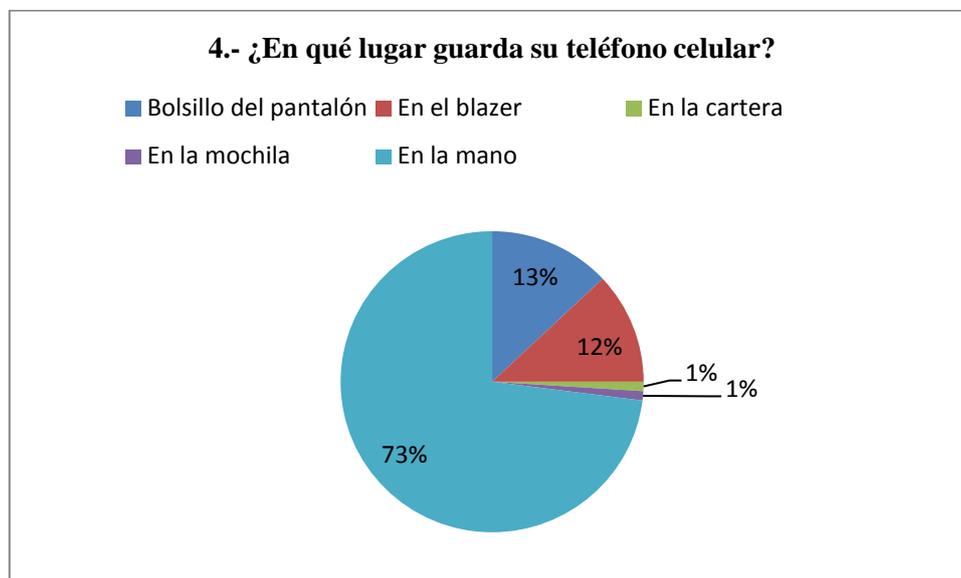
En cuanto a realizar tareas laborales o de estudio estos teléfonos celulares les permiten tener a mano tanta información que los usuarios toman como una gran ventaja.

Además el teléfono celular es un equipo de entretenimiento que no existe forma de estar desconectados.

Tabla # 11

4.- ¿En qué lugar guarda su teléfono celular?		
Respuesta	#	%
Bolsillo del pantalón	13	13
En el blazer	12	12
En la cartera	1	1
En la mochila	1	1
En la mano	73	73
Total	100	100

Grafico # 10

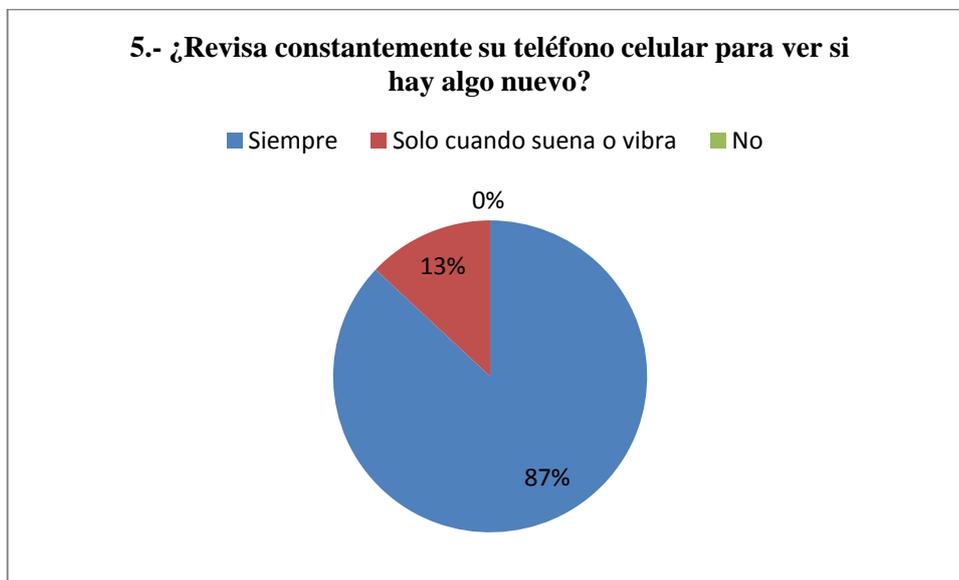


Llevar el teléfono móvil siempre a la mano es muy común se ha convertido en un artefacto de primera necesidad para la vida cotidiana esto indica una gran dependencia hacia estos dispositivos.

Tabla # 12

5.- ¿Revisa constantemente su teléfono celular para ver si hay algo nuevo?		
Respuesta	#	%
Siempre	87	87
Solo cuando suena o vibra	13	13
No	0	0
Total	100	100

Grafico # 11



Un estudio de la Escuela de Negocios Baylor's Hankamer de Texas revela que incluso podemos llegar a revisar el teléfono cada 6 minutos y medio (unas 150 veces en las 16 horas que estamos despiertos)

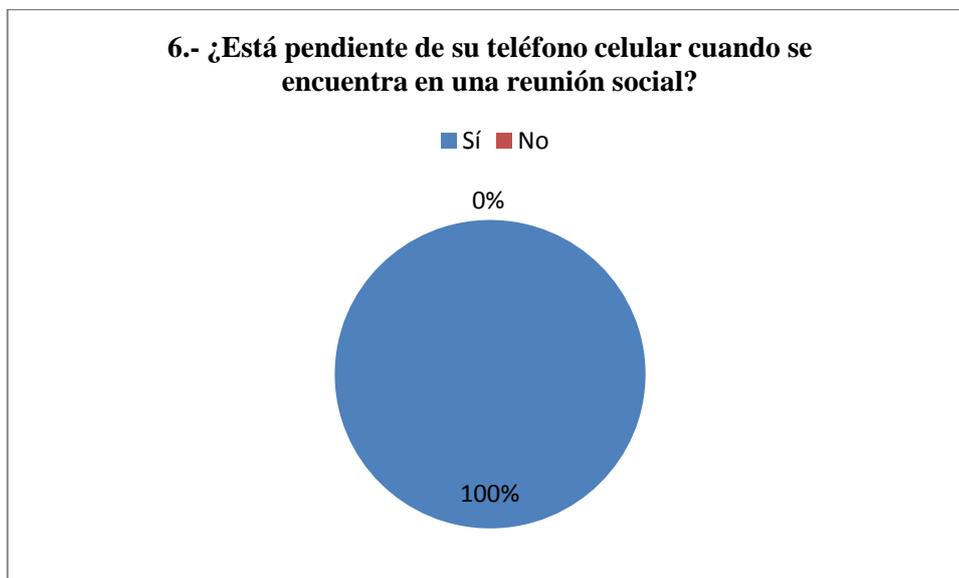
Al momento de realizar nuestra encuesta muchos comentaron que lo primero que hacen al despertar es revisar su teléfono que lo tienen como despertador por eso duermen con él.

Esto indica que también es lo último que utilizan antes de dormir por lo tanto revisar el teléfono celular se ha convertido en una constante en sus vidas.

Tabla # 13

6.- ¿Está pendiente de su teléfono celular cuando se encuentra en una reunión social?		
Respuesta	#	%
Sí	100	100
No	0	0
Total	100	100

Grafico # 12



La obsesión por el uso constante de los teléfonos celulares ha influenciado tanto en nuestros hábitos de comunicación que hemos llegado a ignorar a la persona que se tiene enfrente.

A esto se le llama **PHUBBING** el acto de ofender a alguien que se encuentra con usted en un entorno mutuo mirando el teléfono constantemente en lugar de de prestarle atención”

Tabla # 14

7.- ¿Está pendiente de su teléfono celular a la hora de la comida cuando está en familia, entre amigos o compañeros de trabajo?		
Respuesta	#	%
Sí	95	95
No	5	5
Total	100	100

Grafico # 13



Se pueden observar a diario este tipo de conducta de colocar en la mesa el teléfono y revisarlo en ocasiones repetidas no hay cortesía o algún tipo de conexión con las demás personas que nos acompañan cuando antes este era el momento preciso para compartir, disfrutar de una buena charla.

Tan grande es el impulso de estar pendiente al teléfono celular que en ocasiones dejamos de comer.

Tabla # 15

8.- ¿Revisa su teléfono celular cuando camina en la calle o va en el bus?		
Respuesta	#	%
Sí	97	97
No	3	3
Total	100	100

Grafico # 16



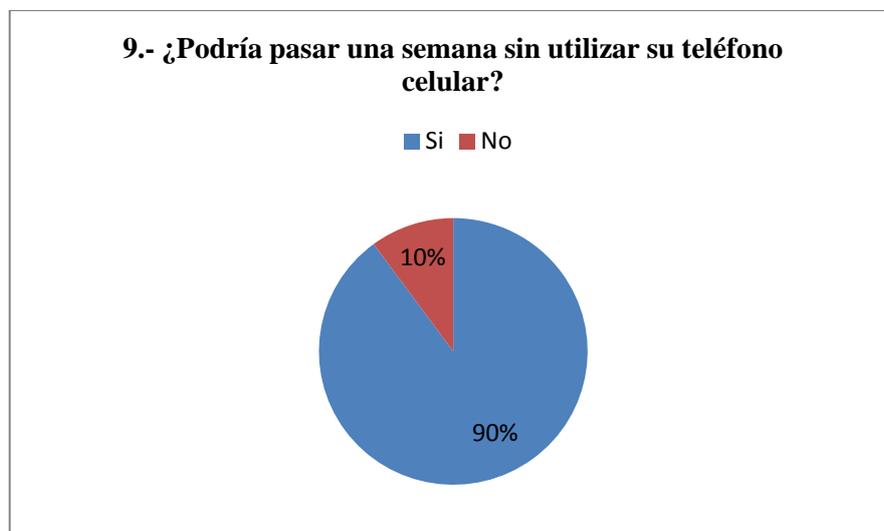
Este comportamiento es muy común no es raro ver a las personas caminando o en un colectivo con teléfono en la mano.

El teléfono celular lo llevamos en todo momento, en todo lugar aunque en este tipo de situaciones corremos riesgos que no asalten o de sufrir alguna accidente.

Tabla # 16

9.- ¿Podría pasar una semana sin utilizar su teléfono celular?		
Respuesta	#	%
Si	89	89
No	10	10
Total	99	99

Grafico # 17



“Sin Celular no tenemos vida” esta frase es el común denominador entre los jóvenes aunque y no es una conducta exclusiva de ellos.

Parece exagerado pero hay personas que son capaces de regresar a sus casas cuando se les olvida el teléfono celular, hay quienes dicen que sufren si no lo tienen o les falla o no están conectados o no tienen saldo presentan problemas físicos y psicológicos como ansiedad, palpitaciones y sudores se desesperan si no se pueden conectar al wi-fi o se les agota la batería.

Y reconocen que son “**móvil-dependientes**”, al no poder estar ni un minuto sin su teléfono.

Tabla # 18

10.- ¿Cree usted que el uso del teléfono celular ha afectado a la comunicación persona a persona?		
Respuesta	#	%
Si	97	97
No	3	3
Total	100	100

Grafico # 19



La mayoría sabe que a pesar que los teléfonos celulares de última tecnología acortan distancias y facilita la comunicación es casi un hecho que se ha creado un hueco en las relaciones persona a persona aislándolos de la familia, amigos, se les hace muy difícil o ya no saben cómo entablar una conversación sin que estén pendientes del celular en cierto modo este aparato es una especie de escudo que les da seguridad pues cuando están en un lugar donde no conocen a las personas se ponen a revisarlo y no se sienten solos. Impidiendo la relación directa con las personas.

3.5. Conclusiones.

Después de analizar los resultados de la encuesta identificamos que los teléfonos de última tecnología son un elemento que se ha posicionado de manera inmediata en el mercado que hay pocas personas que no lo poseen pero están prontas a adquirirlo.

De hecho entre los estudiantes de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil del periodo 2015 - 2016 se ha notado que existe un uso adictivo a este tipo de teléfonos celulares.

Los teléfonos celulares de última tecnología poseen diversidad de aplicaciones que proporcionan entretenimiento (música, videos) que sirven para investigar (navegadores google, mozilla, internet explorer) juegos etc. Las personas utilizan más las aplicaciones de redes sociales (whatsapp, Facebook, Twitter) que los mantienen comunicados.

Ya que constantemente están pendientes del teléfono celular revisándolo la mayoría de las personas siempre lo tienen en la mano en lugar de guardarlo en su bolso o en el pantalón pues indican que así es más fácil en lugar que buscarlo.

Hay inclusive personas que dicen que no pueden sobrevivir sin sus teléfonos celulares que se sienten excluidos, es notorio que la comunicación y convivencia ha pasado a un segundo plano pues las personas prestan más atención a sus teléfonos celulares aunque estén en reuniones sociales o de trabajo incluso a la hora de la comida.

3.6. Recomendaciones.

Siendo tan visibles como son afectados los hábitos comunicacionales por el uso de las tecnologías de los teléfonos celulares

Se recomienda rescatar lazos afectivos más allá de la tecnología procurando generar mayor contacto con las personas y familiares.

Fomentar un tiempo de interacción personal entre los alumnos para que recuperen la confianza para comunicarse sin el uso del teléfono celular y liberarlos de esa dependencia.

Crear una estrategia que muestre en que tiempo y/o espacio se puede hacer uso del teléfono celular para que de esta manera se respete el momento de compartir con las personas.

Que los alumnos sean voceros y nos ayuden a crear conciencia de lo que se ha demostrado en esta investigación que se comprometan a difundir la información a docentes de la institución amistades externas a la universidad y familiares.

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

4.1. Título de la Propuesta

Campaña de concientización para recuperar los hábitos comunicacionales persona a persona entre los estudiantes de la Escuela de Publicidad de la Universidad laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil del periodo 2015 – 2016.

4.2. Justificación de la Propuesta

La presente propuesta es para generar reflexión en la población universitaria y esta a la vez a la sociedad, para fomentar buenos hábitos sobre el uso consiente del teléfono celular.

Recordares que las personas viven en sociedad por lo tanto necesita convivir con las demás personas, y que el teléfono celular es solo una herramienta de comunicación. Es cierto cada persona tiene sus espacios de intimidad, pero también existen momentos de compartir momento de convivir.

La convivencia es lo más básico y fundamental para todas las personas es la coexistencia pacífica y armónica de grupos humanos en un mismo espacio es importante que cada individuo tenga una actitud de respeto hacia el otro con el objetivo de que la convivencia sea agradable.

4.3. Objetivo de la propuesta

Desarrollar una campaña publicitaria de concientización que devuelva el equilibrio armónico de la buena comunicación persona a persona, el respeto hacia la familia,

amigos, compañeros, y la sociedad y el buen uso de las tecnologías de los teléfonos celulares en esos entornos.

4.4. Objetivos específicos

- Fomentar buenos hábitos sobre el uso de celulares en los estudiantes de la escuela de publicidad de la Universidad laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.
- Reforzar la convivencia interpersonal con la sociedad sin depender del teléfono celular.

4.5. Fundamentación.

Los celulares nos permiten estar en constante comunicación y compartiendo con todos aquellos que queremos por medio de las múltiples redes sociales como Facebook, Twitter, e Instagram.

Es importante reforzar el conocimiento sobre el buen o mal uso de los teléfonos celulares de última tecnología dando una serie de recomendaciones que se sean efectivas y se puedan poner en práctica en el entorno universitario y a su vez se extienda en el entorno familiar.

Ya que en ocasiones, en el hogar es donde se refleja en mayor grado la conducta adictiva hacia las tecnologías siendo el teléfono celular el más accesible es muy fácil sumergirse en el mundo de la interacción virtual a convivir.

Ante los cambios de la tecnología de los teléfonos celulares cada vez más veloces se notan el hueco social ya que las personas al querer ser más expertos en su manejo se vuelven vulnerable la interacción entre las personas.

Los jóvenes tienen varias expresiones sobre sus teléfonos celulares como:

“Mi celular siempre me permite comunicarme con la gente que no está cerca”

“Es como si tuviera mi computador siempre conmigo”

El teléfono celular ofrece innumerables beneficios, pero usarlo exorbitantemente nos distrae de nuestro entorno. Podemos perder momentos de calidad en el hogar, la universidad, el trabajo y en nuestra vida cotidiana.

Algunos jóvenes hablan de su teléfono celular como si fuera su mejor amigo-a.

“Llevo siempre mi celular conmigo porque no estaría complet@ sin él”

“Si no me puedo conectar en mi celular no tengo vida”

El teléfono celular también causa cansancio

A veces estoy tan cansada-o pero no puedo dejar de revisar mi celular cuando duermo me despierto constantemente a revisar mi celular y no duermo bien por estar usándolo por lo que al despertar estoy más cansad@.

Hoy es común el ver gente caminando con la mirada en el celular. Lo usan mientras comen, conducen, duermen con él.

Como estos testimonios hay innumerables notamos que los jóvenes son conscientes de la influencia de los teléfonos celulares en su vida cotidiana y que los aleja de la naturaleza humana de convivencia.

4.6. Listado de Contenidos.

- I. Tema de la Campaña.**
- II. Objetivos Publicitarios.**
- III. Estrategia Creativa.**
 - Concepto.
 - Audiencia.
 - Medios.
- IV. Estrategia del Mensaje.**
 - Componente Verbal.
 - Componente no Verbal.
 - Colores.
 - Logotipo.
- V. Piezas publicitarias.**
- VI. Presupuesto.**

4.7. Desarrollo de la Propuesta.

4.7.1. Tema de la Campaña.

Campaña de concientización. “Desátate”

4.7.2. Objetivos Publicitarios.

- Concienciar al 80% de los Estudiantes sobre los efectos que causa la dependencia negativa del teléfono celular.
- Persuadir al 65% de los estudiantes a rescatar la esencia de la comunicación humana y la convivencia social.
- Demostrar a los estudiantes que es posible equilibrar el uso de las tecnologías y la convivencia social para poder sociabilizar con el resto de las personas.

4.7.3. Estrategia Creativa.

- **Audiencia Meta:** Estudiantes de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.
- **Concepto:** Hábitos de Comunicación Interpersonal.
- **Medios:** Afiches, Publicidad en Vinyl, BTL.

4.7.4. Estrategia del Mensaje

- **Componente Verbal:** DESATATE
- **Componente No Verbal:** Imágenes de Personas conectadas a su Móvil y aisladas de su entorno social.
- **Colores:** contextualizan la telefonía móvil.
- **Logotipo.**



- **Componente Técnico:** Afiche 40x30cms, vinyl 50x50 de diámetro, BTL 10 x10 cm2

4.7.5. Piezas Publicitarias.

Grafico #17

Afiches.



DESATAT



NO PERMITAS QUE LA VIDA SE TE PASE... MIENTRAS REVISAS TU CELULAR

Grafico # 19

DESATAT



NO PERMITAS QUE LA VIDA SE TE PASE... MIENTRAS REVISAS TU CELULAR

Grafico # 20
BTL. Vinil Piso.



Grafico # 21
Dummy



4.7.6. Presupuesto.

Tabla # 18

PRESUPUESTO PUBLICITARIO			
TIPO	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
Afiche	\$250.00	10	\$2,500
Vinyl	\$200	2	\$400
BTL	\$3	300	\$900
TOTAL			\$3,800

Tabla # 19

DESCRIPCIÓN	CANTIDA D	C. UNITARIO	C. TOTAL
Copias en blanco y negro	500	\$0.03	\$15.00
Impresiones en blanco y negro	500	\$0.35	\$175.00
Cartucho de tinta negra para impresora	2	\$35.00	\$70.00
Cartucho de tinta de color para impresora	1	\$35.00	\$35.00
CD para grabar información de la tesis	3	\$1.50	\$4.50
Diseño Gráfico de los artes de la propuesta	7	\$50.00	\$350.00
TOTAL			\$ 850,00

Bibliografía

- Adán Salina Ramírez, Rodolfo Y Suárez Paredes, Cristofer “La Influencia De Las Redes Sociales En Los Alumnos Del Centro Educativo Juana María De Lara” Paraguay – 2011.
- Consejo De La Juventud De Extremadura “Estudio Sobre El Uso Y Consumo Del Teléfono Móvil En Los Jóvenes Extremeños” España – 2006.
- De Fonseca Yerena Maria Del Socorro, «Comunicación Oral Fundamentos Y Práctica Estratégica», Primera Edición, Pearson Educación, México.
- De Stanton William, Etzel Michael Y Walker Bruce, «Fundamentos De Marketing», Decimocuarta Edición, Mcgraw-Hill Interamericana.
- *Dr. Pere Marquès Graells*, «Impacto De Las Tic En Educación», Funciones Y Limitaciones. (2000).
- Graó. Alas A, «Las Tecnologías De La Información Y De La Comunicación En La Escuela. Barcelona», Et Al. (2002).
- “Influencia De La Telefonía Móvil En Los Cambios Culturales Y Sociales De Los Jóvenes De La Universidad Javeriana En Colombia” Colombia– 2008.
- Josefa Gómez De Enterría Y Sánchez, «La Comunicación Escrita En La Empresa», Arco Libros, 2002.
- Macario Moreno García, María José Vázquez Fernández. “Prevención De La Adicción A Las Nuevas Tecnologías En Jóvenes” Las Palmas – España – 2006.
- Nuria Cortada De Kohan, Guillermo Macbeth, Alfredo López Alonso, «Técnicas De Investigación Científica».

- Víctor González, «Hábitos De Comunicación E Interacción De Los Adolescentes En Su Contexto Presencial Y Virtual», Becario Predoctoral At Universidad De Murcia.

Direcciones de internet

- http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/01/130124_tecnologia_etiqueta_smartphone_aa
- <https://cuestionessociales.wordpress.com/2013/06/09/tecnologia-y-falta-de-comunicacion/>
- <http://www.xatakamovil.com/movil-y-sociedad/cinco-usos-de-nuestro-telefono-que-sin-darnos-cuenta-han-revolucionado-nuestras-vidas>
- <http://conviveencomunidad.blogspot.com/2013/05/que-es-convivencia-y-cuales-son-sus.html>
- <https://www.alertaenlinea.gov/articulos/s0018-aplicaciones-m%C3%B3viles-que-son-y-c%C3%B3mo-funcionan>

ANEXOS

PRESUPUESTO PUBLICITARIO			
TIPO	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
Afiche	\$250.00	10	\$2,500
Vinyl	\$200	2	\$400
BTL	\$3	300	\$900
TOTAL			\$3,800

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Copias en blanco y negro	500	\$0.03	\$15.00
Impresiones en blanco y negro	500	\$0.35	\$175.00
Cartucho de tinta negra para impresora	2	\$35.00	\$70.00
Cartucho de tinta de color para impresora	1	\$35.00	\$35.00
CD para grabar información de la tesis	3	\$1.50	\$4.50
Diseño Gráfico de los artes de la propuesta	7	\$50.00	\$350.00
TOTAL			\$ 850,00

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES REALIZADAS	MESES 2014 - 2015																																				
	OCT.				NOV				DEC				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPT.				OCT.				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Desarrollo Capítulo 1 – Planteamiento del problema y formulación				X																																	
Delimitación del problema justificación					X																																
Sistematización de la investigación						X																															
Objetivos, límites de la investigación							X	X	X																												
Identificación de las variables - Hipótesis									X	X																											
Desarrollo Capítulo 2 – Marco teórico, Legal, Conceptual										X	X	X	X	X	X	X																					
Desarrollo Capítulo 3 – Metodología y Análisis de Resultados															X	X	X	X	X	X	X	X							X								
Desarrollo Capítulo 4 – Diseño de la propuesta,																															X	X	X				
Informe de Finalización Trabajo de Titulación (Tutor)																																				X	
Revisión final del proyecto completo																																				X	



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PUBLICIDAD

Guayaquil 30 de Octubre del 2015

Mgs.

Jacinto Jefferson Flores Cagua.
Docente de la Carrera de Publicidad.
Faculta de Ciencias Sociales y Derecho.
En su despacho.-

De mis consideraciones:

La presente es para solicitarle a Ud., muy comedidamente la revisión y validación del proyecto de tesis titulado "Efectos de la Dependencia a la Tecnología de Telefonía Móvil Como Hábito Comunicacional de los Estudiantes de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil", el cual ha sido elaborado por las estudiantes ANDREA PAOLA AGUIRRE MITE Y KAROLA TERESA CASTRO CHANG.

En espera de su aporte académico, nos suscribimos.

Atentamente.


Andrea Paola Aguirre Mite


Karola Teresa Castro Chang



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PUBLICIDAD**

Guayaquil 30 de Octubre del 2015

MsC. MaE.
Carlos Luis Espinoza Cevallos., **Tutor**
Carrera de Publicidad.
Faculta de Ciencias Sociales y Derecho.
En su despacho.-

De mis consideraciones:

La presente tiene por objeto informarle que a pedido de las egresadas **ANDREA PAOLA AGUIRRE MITE Y KAROLA TERESA CASTRO CHANG**, el día 30 de octubre del presente año, y en mi calidad de docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte se me solícito la validación de la propuesta del proyecto de investigación titulado: “Efectos de la Dependencia a la Tecnología de Telefonía Móvil Como Hábito Comunicacional de los Estudiantes de la Escuela de Publicidad de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil”, por lo que expongo el siguiente informe:

ITEMS	CRITERIOS DE VALIDACION												OBSERVACIONES					
	Indica CLARAMENTE el objetivo del estudio		Expone con CRITERIO el tema		Guarda COHERENCIA con las preguntas de investigación		Expresa ORDENADAMENTE lo que quiere expresar en la investigación		Da razones OBJETIVAS relacionadas al estudio, tema y problema planteado		Define CORRECTAMENTE conceptos involucrados en el problema		Realiza con CLARIDAD y PRECISION la redacción del tema		Debe mantenerse	Debe modificarse	Debe eliminarse	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	Dma.	Dmo.	Delm	
TITULO	X		X		X		X		X		X		X		X			
FUNDAMENTACIÓN	X		X		X		X		X		X		X		X			
FACTIBILIDAD	X		X		X		X		X		X		X		X			
JUSTIFICACIÓN	X		X		X		X		X		X		X		X			
OBJETIVOS	X		X		X		X		X		X		X		X			
EXTRUCTURA EXTERNA	X		X		X		X		X		X		X		X			
EXTRUCTURA INTERNA	X		X		X		X		X		X		X		X			
RECURSOS	X		X		X		X		X		X		X		X			
INFRAESTRUCTURA	X		X		X		X		X		X		X		X			



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PUBLICIDAD

En resumen se cumple con:

Validez			
Observaciones Generales			
Según el registro de observaciones hace aplicable la propuesta			
Aplicable	X	No Aplicable	Aplicable Atendiendo a las observaciones
Validado por	Mgs. Jacinto Jefferson Flores Cagua.		C.I.0919200766
Teléfono	042646299	E-mail: jfloresc@ulvr.edu.ec	

Atentamente.

Mgs. Jacinto Jefferson Flores Cagua.
0919200766