



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

La percepción de la publicidad pre-roll en YouTube en los estudiantes de la
facultad de Ciencias de la Comunicación, Los Olivos 2016

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR:

Heredia Montero, Silvia Paola

ASESOR:

MG. Smith Corrales, Cesar Augusto

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

Año 2016 – I

Página del jurado

.....
Mg. César Smith Corrales

Presidente

.....
Mg. Javier Argote Moreau

Secretario

.....
Mg. Ruben Gomez Diaz

Vocal

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada a mi madre, que me apoyo incondicionalmente en esta etapa tan importante de mi vida, a mis amigos que estuvieron siempre a mi lado brindándome su apoyo día tras día y a Oliver Capcha quien estuvo acompañándome en todo momento.

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi agradecimiento en primer lugar a los profesores de la Universidad César Vallejo, por brindarme todas las facilidades para la investigación y la aplicación de mi instrumento de recolección de datos. Asimismo, a los estudiantes de dicha Institución por brindar de su tiempo en colaborar con esta causa. Por otro lado, quiero agradecer a los docentes que a pesar de su recargada agenda decidieron realizar las validaciones y presentar sugerencias. Y por último pero no menos importante, agradecer el apoyo de mis asesores de tesis por brindarme sus conocimientos para el desarrollo de este trabajo de investigación y a mis compañeros de la universidad por despejar todas mis dudas y brindarme su apoyo incondicional.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo Silvia Paola Heredia Montero, con DNI N° 72040322, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima,..... del.....

Silvia Paola Heredia Montero

PRESENTACIÓN

v

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “La Percepción de la Publicidad Pre-roll en YouTube en los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Los Olivos 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Ciencias de la comunicación.

Silvia Paola Heredia Montero.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general conocer la percepción de la publicidad pre-roll en YouTube en los estudiantes de la facultad de Ciencias de la Comunicación, Los Olivos 2016. El tipo de investigación es aplicada de nivel descriptivo – simple, su enfoque es cuantitativo, y el diseño fue no experimental. La muestra estuvo conformada por 152 estudiantes del 6to ciclo de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de los tres turnos de la Universidad César Vallejo. Se aplicó la técnica de la encuesta, a través de un cuestionario de 30 ítems, que tiene preguntas de tipo Likert. Validada a través del Coeficiente de V de Aiken, tras la aprobación de 3 expertos de la especialidad de publicidad con un 91% y, con una confiabilidad del 0.80. La tesis tuvo como resultado que los estudiantes del 6to ciclo de la facultad de Ciencias de la Comunicación, tienen una percepción negativa de la publicidad pre-roll en YouTube, ya que gran parte de ellos están atentos a que les aparezca la opción “saltar publicidad”.

Palabras clave: Publicidad – Pre-roll – Descriptivo – Percepción - YouTube

ABSTRACT

The present investigation had like general target to know the perception of the publicity pre-roll in YouTube in the students of the faculty of Sciences of the Communication, The Olivos 2016. The type of investigation is applied of descriptive level – simply, its approach is quantitative, and the design was not experimental. The sample was shaped by 152 students of 6to cycle of the Career of Sciences of the Communication of three shifts of the University César Vallejo. The skill of the survey was applied, across the Coefficient of V of Aiken, after the approval of 3 experts of the specialty of publicity with 91% and with a reliability of 0.80. The thesis resulted in students the 6th cycle of the faculty of communication sciences, have a negative perception of advertising pre-roll on YouTube, and that many of them are attentive to them the option appears “skip”.

Key word: Publicity – Pre-roll – Descriptive – Perception – YouTube.

ÍNDICE

PÁGINAS PRELIMINARES	Pág.
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimientos	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	
1.1 Antecedentes	9
1.2 Justificación del estudio	12
1.3 Teoría relacionada al tema	13
1.4 Marco Teórico	14
1.5 Realidad problemática	18
1.6 Formulación del problema	22
1.7 Objetivos	23
II. MÉTODOLÓGÍA	
2.1 Diseño de investigación	24
2.2 Variables, Operacionalización	24
2.3 Población y muestra	27
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos y Validez	28
2.5 Métodos de análisis de datos	30
2.6 Aspectos éticos	30

III. RESULTADOS

IV. DISCUSIÓN

V. CONCLUSIONES

VI. RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento (Cuestionario)

Anexo 2: Validación de los instrumentos

Anexo 3: Matriz de consistencia

Anexo 4: Base de datos SPSS