



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

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

“LA RELACIÓN ENTRE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA ‘QUIEN ENTIENDE A LOS ADULTOS’ Y LA ACEPTACIÓN DEL FAN PAGE DE SIN PARAR EN EL PÚBLICO ADOLESCENTE DE 14 A 16 AÑOS EN EL AA.HH. VILLA MARÍA DEL PERPETUO SOCORRO, 2015.”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**AUTOR:**

CAUTI CHÁVEZ, ALBERTO RAY

**ASESOR TEMÁTICO Y METODOLÓGICO:**

MG. CÉSAR SMITH CORRALES

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA – PERÚ

2015

**PÁGINA DEL JURADO**

---

**JURADO 1**

---

**JURADO 2**

---

**JURADO 3**

**Dedicatoria:**

Dedico esta tesis a mis padres Alberto Cauti y Jael Chávez por ser influyentes en mi vida espiritual y académica. Por su amistad incondicional y sus sinceros afectos. También, por sus incalculables motivaciones y oraciones. Sin olvidarme, a todos los docentes que soportaron mis terribles preguntas y a mi hermano Alonso por prestarme la computadora dejando sus tareas escolares para avanzar con mi trabajo de investigación.

### **Agradecimiento:**

Al ser por el cual estoy con vida: Dios, Jehová. El primero en mi vida es él. Mis palabras son cortas, pero rescato su mejor regalo que tuvo para mí, de entregarme a unos estupendos y bellos padres. ¡A Dios sea la gloria!

*(Dad gracias en todo, porque esta es la voluntad de Dios para con vosotros en Cristo Jesús ,1° de Tesalonicenses 5:18)*

A su vez, al secretario del asentamiento humano Villa María del Perpetuo Socorro por brindarme una ayuda necesaria con la población.

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo **Cauti Chávez Alberto Ray** con DNI N° **71642734**, 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, diciembre del 2015

---

**ALBERTO RAY CAUTI CHÁVEZ**

## **PRESENTACIÓN**

**Señores miembros del Jurado:**

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada **“La relación entre la campaña publicitaria ‘Quién entiende a los adultos’ y la aceptación del fan page de Sin Parar en el público adolescente de 14 a 16 años en el AA.HH. Villa María del Perpetuo Socorro, 2015”**, 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**.

Atentamente,

**El autor**

# ÍNDICE

<b>CARÁTULA</b> .....	1
<b>PÁGINAS PRELIMINARES</b> .....	2
Página del jurado.....	2
Dedicatoria.....	3
Agradecimiento.....	4
Declaratoria de autenticidad.....	5
Presentación.....	6
<b>RESUMEN</b> .....	9
<b>ABSTRACT</b> .....	10
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	11
1.1 Realidad Problemática.....	11
1.2 Trabajos previos.....	20
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	23
1.4 Formulación del problema.....	25
1.5 Justificación del estudio.....	26
1.6 Objetivos.....	29
1.7 Hipótesis.....	29
<b>II. MÉTODO</b> .....	30
2.1 Diseño de investigación.....	30
2.2 Variables, operacionalización.....	32
2.3 Población y muestra.....	35
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	36
2.5 Métodos de análisis de datos.....	38

2.6 Aspectos éticos.....	38
<b>III.RESULTADOS.....</b>	<b>39</b>
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>58</b>
<b>V. CONCLUSIÓN.....</b>	<b>60</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>62</b>
<b>VII. REFERENCIAS.....</b>	<b>64</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>68</b>
Anexo 1.....	68
Anexo 2.....	70
Anexo 3.....	76
Anexo 4.....	77
Anexo 5.....	79



Gráfico 1.....	39
Gráfico 2.....	41
Gráfico 3.....	42
Gráfico 4.....	43
Gráfico 5.....	44
Gráfico 6.....	45
Gráfico 7.....	46
Gráfico 8.....	47
Gráfico 9.....	48
Gráfico 10.....	49
Gráfico 11.....	50
Gráfico 12.....	51
Gráfico 13.....	52
Gráfico 14.....	53
Gráfico 15.....	54
Gráfico 16.....	55
Gráfico 17.....	56
Gráfico 18.....	57

**“La relación entre la campaña publicitaria ‘Quien entiende a los adultos’ y la aceptación del fan page de Sin Parar en el público adolescente de 14 a 16 años en el AA.HH. Villa María del Perpetuo Socorro, 2015.”**

**RESUMEN:**

Una campaña publicitaria consiste en la colocación de mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualquiera de los medios de comunicación por empresas que intentan informar a los miembros de un mercado meta en particular acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas. Se planteó como objetivo determinar la relación entre la campaña publicitaria ‘Quien entiende a los adultos’ y la aceptación del fan page de Sin Parar en el público adolescente de 14 a 16 años en el AA.HH. Villa María del Perpetuo Socorro, 2015. Se utilizó la siguiente muestra de 66 adolescentes mediante el uso de encuestas. Los resultados tiene que ver con la relación de las variables, considerando el 37% de adolescentes les parece divertido las imágenes que difunden, el 42% de ellos a menudo entienden con claridad los mensajes de los videos ‘Quien entiende a los adultos’ presentados por Sin Parar y al 37% los videos influyen en su decisión de compra de los helados. Llegando a las siguientes conclusiones, la nueva campaña de Sin Parar no ha cumplido con ciertos objetivos establecidos en esta investigación, siendo un proyecto de regular impacto publicitario solamente en la población mencionada.

**Palabras claves:** campaña publicitaria, fan page.

## **ABSTRACT**

**"The relationship between the advertising campaign 'Who understands adults' and acceptance fan page Sin Parar at the teen audience of 14-16 years in the AA.HH. Villa Maria del Perpetuo Socorro, 2015. "**

## **SUMMARY:**

An advertising campaign is placing persuasive messages in time or space purchased in any of the media by companies trying to inform members of a particular target market about your products, services, organizations or ideas. They settled the objective to determine the relationship between the advertising campaign 'Who understands adults' and acceptance fan page without stopping at the teen audience of 14-16 years in the AA.HH. Villa María del Perpetuo Socorro, 2015. The following sample of 66 adolescents was used through the use of surveys. The results have to do with the relationship of the variables, considering 37% of adolescents find it amusing that broadcast images, 42% of them often clearly understand the messages of the videos 'Who understands adults' presented by No 37% Stop and videos influence their decision to buy ice cream. Reached the following conclusions, the new campaign has not No Stopping met certain targets set in this investigation, being a project to regulate advertising impact only in the population mentioned.

**Keywords:** advertising campaign, official page.