



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

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

ANÁLISIS DE LA NARRATIVA AUDIOVISUAL EN LA PUBLICIDAD  
CORPORATIVA DE MIBANCO. CASO: LOS CUATRO SPOTS DE LA CAMPAÑA  
ASESORES, LIMA, 2015.

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

**Autor:**

VILCA DIAZ, ANGIE PAMELA

**Asesor:**

BRENNER GALARZA, CECILIA

**Línea de investigación:**

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

**LIMA-PERÚ**

**2017**

## JURADO CALIFICADOR

**PRESIDENTE**

**Grado: Maestro**

**Nombres y apellidos:**

---

**Firma**

**SECRETARIO**

**Grado: Maestro**

**Nombres y apellidos:**

---

**Firma**

**VOCAL**

**Grado: Maestro**

**Nombres y apellidos:**

---

**Firma**

A Dios por ser bálsamo a mi vida y a mi madre por ser luz de todos mis días.

A mi madre por su esfuerzo en estos 5 años de carrera, a los profesores con vocación, por cada experiencia compartida y por último a mí asesora, por su paciencia y bonita vibra.

### **Declaratoria de autenticidad**

Yo Angie Pamela Vilca Díaz con DNI N° 76391585, 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, 01 de Noviembre del 2017.

---

**Angie Pamela Vilca Díaz**

## **Presentación**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Análisis de la narrativa audiovisual en la publicidad corporativa de Mibanco. Caso: Los cuatro spots de la Campaña Asesores, Lima, 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.

Angie Pamela Vilca Díaz

## INDICE

<b>Página del 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>ix</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>x</b>
<b>I.INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>11</b>
<b>II.PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>18</b>
2.1.Aproximacion temática: Observaciones, estudios relacionado, preguntas orientadoras .....	18
2.2.Formulación del problema de investigación .....	20
2.2.1.Problema General .....	20
2.2.2.Problemas Específicos.....	20
2.3. Relevancia.....	21
2.4. Contribución .....	21
2.5. Objetivos .....	22
2.5.1.Objetivo General .....	22
2.5.2.Objetivos Específicos .....	22
2.6. Supuestos .....	22
2.6.1.Supuesto General .....	22
2.6.2.Supuestos Especificos .....	22
<b>III.MARCO METODOLÓGICO</b> .....	<b>23</b>
3.1.Metodología.....	24
3.1.1.Tipo de estudio.....	24
3.1.2.Nivel de investigación.....	24
3.1.3.Diseño .....	24
3.2.Escenario de estudio .....	25

3.3.Caracterización del objeto de estudio .....	25
3.4.Trayectoria metodológica .....	25
3.5.Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	26
3.6.Tratamiento de la información .....	27
3.7.Aspectos éticos .....	27
<b>IV.RESULTADOS .....</b>	<b>28</b>
4.1.Descripción de resultados .....	28
4.2.Interpretación de resultados .....	100
<b>V.DISCUSIÓN .....</b>	<b>103</b>
<b>VI.CONCLUSIONES .....</b>	<b>104</b>
<b>VII.RECOMENDACIONES.....</b>	<b>105</b>
<b>VIII.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>107</b>

## **ANEXOS**

## Resumen

En la presente investigación se planteó el siguiente problema de investigación: ¿Cómo se presenta la narrativa audiovisual en la publicidad corporativa de Mibanco. Caso: Los cuatro spots de la campaña Asesores, Lima, 2015? De igual manera, tuvo como objetivo analizar la narrativa audiovisual en la publicidad corporativa de Mibanco. Caso: Los cuatro spots de la campaña Asesores, Lima, 2015. La presente investigación utilizó la técnica de la observación y la aplicación de una ficha de observación cuyo factor de validación fue de un 91%. Así se llegó a la conclusión de que la narrativa audiovisual en la publicidad corporativa de Mibanco logró transmitir lo que la empresa dice ser, ya que al emplear los elementos visuales, auditivos, el contenido narrativo y el mensaje corporativo permitió reconocer el valor y la intención comunicativa.

Palabras claves: Narrativa audiovisual, publicidad, corporativa, contenido narrativo, mensaje corporativo.

## **Abstract**

In the present investigation, the following research problem was raised: How is the audiovisual narrative presented in the corporate advertising of Mibanco. Case: The four spots of the Advisory Campaign, Lima, 2015? Similarly, it aimed to analyze the audiovisual narrative in the corporate advertising of Mibanco. Case: The four spots of the Advisory Campaign, Lima, 2015. The present investigation used the technique of observation and the application of an observation card whose validation factor was 91%. This led to the conclusion that the audiovisual narrative in Mibanco's corporate advertising managed to convey what the company claims to be, since by using the visual, auditory elements, the narrative content and the corporate message allowed to recognize the value and intention communicative

Keywords: Narrative audiovisual, advertising, corporate, narrative content, corporate message.