



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Eficacia del mensaje publicitario del spot “Jugamos todos” de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos en los estudiantes del 5to de secundaria de la I. E. 129 Yamaguchi, Santa Anita 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Br. Leon Huaman, Diego Alonso Martin (ORCID: 0000-0001-8789-3750)

ASESOR:

Mg. Matias Cristobal, Obed Isaías (ORCID: 0000-0001-6378-0719)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

Lima – Perú

2019

DEDICATORIA

A mi padre, por ser la luz omnipresente y eterna en el sendero de mi vida, por cada enseñanza vertida en mí, por ser el recuerdo más regocijante de afectuosidad y porque su corazón aún se encuentra palpitante dentro de mí y fue el impulso para cumplir con mis objetivos.

A mi abuelo, por los gratos momentos de la infancia que compartí en su compañía, por su nobleza, humildad y generosidad las cuales me ayudaron en mi crecimiento.

A mi madre, por ser la personificación del amor, ternura, valentía y fortaleza, por su incondicional apoyo y a mi hermana por su confianza y determinación para conmigo, siendo ellas, las razones fundamentales para sobresalir en la vida, además a cada uno de los miembros de mi familia, que en la medida de sus posibilidades me dieron su cordialidad y comprensión.

Por último, a todas las personas que fueron parte de mi paso por la universidad, a cada una de las amistades que compartieron conmigo, siempre serán parte importante de mi memoria.

AGRADECIMIENTO

A mis maestros universitarios por ser las fuentes de conocimiento durante el proceso de mi carrera universitaria. Un reconocimiento significativo para los innumerables docentes que impartieron enseñanzas en mi y orientaron mis capacidades como futuro profesional de las ciencias de la comunicación, sin sus recomendaciones y sapiencia no hubiera conseguido esta meta en mi vida.

Además agradezco a la institución educativa Yamaguchi, y a sus profesores por facilitarme el acceso para la ejecución de mi instrumento de recolección de datos y de esta forma, poder culminar con mi trabajo de investigación. Por último, a los alumnos de esta casa de estudios por recibirme con mucha amabilidad y disposición.

PÁGINA DEL JURADO

	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : FO7-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don(a):

LEON HUAMAN, DIEGO ALONSO MARTIN

Cuyo título es:

EFICACIA DEL MENSAJE PUBLICITARIO DEL SPOT "JUGAMOS TODOS" DE LOS JUEGOS PANAMERICANOS Y PARAPANAMERICANOS EN LOS ESTUDIANTES DEL 5TO DE SECUNDARIA DE LA I. E. 129 YAMAGUCHI, SANTA ANITA 2019.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: **16** (número) **DIECISEIS** (letras).

Los Olivos, 16 de diciembre del 2019


.....
PRESIDENTE
MG. WILLIAMS RAMOS, HENRY


.....
SECRETARIO
MG. MONTENEGRO DÍAZ, DENIS


.....
VOCAL
MG. MATÍAS CRISTÓBAL, OBED



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

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo; Leon Huaman, Diego Alonso Martin con D.N.I. N° 72802581, 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, 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 presentan 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, 16 de diciembre del 2019



Leon Huaman, Diego Alonso Martin

D.N.I. N° 72802581

ÍNDICE

	Pág.
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Índice	vi
Índice de tablas.....	viii
Índice de gráficos.....	x
Resumen.....	xii
Abstract.....	xiii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO.....	15
2.1 Tipo y diseño de investigación.....	15
2.2 Operacionalización.....	16
2.3 Población y muestra.....	16
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	17
2.5 Procedimiento.....	21
2.6 Métodos de análisis de datos.....	22
2.7 Aspectos éticos.....	22
III. RESULTADOS.....	24
IV. DISCUSIÓN.....	32
V. CONCLUSIONES.....	38
VI. RECOMENDACIONES.....	39
REFERENCIAS.....	40
ANEXOS.....	44
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	44
Anexo 2: Esquema de consistencia metodológica.....	45
Anexo 3: Matriz de operacionalización de la variable.....	46

Anexo 4: Instrumento de recolección de datos.....	47
Anexo 5: Validaciones a expertos.....	48
Anexo 6: Storyboard para aplicación de encuestas.....	54
Anexo 7: Solicitud para realización de encuestas.....	55
Anexo 8: Permiso otorgado para realización de encuestas.....	56
Anexo 9: Carátula de nómina de la I. E. 129 Yamaguchi de Santa Anita.....	57
Anexo 10: Nóminas del alumnado de 5to de secundaria de la I. E. 129 Yamaguchi.....	58
Anexo 11: Aplicación de las encuestas.....	62
Anexo 12: Procesamiento de los datos en IBM SPSS Statistics 24.....	66
Anexo 13: Resultados por ítem.....	67
Anexo 14: Reporte de originalidad del Turnitin.....	127
Anexo 15: Acta de aprobación de originalidad de tesis.....	128
Anexo 16: Autorización de la versión final del trabajo de investigación / tesis.....	129
Anexo 17: Autorización de publicación de tesis en repositorio institucional UCV.....	130

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: Escala de medición por ítem.....	19
Tabla 2: Escala de medición por niveles.....	19
Tabla 3: Coeficiente de validación V de Aiken.....	25
Tabla 4: Resumen de procesamiento de casos.....	20
Tabla 5: Estadísticas de fiabilidad.....	21
Tabla 6: Resultado general.....	24
Tabla 7: Resultado específico N° 1.....	26
Tabla 8: Resultado específico N° 2.....	28
Tabla 9: Resultado específico N° 3.....	30
Tabla 10: Pregunta N° 1.....	67
Tabla 11: Pregunta N° 2.....	69
Tabla 12: Pregunta N° 3.....	71
Tabla 13: Pregunta N° 4.....	73
Tabla 14: Pregunta N° 5.....	75
Tabla 15: Pregunta N° 6.....	77
Tabla 16: Pregunta N° 7.....	79
Tabla 17: Pregunta N° 8.....	81
Tabla 18: Pregunta N° 9.....	83
Tabla 19: Pregunta N° 10.....	85
Tabla 20: Pregunta N° 11.....	87
Tabla 21: Pregunta N° 12.....	89
Tabla 22: Pregunta N° 13.....	91
Tabla 23: Pregunta N° 14.....	93
Tabla 24: Pregunta N° 15.....	95
Tabla 25: Pregunta N° 16.....	97
Tabla 26: Pregunta N° 17.....	99
Tabla 27: Pregunta N° 18.....	101
Tabla 28: Pregunta N° 19.....	103
Tabla 29: Pregunta N° 20.....	105
Tabla 30: Pregunta N° 21.....	107

Tabla 31: Pregunta N° 22.....	109
Tabla 32: Pregunta N° 23.....	111
Tabla 33: Pregunta N° 24.....	113
Tabla 34: Pregunta N° 25.....	115
Tabla 35: Pregunta N° 26.....	117
Tabla 36: Pregunta N° 27.....	119
Tabla 37: Pregunta N° 28.....	121
Tabla 38: Pregunta N° 29.....	123
Tabla 39: Pregunta N° 30.....	125

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1: Resultado general.....	24
Gráfico 2: Resultado específico N° 1.....	26
Gráfico 3: Resultado específico N° 2.....	28
Gráfico 4: Resultado específico N° 3.....	30
Gráfico 5: Pregunta N° 1.....	67
Gráfico 6: Pregunta N° 2.....	69
Gráfico 7: Pregunta N° 3.....	71
Gráfico 8: Pregunta N° 4.....	73
Gráfico 9: Pregunta N° 5.....	75
Gráfico 10: Pregunta N° 6.....	77
Gráfico 11: Pregunta N° 7.....	79
Gráfico 12: Pregunta N° 8.....	81
Gráfico 13: Pregunta N° 9.....	83
Gráfico 14: Pregunta N° 10.....	85
Gráfico 15: Pregunta N° 11.....	87
Gráfico 16: Pregunta N° 12.....	89
Gráfico 17: Pregunta N° 13.....	91
Gráfico 18: Pregunta N° 14.....	93
Gráfico 19: Pregunta N° 15.....	95
Gráfico 20: Pregunta N° 16.....	97
Gráfico 21: Pregunta N° 17.....	99
Gráfico 22: Pregunta N° 18.....	101
Gráfico 23: Pregunta N° 19.....	103
Gráfico 24: Pregunta N° 20.....	105
Gráfico 25: Pregunta N° 21.....	107
Gráfico 26: Pregunta N° 22.....	109
Gráfico 27: Pregunta N° 23.....	111
Gráfico 28: Pregunta N° 24.....	113
Gráfico 29: Pregunta N° 25.....	115
Gráfico 30: Pregunta N° 26.....	117

Gráfico 31: Pregunta N° 27.....	119
Gráfico 32: Pregunta N° 28.....	121
Gráfico 33: Pregunta N° 29.....	123
Gráfico 34: Pregunta N° 30.....	125

RESUMEN

La presente investigación tuvo como finalidad determinar la eficacia del mensaje publicitario del spot “Jugamos todos” de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos en los estudiantes del 5to de secundaria de la I. E. 129 Yamaguchi de Santa Anita. En el estudio se tomó como referencia a la teoría del carácter reciente, la cual refiere que la atención de un anuncio para el espectador tiende a ser selectiva, siempre y cuando sea perceptible e identificable.

El enfoque utilizado fue el cuantitativo de tipo aplicada, estudiando el fenómeno a nivel descriptivo simple y ejecutando un diseño no experimental, cuyo alcance temporal fue el transversal. La técnica empleada fue el cuestionario, cuyo instrumento fue una encuesta de 30 preguntas cerradas de escala Likert, realizada a una muestra censal de 112 alumnos del 5to de secundaria de la I. E. 129 Yamaguchi de Santa Anita.

La herramienta de recolección alcanzó un 92% de validez mediante el coeficiente V de Aiken, luego de ser sometida a juicio de expertos en el tema y un 0.753 con el procedimiento del Alfa de Cronbach, cumpliendo así con los criterios de validez y confiabilidad. Los datos recogidos fueron sistematizados en el software estadístico IBM SPSS Statistics versión 24 (español) para asegurar resultados precisos y veraces.

Tras la ejecución del instrumento, se concluyó que el spot “Jugamos todos” logró ser muy eficaz en un 44.64% (50) de los estudiantes del 5to de secundaria de la I. E. 129 Yamaguchi de Santa Anita, debido a que alcanzó un alto nivel de atención, comprensión y convicción en la muestra de estudio. Los alumnos pudieron reconocer ciertos elementos como los escenarios, personajes, objetos, sonidos y slogan del anuncio.

Palabras claves: Eficacia, mensaje publicitario, spot.

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine the effectiveness of the advertising message of the “Let’s all play” spot of the Pan American and Parapan American Games in the students of the 5th high school of the I. E. 129 Yamaguchi of Santa Anita. The study took as a reference the theory of recent character, which refers that the attention of an advertisement for the viewer tends to be selective, as long as it is perceptible and identifiable.

The approach used was the quantitative applied type, studying the phenomenon at a simple descriptive level and executing a non-experimental design, whose temporal scope was transversal. The technique used was the questionnaire, whose instrument was a survey of 30 closed questions of Likert scale, conducted on a census sample of 112 students from the 5th year of high school of the I. E. 129 Yamaguchi of Santa Anita.

The collection tool reached 92% validity through the Aiken V coefficient, after being submitted to the judgment of experts in the field and 0.753 with the Cronbach Alpha procedure, thus complying with the validity and reliability criteria. The data collected were systematized in the statistical software IBM SPSS Statistics version 24 (Spanish) to ensure accurate and truthful results.

After the execution of the instrument, it was concluded that the “Let’s all play” spot managed to be very effective in 44.64% (50) of the students of the 5th high school of the I.E. 129 Yamaguchi of Santa Anita, because it reached a high level of attention, understanding and conviction in the study sample. The students were able to recognize certain elements such as the scenarios, characters, objects, sounds and slogan of the ad.

Keywords: Efficiency, advertising message, spot.