



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

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

**LA EFICACIA PUBLICITARIA DEL SPOT PUBLICITARIO  
"BORDADO DE SAGA FALABELLA" Y LA ACCIÓN DE COMPRA  
TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE: LICENCIADA EN CIENCIAS DE  
LA COMUNICACIÓN**

**AUTOR**

**MARTINEZ ESPINOZA, MELISSA**

**ASESOR**

**CASTILLO HILARIO, MARIO**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**PROCESOS DE LA COMUNICACIÓN CONTEMPORÁNEA**

**LIMA, PERÚ**

**2017**

## **DEDICATORIA**

La presente tesis está dedicada a Dios, que me dio la sabiduría en esta etapa tan importante de mi vida, a mis padres, esposo y a mi hijo.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco una vez más a Dios, quien me dio la vida y la oportunidad de crecer profesionalmente y por guiarme paso a paso en su caminar.

## DECLARACIONDEAUTENTICIDAD

Yo Melissa Martínez Espinoza con DNI N°76404516, 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 comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos de 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, 4 de Diciembre del 2017

---

Melissa Martinez Espinoza

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada "La eficacia publicitaria del spot publicitario Bordados de Saga Falabella y la acción de compra", la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Ciencias de la comunicación.

Melissa Martínez Espinoza

## **RESUMEN**

Esta investigación se enfocó principalmente en conocer la relación que existe entre la eficacia publicitaria y la acción de compra en las estudiantes del instituto Chio Lecca de los Olivos, 2017. El tipo de investigación es estudio de enfoque cuantitativo es de tipo descriptivo correlacional, y el diseño fue no experimental. La muestra estuvo conformado por 150 estudiantes del instituto Chio Lecca de los Olivos. Se empleó el método de la encuesta, a través de un cuestionario de 22 ítems, que tiene preguntas en escala tipo Likert, legalizada a través del Coeficiente de V de Aiken, tras la aceptación de 3 expertos de la especialidad de publicidad con un 97% y, con una confiabilidad del 0.86. La tesis tiene como conclusión principal que las estudiantes del instituto Chio Lecca del distrito de los olivos, tienen atracción por mensajes publicitarios de tendencias de moda, relacionándose con el acceso a la compra del producto con suma eficacia.

## **ABSTRACT**

This research focused mainly on knowing the relationship between the advertising effectiveness and the buying action in the students of the Chio Lecca de los Olivos Institute, 2017. The type of research is a quantitative approach study is descriptive correlational type, and the Design was not experimental. The sample consisted of 150 students from the Chio Lecca de los Olivos institute. The survey method was used, through a questionnaire of 22 items, which has questions on a Likert scale, legalized through the Aiken V Coefficient, after the acceptance of 3 experts from the advertising specialty with 97% and, with a reliability of 0.86. The thesis has as its main conclusion that the students of the Chio Lecca institute of the olive district, are attracted by advertising messages of fashion trends, relating to access to the purchase of the product with high efficiency.

## **I. INTRODUCCIÓN**

- 1.1. Realidad problemática
- 1.2. Trabajos previos
- 1.3. Teorías relacionadas al tema
- 1.4. Formulación del problema
- 1.5. Justificación del estudio
- 1.6. Hipótesis
- 1.7. Objetivo

## **II. MÉTODO**

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

## **III. RESULTADOS**

## **IV. DISCUSIÓN**

## **V. CONCLUSIÓN**

## **VI. RECOMENDACIONES**

## **VII. REFERENCIAS**

## **ANEXOS**

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