



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

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

Eficacia del mensaje publicitario del spot “Ciudadanos del Mañana” en estudiantes de 12 a 17 años del colegio “Primero de Abril” SJB, Comas, 2019.

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

**AUTORA:**

Díaz Ramos Valeria Sofía (ORCID: 0000-0003-4081-7173)

**ASESOR:**

Mgtr. Castillo Hilario Mario Buenaventura (ORCID: 0000-0002-2929-4677)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

**LIMA - PERÚ**

2019

Dedicatoria

Dedicado a mis padres, a mis hermanos,  
y a los amigos que siempre me apoyaron durante  
todos estos años de la carrera

### Agradecimiento

A mi hermana, mi hermano, mi papá y sobre todo, a mi mamá, y todos sus años de dedicarse a ser mi madre. Con esto les demostraré que sí pudimos.

## Página del Jurado

	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : FO7-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don(a):

**DÍAZ RAMOS, VALERIA SOFÍA**

Cuyo título es:

**EFICACIA DEL MENSAJE PUBLICITARIO DEL SPOT "CIUDADANOS DEL MAÑANA" EN LOS ESTUDIANTES DE 12 A 17 AÑOS DEL COLEGIO "PRIMERO DE ABRIL" SJB, COMAS, 2019.**

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: **14** (número) **CATORCE** (letras).

Los Olivos, 10 de diciembre del 2019

  
.....  
PRESIDENTE  
**MG. CASTILLO HILARIO, MARIO**

  
.....  
SECRETARIO  
**MG. MONTENEGRO DÍAZ, DENIS**

  
.....  
VOCAL  
**MG. MATÍAS CRISTÓBAL, OBED**



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

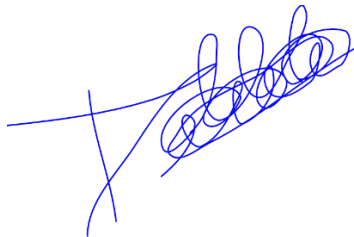
## **DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD**

Yo, DÍAZ RAMOS VALERIA SOFÍA con DNI N° 73034621 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, 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, 07 de octubre del 2020



---

(Díaz Ramos Valeria Sofía)  
**DNI: 7303462**

## ÍNDICE

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Resumen	vii
Abstract	viii

<b>I. Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Realidad Problemática .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2. Trabajos Previos .....</b>	<b>2</b>
<b>1.3. Teorías Relacionadas al Tema.....</b>	<b>4</b>
<b>1.4. Formulación del Problema .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4.1. Problema General .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4.2. Problemas Específicos.....</b>	<b>9</b>
<b>1.5. Justificación de Estudio .....</b>	<b>9</b>
<b>1.6. Objetivos.....</b>	<b>10</b>
<b>1.6.1. Objetivo General .....</b>	<b>10</b>
<b>1.6.2. Objetivos Específicos.....</b>	<b>10</b>
<b>II. Método.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1. Diseño de Investigación.....</b>	<b>12</b>
<b>2.2. Variables, operacionalización.....</b>	<b>13</b>
<b>2.3. Población y muestra, selección de unidad de análisis .....</b>	<b>14</b>
<b>2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....</b>	<b>15</b>
<b>2.5. Métodos de análisis de datos.....</b>	<b>15</b>
<b>2.6. Aspectos éticos .....</b>	<b>17</b>
<b>IV. Resultados .....</b>	<b>20</b>
<b>V. Discusión.....</b>	<b>27</b>
<b>VI. Conclusiones .....</b>	<b>29</b>
<b>VII. Recomendaciones.....</b>	<b>30</b>
<b>Referencias .....</b>	<b>31</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>35</b>

## Resumen

Este trabajo de investigación se llevó a cabo por el objetivo general de determinar la eficacia del mensaje publicitario del spot “Ciudadanos del Mañana” en estudiantes de 12 a 17 años del colegio “Primero de Abril” SJB, Comas, 2019. La teoría aplicada en esta investigación es la teoría del carácter reciente de Clow y Baack, teniendo como principal idea que la publicidad es mucho más efectiva cuando es más próxima al público objetivo, y que, sobre todo, mientras menos sea expuesto, más efectivo se vuelve.

Esta investigación es de diseño no experimental, tipo de investigación aplicada y nivel descriptivo simple ya que solo se cuenta con una variable. La población de esta investigación son 290 estudiantes de 12 a 17 años del colegio “Primero de Abril” SJB de Comas, sin embargo, la muestra fue de 178 estudiantes. Además, como instrumento de recolección de datos se usó un cuestionario de 40 preguntas.

En conclusión, con esta investigación se logró determinar que el spot “Ciudadanos del Mañana” fue eficaz en los estudiantes de 12 a 17 años del colegio “Primero de Abril” SJB, tanto en las 5 dimensiones: atención, comprensión, recordación, verosimilitud y convicción; como en la variable: eficacia del mensaje publicitario.

**Palabras claves:** eficacia, mensaje publicitario, spot publicitario.

## **Abstract**

This research work was carried out for the general objective of determining the effectiveness of the advertising message of the "Ciudadanos del Mañana" spot, in students from 12 to 17 years old of the "Primero de Abril" SJB school, Comas, 2019. The theory applied in this investigation is the theory of the recent character of Clow and Baack, having as main idea that advertising is much more effective when it is closer to the target audience, and that, above all, the less exposed, the more effective it is returns.

This research is of a non-experimental design, type of applied research and simple descriptive level since only one variable is available. The population of this research is 290 students from 12 to 17 years old of the "Primero de Abril" SJB school, Comas, however, the sample was 178 students. In addition, a 40-question questionnaire was used as a data collection instrument.

In conclusion, with this research it was possible to determine that the "Ciudadanos del Mañana" spot was effective in students from 12 to 17 years old of the "Primero de Abril" SJB school, both in the 5 dimensions: attention, understanding, remembrance, credibility and conviction; as in the variable: effectiveness of the advertising message.

**Keywords:** effectiveness, advertising message, spot advertising.