



# FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

## ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

Análisis de los elementos de publicidad del proyecto Otaku que determina el grado de aprobación en los jóvenes Otakus de 18 a 25 años de edad del Centro Comercial Arenales,  
Lima 2016

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

AUTORA  
Dana Shawny Loaiza Álvarez

ASESOR  
Dr. Miguel Antonio Cornejo Guerrero

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN  
ARTE VISUAL Y SOCIAL, INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN EL ÁMBITO DE  
LA COMUNICACIÓN GRÁFICA, IMAGEN CORPORATIVA Y DISEÑO DE  
PRODUCTO

LIMA - PERU

Año 2016 – I

## **JURADO Y ASESOR DE TESIS**

### **Presidente:**

PH D. Miguel Antonio Cornejo Guerrero

### **Secretario:**

Bach. Juan Tanta Restrepo

### **Vocal:**

Bach. Mirtha Montoya

### **Asesor:**

PH D. Miguel Antonio Cornejo Guerrero

## **DEDICATORIA**

Este trabajo va dedicado a mi madre y padre que siempre velan por mí, a mi hermana Mara quien me motiva a lograr mis objetivos. Y cómo olvidar a Dios quien siempre está conmigo.

Un agradecimiento muy especial a mi Madre quien, a pesar de las dificultades y discrepancias, me apoya sin pensarlo dos veces

## **DECLARACION DE AUTENTICIDAD**

Yo Loaiza Álvarez, Dana Shawny con DNI N° 70888003, 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 Arte y Diseño Empresarial, 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, 09 de Junio del 2016

---

**Dana Shawny Loaiza Álvarez**

## **PRESENTACIÓN**

El presente trabajo de investigación se estableció con el objetivo analizar los elementos de la publicidad de Proyecto Otaku que determinan el grado de aprobación en los jóvenes Otakus de 18 a 25 años de edad en una sociedad donde los medios publicitarios persuaden al consumidor a escoger un determinado producto o servicio.

En este caso analizaremos la relación que tienen los elementos de la publicidad de proyecto Otaku alto nivel de aceptación, cuestionando así, porque la publicidad es aceptada por los jóvenes, en vez de seguir con la decisión tomada de ir al evento.

Para realizar este estudio se ha escogido a una población de infinita de jóvenes del género Femenino y masculino del centro comercial arenas distrito Lince. Asimismo se ha determinado una muestra reducida de 267 a quienes presentan mayor aprobación de los elementos en la publicidad de Proyecto Otaku a comparación del resto de integrantes de la población elegida.

En esta investigación se establece como primer punto, el planteamiento del problema para saber detalladamente las causas que motivan a desarrollar este tema. A su vez se explicará la razón de esta problemática ya que es de interés social y de su desarrollo dependerá un conocimiento más consensuado del rol que la prensa está ejerciendo en nuestra sociedad.

Como prueba de una investigación profunda se realizarán una encuesta a la muestra de este tema para así conocer de cerca las causas que motivan y como refuerzo se tomara la opinión de tres expertos en el tema sobre elemento de la publicidad que determina el grado de aprobación de los jóvenes.

## **RESUMEN**

El trabajo que realizaremos es sobre un análisis de los elementos de la publicidad de proyecto Otaku que determina el grado de aprobación en los jóvenes Otakus de 18 a 25 años de edad del centro comercial arenales, lima 2016. Con el fin de saber si los elementos usados en la publicidad son aceptados o no por los jóvenes Otakus, mediante una formulación del problema hallaremos el problema exacto de la investigación, con ayuda de los objetivos plantearemos lo que queremos saber de las variables a tratar, usaremos trabajos previos para reforzar nuestra investigación, también buscaremos teorías relacionado con los temas para reforzar aún más la investigación, utilizaremos una muestra 267 personas para que los resultados a obtener sean más concretos y por ultimo utilizaremos la opinión de expertos en el tema del diseño.

## ABSTRACT

The work we will do is on an analysis of the elements of advertising Otaku project that determines the degree of approval young otaku from 18 to 25 years old mall sand, Lima 2016. In order to know whether elements used in advertising or are not accepted by young otaku, using a formulation of the problem we shall find the exact problem of research, with the help of the objectives will raise what we know of the variables to deal with, we will use previous work to strengthen our research also find related topics to further strengthen research theories, we will use a sample 267 people for the results to get more concrete and finally use the opinion of experts in the field of design.



### **1.1. Título**

Análisis de los elementos de publicidad del proyecto Otaku que determina el grado de aprobación en los jóvenes Otakus de 18 a 25 años de edad del Centro Comercial Arenales.

### **1.2. Autor**

Dana Shawny Loaiza Álvarez

### **1.3. Asesor**

Dr. Miguel Antonio Cornejo Guerrero

### **1.4. Tipo de investigación**

Investigación Mixta

### **1.5. Línea de investigación**

Arte visual y social, investigación de mercado en el ámbito de la comunicación gráfica, imagen corporativa y diseño de producto

### **1.6. Localidad**

Av. Arenales 1737, Lince 15046, Perú

### **1.7. Duración de la investigación**

Del 2015 al 2016

## ÍNDICE

<b>CARATULA.....</b>	<b>I</b>
<b>PÁGINA DE JURADO.....</b>	<b>II</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>III</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>IV</b>
<b>DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....</b>	<b>V</b>
<b>PRESENTACIÓN.....</b>	<b>VI</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>VII</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>VIII</b>
<b>GENERALIDADES.....</b>	<b>IX</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
2.1. Realidad problemática.....	2
2.2. Trabajos previos.....	4
2.3. Teorías relacionadas al tema.....	6
2.4. Formulación del problema.....	11
2.5. Justificación del estudio.....	12
2.6. Hipótesis.....	14
2.7. Objetivos.....	16
<b>CAPÍTULO II. MÉTODO.....</b>	<b>17</b>
3.1. Tipo de estudio.....	17
3.2. Diseño de investigación.....	17
3.3. Variables.....	18

3.3.1. Definición conceptual.....	18
3.3.2. Operacionalización de variables.....	18
3.4. Población, muestra y muestreo.....	19
3.5. Criterios de selección.....	20
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
3.7. Validación y confiabilidad del instrumento.....	20
3.8. Métodos de análisis de datos.....	21
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>35</b>
2.1. Marco espacial.....	35
2.2. Marco temporal Contextualización.....	35
2.3. Supuestos teóricos.....	35
<b>CAPÍTULO II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>36</b>
3.1. Preguntas orientadoras.....	36
3.2. Contribución.....	36
<b>CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>37</b>
4.1. Escenario de estudio.....	37
4.2. Caracterización de sujetos.....	37
4.3. Rigor científico.....	38
<b>CAPÍTULO IV. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....</b>	<b>39</b>
5.1. Recursos y presupuesto.....	39
5.2. Financiamiento.....	39
5.3. Cronograma de ejecución.....	39

V.	DISCUSIÓN.....	40
VI.	CONCLUSIÓN.....	42
VII.	RECOMENDACIONES.....	45
VIII.	Bibliografía.....	46

## **ANEXOS**

- ✓ Instrumentos
- ✓ Validación de los instrumentos
- ✓ Matriz de consistencia