

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ

NUEVAS PERSPECTIVAS
SOBRE LA INVESTIGACIÓN Y LA PRÁCTICA EN

PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA EN MÉXICO

Claudia Ivette Rodríguez Lucio • José Roberto Tovar Herrera
Óscar Javier Montiel Méndez • Anel Flores Novelo
Coordinadores



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ

Juan Ignacio Camargo Nassar
Rector

Daniel Constandse Cortez
Secretario General

Guadalupe Gaytán Aguirre
Directora del Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte

Jesús Meza Vega
Director General de Comunicación Universitaria

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ

NUEVAS PERSPECTIVAS SOBRE LA INVESTIGACIÓN Y LA PRÁCTICA EN

Publicidad y mercadotecnia en México

Claudia Ivette Rodríguez Lucio • José Roberto Tovar Herrera
Óscar Javier Montiel Méndez • Anel Flores Novelo

D. R. © Claudia Ivette Rodríguez Lucio, José Roberto Tovar Herrera,
Óscar Javier Montiel Méndez, Anel Flores Novelo (por coordinación)

© Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Avenida Plutarco Elías Calles 1210
Fovissste Chamizal, C. P. 32310
Ciudad Juárez, Chihuahua, México
Tels. +52 (656) 688 2100 al 09

Nuevas perspectivas sobre la investigación y la práctica en publicidad y mercadotecnia en México / Coordinadores Claudia Ivette Rodríguez Lucio, José Roberto Tovar Herrera, Óscar Javier Montiel Méndez, Anel Flores Novelo.-- Primera edición.
-- Ciudad Juárez, Chihuahua, México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, 2021.-- 281 páginas; 22 centímetros.

ISBN: 978-607-520-420-8

Contenido: Introducción.-- Tipologías de ciudadanos de acuerdo con su percepción del desempeño del servicio público/Isabel Cristina Flores Rueda, Beatriz Virginia Tristán Monroy, Ma. Patricia Torres Rivera, Magaly Sarahi Trejo Barajas.-- Efectividad de las estrategias de comunicación en los hábitos alimenticios de las madres de infantes en el interior del estado de Yucatán/María del Carmen Rachó Barroso, Gina Estefanía Godínez Molina.-- Estrategias de marketing colaborativo para la ciudad de Mérida: #VenaMéridaBlanca/Carolina Cárdenas Sosa, María Cristina Mata Castro.-- Análisis del contenido publicitario en las marcas de queso de la industria lechera en la región noroeste de Chihuahua/Elizabeth Bautista Flores, Javier Hernández Santiago.-- Retos en el desarrollo de marcas de productos agrícolas: el caso de la miel de abeja yucateca/Mireya Noemí Hernández Islas, Anel Flores Novelo, Ana Laura Bojórquez Carrillo.-- Análisis semiótico para identificar elementos adultizados en la publicidad de moda infantil como factor de baja autoestima en niñas de 9 a 12 años. Caso de estudio: Catálogo online C&A moda invierno 2017/Belem Alejandra Herrera Ramírez, Aarón Osvaldo Ormelas Bustos, Claudia Ivette Rodríguez Lucio.-- Alcoholismo infantil y en adultos jóvenes: una aproximación a la relación entre campañas publicitarias y el consumo de bebidas alcohólicas/Pedro Alberto López González, Leslie Alejandra Puentes González, Óscar Javier Montiel Méndez, Virginia Guadalupe López Torres.-- La publicidad televisiva y su influencia en la percepción de género/José Roberto Tovar Herrera.-- El texto publicitario: una propuesta metodológica/José de Jesús Flores Figueroa.

Publicidad – Investigación – México
Mercadotecnia – Investigación – México
Publicidad – Investigación – Latinoamérica
Mercadotecnia – Investigación – Latinoamérica

LC – HF5813.M4 N84 2021

La edición, diseño y producción editorial de este documento estuvieron a cargo de la Dirección General de Comunicación Universitaria, a través de la Subdirección de Editorial y Publicaciones

Coordinación editorial:
Mayola Renova González
Cuidado editorial:
Subdirección de Editorial y Publicaciones
Diseño de cubierta y diagramación:
Karla María Rascón

Primera edición, 2021
<http://elibros.uacj.mx>



Índice

Introducción

CAPÍTULO I

Tipologías de ciudadanos de acuerdo con su percepción del desempeño del servicio público

Isabel Cristina Flores Rueda / Beatriz Virginia Tristán Monroy /
Ma. Patricia Torres Rivera / Magaly Sarahi Trejo Barajas
Universidad Autónoma de San Luis Potosí..... 17

CAPÍTULO II

Efectividad de las estrategias de comunicación en los hábitos alimenticios de las madres de infantes en el interior del estado de Yucatán

María del Carmen Rachó Barroso / Gina Estefanía Godínez Molina
Universidad Autónoma de Yucatán 37

CAPÍTULO III

Estrategias de *marketing* colaborativo para la ciudad de Mérida: #VenaMéridaBlanca

Carolina Cárdenas Sosa / María Cristina Mata Castro
Universidad Autónoma de Yucatán 73

CAPÍTULO IV

Análisis del contenido publicitario en las marcas de queso de la industria lechera en la región noroeste de Chihuahua

Elizabeth Bautista Flores / Javier Hernández Santiago

División Multidisciplinaria de la UACJ en Nuevo Casas Grandes..... 107

CAPÍTULO V

Retos en el desarrollo de marcas de productos agrícolas: el caso de la miel de abeja yucateca

Mireya Noemí Hernández Islas / Anel Flores Novelo /

Ana Laura Bojórquez Carrillo

Universidad Autónoma de Yucatán 131

CAPÍTULO VI

Análisis semiótico para identificar elementos adultizados en la publicidad de moda infantil como factor de baja autoestima en niñas de 9 a 12 años. Caso de estudio: Catálogo online C&A moda invierno 2017

Belem Alejandra Herrera Ramírez / Aarón Osvaldo Ornelas Bustos /

Claudia Ivette Rodríguez Lucio

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez..... 149

CAPÍTULO VII

Alcoholismo infantil y en adultos jóvenes: una aproximación a la relación entre campañas publicitarias y el consumo de bebidas alcohólicas

Pedro Alberto López González / Leslie Alejandra Puentes González /

Óscar Javier Montiel Méndez / Virginia Guadalupe López Torres

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez / Universidad

Autónoma de Baja California 177

CAPÍTULO VIII

**La publicidad televisiva y su influencia
en la percepción de género**

José Roberto Tovar Herrera

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.....203

CAPÍTULO IX

El texto publicitario: una propuesta metodológica

José de Jesús Flores Figueroa

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.....229