FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Recordación del mensaje publicitario del spot “Mamá Sabe 'Todos los días Preciazos'” de TOTTUS en madres de la I.E. José María Arguedas, 2018

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

AUTORA:
Alejandra Hatsuko Coronado Porras

ASESOR:
MG. Mario Buenaventura Castillo Hilario

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Los procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

Lima-Perú
2018

UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña) CORONADO PORRAS ALEJANDRA HATSUKO

cuyo título es: "RECORDACIÓN DEL MENSAJE PUBLICITARIO DEL SPOT MAMÁ SABE TODOS LOS DÍAS PRECIADOS DE TOTTUS EN MADRES DE LA I.E. JOSÉ MARÍA ARGUEDAS, 2018"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 14 (número) CATORCE (letras).

Lima, 04 de diciembre de 2018.

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO UCV EAP DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN LIMA

PRESIDENTE

SECRETARIO

VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación

Dedicatoria

A mi madre por siempre apoyarme en todo y quererme como soy. A Xiomi y Angélica por todo el cariño que me dan. A César. Y a mis primos por alegrar incluso mis momentos más tristes.

Agradecimientos

A todos los que me dieron fuerzas y ánimos para culminar mi tesis. A mis profesores por compartir sus conocimientos.

Declaratoria de Autenticidad

Yo Alejandra Hatsuko Coronado Porras con DNI N° 70001548, 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 2018

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada Recordación del mensaje publicitario del spot “Mamá Sabe 'Todos los días Preciazos'” de TOTTUS en madres de la I.E. José María Arguedas, 2018, 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.

La autora.

ÍNDICE

Resumen IX

Abstract X

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática 11

1.2 Trabajos previos 12

1.3 Teorías relacionadas al tema 15

1.4 Formulación del Problema 24

1.5 Justificación del estudio 25

1.6 Hipótesis 25

1.7 Objetivos 26

II. MÉTODO

2.1 Diseño de Investigación 26

2.2 Variables, Operacionalización 27

2.3 Población y muestra 28

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad 30

2.5 Métodos de análisis de datos 30

2.6 Aspectos éticos 31

III. RESULTADOS

3.1 Tabla de frecuencias resultado por preguntas 31

3.2 Tabla de porcentajes resultado por indicador 50

3.3 Tabla de porcentajes resultado por dimensión 56

3.4 Tabla de porcentajes resultado por variable 58

IV. DISCUCIÓN 59

V.CONCLUSIONES 60

VI. RECOMENDACIONES.....60

BIBLIOGRAFÍA 62

ANEXOS.....64

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por título RECORDACIÓN DEL MENSAJE PUBLICITARIO DEL SPOT “MAMÁ SABE 'TODOS LOS DÍAS PRECIAZOS'” DE TOTTUS EN MADRES DE LA I.E. JOSÉ MARÍA ARGUEDAS, 2018. Tuvo como objetivo determinar el nivel de recordación del mensaje publicitario del spot “Mamá Sabe 'Todos los días Preciazos'” de TOTTUS en madres de la I.E. José María Arguedas, durante el 2018.

La metodología de la investigación fue de enfoque cuantitativo, el diseño fue no experimental de corte transversal y de nivel descriptivo simple. La población estuvo constituida por madres de alumnos del tercero y cuarto de primaria del colegio José María Arguedas clientas de la tienda Tottus–Mega Plaza de 25 a 35 años de edad y la muestra estuvo conformada por 150 de ellas. El tipo de muestreo fue probabilístico aleatorio simple.

El instrumento aplicado fue de un cuestionario elaborado en base a la escala de Likert de la cual presentan 5 alternativas que están representadas como 1 Totalmente de acuerdo, 2, De acuerdo, 3 Neutral, 4 De acuerdo, 5 Totalmente de acuerdo.

Se aplicó como prueba el estadígrafo denominado, índice de confiabilidad de Cronbach, cuyo análisis se realizó con el programa estadístico SPSS.21, siendo los resultados con alta fiabilidad del alfa de Cronbach 0.51126050420. Y obteniendo como resultado final, que existe un nivel considerable de recordación de lo expuesto en el comercial “Mamá Sabe 'Todos los días Preciazos'” de TOTTUS por parte de las madres de la I.E. José María Arguedas, durante el 2018.

Palabras Claves: Mensaje publicitario, recordación.

ABSTRACT

The present work of investigation has by title RECORDING OF THE ADVERTISING MESSAGE OF THE SPOT "MOM KNOWS ALL THE PRECISE DAYS" OF TOTTUS IN MOTHERS OF THE I.E. JOSÉ MARÍA ARGUEDAS, 2018. Its objective was to determine the level of remembrance of the advertising message of the spot "Mamá Sabe 'Everyday Preciazos'" of TOTTUS in mothers of the I.E. José María Arguedas, during 2018.

The methodology of the research was quantitative, the design was non-experimental, cross-sectional and simple descriptive level. The population was constituted by mothers of students of third and fourth grade of the school José María Arguedas clients of the Tottus-MegaPlaza store from 25 to 35 years of age and the sample consisted of 150 of them. The type of sampling was simple random probabilistic.

The instrument applied was a questionnaire prepared based on the Likert scale of which they presented 5 alternatives that are represented as 1 Strongly agree, 2, Agree, 3 Neutral, 4 Agree, 5 Strongly agree.

The so-called Cronbach reliability index, whose analysis was carried out with the statistical program SPSS.21, was applied as a test, with the results with high reliability of Cronbach's alpha 0.51126050420. And obtaining as a final result, that there is a considerable level of remembrance of the exposed in the commercial "Mamá Sabe 'Everyday Preciazos'" of TOTTUS by the mothers of the I.E. José María Arguedas, during 2018.

Keywords: Advertising message, remembrance.