



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**La eficacia del mensaje publicitario del spot “Fin de Cebada” en los jóvenes de 18 a 29 años de la urbanización La Libertad, Comas, 2017.**

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

**AUTOR:**

**MAMANI CAMPOS, FRANKLIN JOSHEP**

**ASESOR:**

**MG. ALFREDO CAUTIN MARTINEZ**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA**

**LIMA – PERÚ**

**2018**

PÁGINA DE JURADO

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : 700-0498-2013
		Versión : 04
		Fecha : 22-05-2018
		Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) MAMALI CAMPAI, FRANKLIN JOHES cuyo título es: LA EFICACIA DEL MENSAJE PUBLICITARIO DEL IPOT. FIN DE CREDITO EN LOS JOVENES DE 18 A 29 AÑOS DE LA URBANIZACIÓN LA LIBERTAD, LAMBAYEQUE, 2013.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante otorgándole el calificativo de: 13 (número) TRES (letras).

Tufile (o Fícal) ..... 05 de Julio del 2018



.....  
 PRESIDENTE  
 Mg. Cesar Smith Corrales

.....  
 SECRETARIO  
 Mg. Mario Castillo Hilario

.....  
 VOCAL  
 Mg. Alfredo Cautin Martinez



.....  
 Dirección de Investigación

Revisó

.....  
 Representante de JOC



.....  
 AGENTE

Dedicatoria  
Se lo dedico a mi madre por  
el apoyo incondicional que me  
brinda siempre en cada paso  
que doy.

Agradecimiento  
A quienes confiaron en mí,  
que me vieron en este largo  
proceso y pude avanzar  
paso a paso sin mirar atrás.

## DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo Franklin Joshep Mamani Campos con DNI N° 72389887, 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, junio del 2018



---

**Franklin Joshep  
Mamani Campos**

## 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 del mensaje publicitario del spot “Fin de cebada” en los jóvenes de 18 a 29 años de la urbanización La Libertad, Comas, 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.

Franklin Joshep Mamani Campos

# INDICE

## PAGINAS PRELIMINARES

Página del jurado	I
Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Declaración de autenticidad	IV
Presentación	V
Índice	7
Resumen	8
Abstract	10

## I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática -----	11
1.2 Trabajos previos -----	12
1.3 Teorías relacionadas al tema -----	15
1.4 Formulación del problema-----	24
1.5 Justificación del estudio-----	25
1.6 Objetivos -----	26

## II. MÉTODO -----26

2.1. Diseño de investigación -----	26
2.2. Variables, operacionalización -----	28
2.3. Población y muestra -----	29
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad-----	29
2.5. Métodos de análisis de datos -----	35
2.6. Aspectos éticos -----	36

## III. RESULTADOS-----37

## IV. DISCUSIÓN-----63

## V. CONCLUSIÓN-----65

## VI.RECOMENDACIONES-----66

## VII. REFERENCIAS-----67

## ANEXOS-----70

### Instrumentos

### Validación de los instrumentos

## **RESUMEN**

La presente investigación se realizó con el objetivo, de identificar la eficacia del mensaje publicitario del spot “Fin de cebada” en los jóvenes de 18 a 29 años de la urbanización La Libertad, Comas, 2017. Tipo de investigación que se utilizó fue cuantitativa aplicada, con un nivel descriptiva – simple y de diseño no - experimental y transversal.

Esta investigación tuvo como muestra a jóvenes de 18 a 29 años de la urbanización La Libertad, Comas. Se formuló un cuestionario de 23 preguntas. Para luego llevarlas al programa estadístico SPSS; diseñar los gráficos, frecuencia y porcentaje para así obtener los resultados sobre la eficacia del mensaje publicitario del spot “Fin de cebada”.

Esta investigación como resultado se identificó la variable la eficacia del mensaje publicitario debido a que se observan en los resultados los jóvenes de 18 a 29 años de la urbanización La Libertad, Comas, 2017, reconocen que la eficacia del mensaje publicitario es “alto”.

Palabras Clave: Eficacia publicitaria, mensaje publicitario, atención, recordación, spot comercial.

## **ABSTRACT**

The present investigation was carried out with the objective of identifying the effectiveness of the advertising message of the spot "End of barley" in young people from 18 to 29 years of urbanization La Libertad, Comas, 2017. The type of research that was used was Applied quantitative, with a descriptive level - simple and non - experimental and transversal design.

This research had as sample to young people aged 18 to 29 of the urbanisation La Libertad, Comas was formulated a questionnaire of 23 questions. Then take them to the statistical program SPSS; design graphics, frequency and percentage for the results on the effectiveness of the message advertising spot "End of barley".

This research as a result was identified the variable effectiveness of advertising message as can be seen in the results of 18 to 29 years of urbanization La Libertad, Comas, 2017, they recognize that the effectiveness of the advertising message is "high".

Key words: Efficiency, advertising message, attention, recall and commercial spot.