



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

Eficacia del mensaje publicitario del spot “Jueves de pavita” en las
madres de la asociación de vivienda Huertos de Chillón, Puente Piedra,
2017.

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR

VARILLAS NAVIDAD, MIGUEL ANGEL

ASESOR

MG. CASTILLO HILARIO, MARIO BUENAVENTURA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA – PERÚ

2017

Página del Jurado

PRESIDENTE

SECRETARIO

VOCAL

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico a Dios, a mis padres por todo el esfuerzo que han hecho para que cumpla mis metas, también a mis tíos, primos, a mi hermana por motivarme siempre a no rendirme y mi enamorada que incondicionalmente fue mi apoyo en este proceso.

Agradecimiento

Gracias a mis profesores por estar contribuyendo siempre en mi formación, a los asesores por compartir sus conocimientos conmigo y por dejar huella en una importante etapa de mi vida universitaria.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo Varillas Navidad, Miguel Angel con DNI N° 74087118, 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 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 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,..... del 2017

Miguel Angel Varillas Navidad

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Eficacia del mensaje publicitario del spot “Jueves de pavita” en las madres de la asociación de vivienda Huertos de Chillón, Puente Piedra, 2017”, 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.

Varillas Navidad, Miguel Angel (Autor).

INDICE

PÁGINAS PRELIMINARES

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

I. INTRODUCCIÓN -----11

1.1 Realidad problemática -----	11
1.2 Trabajos previos -----	13
1.3 Teorías relacionadas al tema -----	14
1.4 Formulación del problema-----	19
1.5 justificación del estudio-----	20
1.6 Objetivos -----	21

II. MÉTODO -----22

2.1. Diseño de investigación -----	22
2.2. Variables, operacionalización -----	23
2.3. Población y muestra-----	24
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad-----	24
2.5 Métodos de análisis de datos-----	24
2.6 Aspectos éticos -----	25

III. RESULTADOS-----26

IV. DISCUSIÓN-----42

V. CONCLUSIONES-----44

VI. RECOMENDACIONES	-----45
----------------------------	---------

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	-----46
--	---------

ANEXOS

- ✓ Pantallazo Turnitin
- ✓ Validación de los instrumentos
- ✓ Pantallazo datos SPS
- ✓ Instrumento

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo con el objetivo general de determinar la eficacia del mensaje publicitario del spot “Jueves de pavita “en las madres de la Asociación de vivienda Huertos de Chillón, Puente Piedra, 2017.

Esta investigación presenta un diseño no experimental, el tipo de investigación es aplicada, el nivel de la investigación es de tipo descriptiva simple ya que cuenta con una sola variable, la cual es: eficacia del mensaje publicitario.

Además, como instrumento de recolección de datos se ha utilizado un cuestionario realizado a 150 madres de la asociación de vivienda Huertos de Chillón, Puente Piedra.

Finalmente, esta investigación midió la eficacia del mensaje publicitario del spot “Jueves de pavita” en las madres de la asociación de vivienda Huertos de Chillón en el distrito de Puente Piedra y se logró determinar que ha sido muy eficaz, es decir ha tenido alto nivel de comprensión y atención.

Palabras claves: eficacia, mensaje publicitario, spot publicitario.

ABSTRACT

The present research work was carried out with the general objective of determining the effectiveness of the advertising message of the "Jueves de pavita" spot in the mothers of the Huertos de Chillón housing association, Puente Piedra, 2017.

This research presents a non-experimental design, the type of research is applied, and the level of the research is of a simple descriptive type since it has only one variable, which is: effectiveness of the advertising message.

In addition, as a data collection instrument, a questionnaire was used on 150 mothers of the housing association Huertos de Chillón, Puente Piedra.

Finally, this research measured the effectiveness of the advertising message of the "Jueves de pavita" spot in the mothers of the Huertos de Chillón housing association in the Puente Piedra district and it was determined that it has been very effective, that is, it has had a high level of understanding and attention.

Keywords: effectiveness, advertising message, spot advertising.