



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN

ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS SPOTS TELEVISIVOS DE LA
CAMPAÑA “SEGUROS VEHICULARES” DE LA EMPRESA PACÍFICO
SEGUROS DEL 2015

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

AUTORA:

RAMOS CASTILLO YLENIA CAROLINA

ASESOR:

DR. RAFAEL SAAVEDRA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PROCESOS COMUNICATIVOS EN LA EDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA- PERÚ

2016- II

JURADO CALIFICADOR

Mg.

César Smith Corrales

Mg.

Javier Argote Moreau

Mg.

Alfredo Cautín Martínez

A mi madre en el cielo
y a mi pequeño Nico,
que están orgullosos de mi
por todo lo que he logrado.

Un agradecimiento
a mi padre y mi hermano,
por su apoyo constante
que ayudaron a completar
la presente investigación.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo Ylenia Carolina Ramos Castillo con DNI N° 73003441, 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, 01 de Diciembre del 2016

Ylenia Carolina Ramos Castillo

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Análisis de contenido de los spots televisivos de la campaña “Seguros Vehiculares” de la empresa Pacífico Seguros del 2015”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Ciencias de la Comunicación.

Ramos Castillo Ylenia Carolina

ÍNDICE

PÁGINAS PRELIMINARES

Página del jurado	II
Dedicatoria	III
Agradecimiento	IV
Declaratoria de autenticidad	V
Presentación	VI
Índice	VII
RESUMEN	IX
ABSTRACT	X

I. INTRODUCCIÓN	1
II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	22
2.1. Formulación del problema de investigación	22
2.2. Justificación	22
2.3. Relevancia	23
2.4. Contribución	23
2.5. Objetivos	24
2.5.1. Objetivo General	24
2.5.2. Objetivo Específico	24
2.6. Supuestos	24
III. MARCO METODOLÓGICO	25
3.1. Metodología	25
3.1.1. Enfoque	25
3.1.2. Tipo de estudio	25
3.1.3. Nivel de Investigación	25
3.1.4. Diseño	26
3.2. Escenario de estudio	26
3.3. Caracterización del objeto de estudio	26
3.4. Trayectoria metodológica	28
3.5. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	29
3.6. Aspectos éticos	31

IV. RESULTADOS	32
4.1. Descripción de resultados	40
V. DISCUSIÓN	45
VI. CONCLUSIONES	47
VII. RECOMENDACIONES	49
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50
ANEXOS	52

RESUMEN

En la presente investigación se planteó el siguiente problema ¿de qué manera el mensaje “vive pacífico” en los spots televisivos de la campaña “Seguros vehiculares” de la empresa Pacífico Seguros en el año 2015?, asimismo se determinó el siguiente objetivo analizar el mensaje “vive pacífico” en los spots televisivos de la campaña “Seguros vehiculares” de la Empresa Pacífico Seguros realizada en el 2015, se utilizó la técnica de la observación y el instrumento la ficha de observación con un factor de validación de 91%. Llegando a la siguiente conclusión los elementos usados en los tres spots televisivos de la campaña “Seguros Vehiculares” de la empresa Pacífico seguros del año 2015 convergen de la manera adecuada para poder obtener el mensaje “Vive Pacífico”.

Palabras Claves: publicidad, mensaje, spot, televisión, seguros.

ABSTRACT

In the present investigation the following problem was raised: how does the message "live peacefully" in the television spots of the "Vehicular Insurance" campaign of the Pacific Seguros company in the year 2015 ?, also determined the following objective to analyze the message "Lives peacefully" in the television spots of the "Vehicular Insurance" campaign of Empresa Pacífico Seguros in 2015, the technique of observation and the instrument used the observation sheet with a validation factor of 91%. Arriving to the following conclusion, the elements used in the three television spots of the "Seguros Vehiculares" campaign of the company Pacífico seguros of 2015 converge in the right way to obtain the message "Vive Pacífico".

Keywords: advertising, message, spot, television, safe.