



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**INSIGHT DEL MENSAJE PUBLICITARIO Y SU EFECTO EN LA
IDENTIDAD CULTURAL DE LOS RESIDENTES DE LOS CONDOMINIOS
“PARQUES DE VILLASOL” y “EL OLIVAR”: CAMPAÑA CHOLO SOY,
LOS OLIVOS, 2016.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTORA

Carla Melissa Pastor Córdova

ASESOR

Mg. Javier Argote Moreau

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Procesos Comunicacionales de la Sociedad Contemporánea

LIMA – PERÚ

AÑO 2016

PÁGINA DEL JURADO

PRESIDENTE:

CÉSAR SMITH CORRALES

SECRETARIO:

DR. RAFAEL SAAVEDRA

VOCAL:

MARIO CASTILLO

Quiero dedicar esta investigación a mis padres. A mi mamá Natalí por siempre creer en mí, aun cuando ni yo lo hacía. A mi papá Quique, por enseñarme lo que es la responsabilidad y que a pesar de todo, hay que seguir siempre adelante. Esta tesis y la culminación de mi carrera es para mis padres, porque sé lo que esto significa para ellos.

Agradezco a mis padres por siempre confiar en mí, por creer en mis capacidades y apoyarme en esta carrera profesional. También a mis abuelitos, Jack y Leonida, quienes a la distancia siempre me alentaron y creyeron que lograría mis objetivos. Finalmente, agradezco mi perseverancia, aun cuando muchas circunstancias intentaron agobiarme, siempre supe mantener el temple y el sueño de ser profesional.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Carla Melissa Pastor Córdova con DNI N° 74451303, 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.

Asimismo, 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, 01 de Octubre del 2016

Carla Melissa Pastor Córdova

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada "Insight de mensaje publicitario y su efecto en la identidad cultural de los residentes de los condominios "Parques de VillaSol" y "El Olivar": Campaña Cholo Soy, 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 Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Carla Melissa Pastor Córdova

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	II
AGRADECIMIENTOS	IV
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	V
PRESENTACIÓN.....	VI
ÍNDICE.....	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRACT	IX
I. INTRODUCCIÓN	10
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
JUSTIFICACIÓN.....	19
OBJETIVOS:	19
HIPÓTESIS.....	20
II. MÉTODO	21
DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	21
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	22
POBLACIÓN Y MUESTRA	23
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD	23
VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD	23
MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	26
ASPECTOS ÉTICOS	26
III. RESULTADOS.....	27
IV. DISCUSIÓN.....	42
V. CONCLUSIONES	46
VI. RECOMENDACIONES.....	47
VII. REFERENCIAS	48

RESUMEN

La investigación titulada Insight de mensaje publicitario y su efecto en la identidad cultural de los residentes de los condominios “Parques de VillaSol” y “El Olivar”: Campaña Cholo Soy, Los Olivos, 2016, buscó ratificar si existía o no, algún producto o intención del insight como estrategia de marketing frente a la identidad cultural de los condominio ubicados en un distrito con problemas de discriminación. Mediante una encuesta realizada a una muestra de 150 residentes, se encontró que los altos niveles de prejuicios sociales y racismo, son causas principales de que no exista un efecto determinante del insight que describe perfectamente la situación en la sociedad, sobre la identidad cultural de los mismos.

PALABRAS CLAVE

Identidad, Insight, Discriminación, Efecto, Cholo, Soy.

ABSTRACT

The research entitled Insight of advertising and its effect on the cultural identity of residents of the condominiums "Parques de VillaSol" and "El Olivar": Campaign Cholo Soy, Los Olivos, 2016, sought to ratify whether or not there was a product or Insight as a marketing strategy versus the cultural identity of condominiums located in a district with discrimination problems. A survey of a sample of 150 residents found that high levels of social prejudice and racism were the main reasons for the lack of a determining effect of insight that perfectly describes the situation in society, the cultural identity of Themselves.

KEY WORDS

Identity, Insight, Discrimination, Effect, Cholo, Soy.