



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

Análisis de la gestión de contenido en la fan page de la marca Bambos, durante  
febrero, marzo y abril de 2016 en Lima

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

AUTORA

Andrea Alessandra Jiménez Tipiani

ASESORES

César Augusto Smith Corrales

Javier Argote Moreau

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

“PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA”

LIMA – PERÚ

2016 – I

**PÁGINA DEL JURADO  
JURADO CALIFICADOR**

**PRESIDENTE**

**Grado:** Magister

**Nombres y apellidos:** César Smith Corrales

---

Firma

**SECRETARIO**

**Grado:** Magister

**Nombres y apellidos:** Christian Castro Silva

---

Firma

**VOCAL**

**Grado:** Magister

**Nombres y apellidos:** Vladimir Tornero Cruzatt

---

Firma

## DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mis padres por haberme apoyado económica y moralmente en todo este camino, por demostrarme que con esfuerzo y disciplina todo puede ser posible, a ellos por darme la vida y por hacer de mí la profesional que soy hoy.

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero agradecer a los profesores, Javier Argote y César Smith, por ayudarme en todo este proceso de investigación, y también a Javier Chávez por motivarme a seguir hasta el final y no rendirme.

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo Andrea Alessandra Jiménez Tipiani con DNI N° 70037364, 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, ... del 2016

Andrea Alessandra Jiménez Tipiani

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros de Jurado,

Presento ante ustedes la tesis titulada Análisis de la gestión de contenido en la fan page de la marca Bambos, durante febrero, marzo y abril de 2016 en Lima, 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.

Andrea Alessandra Jiménez Tipiani

## INDICE

PÁGINA DEL JURADO .....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS.....	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	v
PRESENTACIÓN .....	vi
INDICE.....	vii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	21
<b>2.1. Aproximación temática: observaciones, preguntas orientadoras.....</b>	<b>21</b>
<b>2.2. Formulación del problema de investigación .....</b>	<b>22</b>
2.2.1. Problema general.....	22
2.2.2. Problemas específicos.....	22
<b>2.3. Justificación del estudio .....</b>	<b>23</b>
<b>2.4. Relevancia.....</b>	<b>23</b>
<b>2.5. Contribución .....</b>	<b>24</b>
<b>2.6. Objetivos.....</b>	<b>25</b>
2.6.1. Objetivo general.....	25
2.6.2. Objetivos específicos.....	25
<b>2.7. Supuesto .....</b>	<b>25</b>

2.7.1.    Supuesto general .....	25
III.    MARCO METODOLÓGICO .....	26
<b>3.1.    Metodología .....</b>	<b>26</b>
3.1.1.    Tipo de estudio .....	26
3.1.2.    Diseño de investigación.....	26
<b>3.2.    Escenario de estudio.....</b>	<b>26</b>
<b>3.3.    Caracterización de sujetos.....</b>	<b>27</b>
<b>3.4.    Plan de análisis o trayectoria metodológica .....</b>	<b>27</b>
<b>3.5.    Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....</b>	<b>27</b>
<b>3.6.    Tratamiento de la información: unidades temáticas, categorización. ....</b>	<b>28</b>
IV.    RESULTADOS.....	29
<b>4.1.    Descripción de los resultados .....</b>	<b>29</b>
V.    DISCUSIÓN .....	32
<b>5.1.    Aproximación del estudio.....</b>	<b>32</b>
VI.    CONCLUSIONES.....	34
VII.    RECOMENDACIONES .....	36
VIII.    REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	37
ANEXOS.....	43
<b>ANEXO 1 .....</b>	<b>44</b>
<b>ANEXO 2 .....</b>	<b>45</b>
<b>ANEXO 3 .....</b>	<b>46</b>
<b>ANEXO 4 .....</b>	<b>48</b>

## RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo analizar la gestión de contenido de la fan page de la marca Bombos, durante febrero, marzo y abril de 2016 en Lima. Para poder realizar la investigación se analizó el contenido, mediante una ficha de observación, el cual fue validado por tres expertos, y se aplicó la prueba de coeficiente de V de Aiken, el resultado obtenido fue de un 91%. Así mismo, luego de aplicar la ficha de observación, los resultados obtenidos fueron analizados e interpretados, concluyendo en que la gestión de contenido en la fan page de la marca Bombos se caracteriza por presentar un mensaje verbal y no verbal que les resulta interesante a los jóvenes, ya que cuenta con información relevante y adecuada para su target, siempre de la mano con la creatividad, buscando establecer una identidad propia y diferenciadora, sin embargo no se publica constantemente, por la tanto se comprueba la hipótesis.

Palabras Claves: Gestión de contenido, Bombos, fan page, imágenes, videos, textos, mensaje verbal, mensaje no verbal

## **ABSTRACT**

This paper aims to analyze the content management of the fan page of the Bambos brand during February, March and April 2016 in Lima. To analyze the content the instrument used was a form of observation, which was validated by three experts, and test coefficient Aiken V was applied, the result was 91%. After applying the observation sheet, the results were analyzed and interpreted, concluding that the management of content on the fan page of the Bambos brand is characterized by verbal and nonverbal message that they find young people interesting, and which it has relevant and appropriate for your target, always hand in hand with creativity, looking to establish a distinctive identity and yet is not constantly published, both the hypothesis is tested.

Keywords: Content Management, Bambos, fan page, images, videos, texts, verbal message, nonverbal message