



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

“Eficacia del mensaje publicitario del spot ‘El mundo es más bonito contigo’ de
natura en clientes de 20 a 30 años de la urbanización Santa Isolina de Comas –
Lima, 2019”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORA:

Vásquez Rojas, Camila Alejandra (ORCID: 0000-0001-6373-9310)

ASESOR:

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

Dedico de manera especial esta tesis a mi mamá, ya que, gracias a su gran apoyo y esfuerzo estoy culminando una de mis metas. Asimismo, dedico este proyecto a mi Brissa, quien sé que está muy orgullosa de mi desde el cielo. Finalmente, a mi Sophia, por ser un gran motivo de superación. Las amo.

Agradecimiento

Agradezco infinitamente a Dios, ya que permitió que todo encaje en su momento y este proyecto pueda hacerse realidad. A mi familia, quienes de muchas formas me apoyaron y siempre confiaron en mí. Además, agradecer enormemente a mi madre, por ser mi soporte en todo momento, gracias por existir mamita, eres la mejor. Y para finalizar, agradecer a mi asesor de tesis por su apoyo y dedicación en sus enseñanzas.

Página del Jurado

	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	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):

VÁSQUEZ ROJAS, CAMILA ALEJANDRA

Cuyo título es:

EFICACIA DEL MENSAJE PUBLICITARIO DEL SPOT “EL MUNDO ES MÁS BONITO CONTIGO” DE NATURA EN CLIENTES DE 20 A 30 AÑOS DE LA URBANIZACIÓN SANTA ISOLINA DE COMAS – LIMA, 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,


.....
VOCAL
MG. VARGAS ARIAS, MARIANO



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

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Vásquez Rojas Camila Alejandra con DNI N° 70951679 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, 04 de diciembre de 2020



Vásquez Rojas Camila Alejandra
DNI: 70951679

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
PÁGINA DEL JURADO.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
ÍNDICE.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	9
II. MÉTODO	21
2.1 Tipo y diseño de investigación	21
2.2 Operalización de variables	22
2.3 Población y muestra.....	23
2.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	24
2.5 Método de recolección de datos	27
2.6 Aspectos éticos.....	27
III. RESULTADOS	28
IV. DISCUSIÓN.....	33
V. CONCLUSIONES	35
VI. RECOMENDACIONES	36
REFERENCIAS	37
ANEXOS.....	40

RESUMEN

La presente investigación titula: Eficacia del mensaje publicitario del spot “El mundo es más bonito contigo” de Natura en la Urbanización Santa Isolina, Comas – 2019, se realizó con la finalidad de investigar y demostrar el nivel de eficacia del mensaje publicitario de dicho spot. Asimismo, la población fue de 400 clientes de Natura de la urbanización Santa Isolina del distrito de Comas, para la muestra se consideraron 234 de ellos, quienes fueron evaluados mediante un cuestionario de 20 preguntas, instrumento aplicado en este estudio, que ayudó a la recolección de datos en referencia a la variable. Además de ello, dicha investigación fue realizada con enfoque cuantitativo, es de tipo aplicada, el nivel es descriptiva simple, de diseño no experimental y transversal. La teoría empleada fue la teoría del carácter reciente, fundamentada por Clow. Por último, mediante la tabulación de datos y los procesos estadísticos utilizados, se concluyó que el nivel de eficacia del mensaje publicitario del presente spot resultó ser alta, es decir, el mensaje logró captar la atención de los clientes, sus elementos manifestados fueron comprendidos, y, por último, las subdimensiones: imagen, texto, voz en off e ícono, lograron ser convincentes y recordados por ellos. Esto quiere decir que, la unión de todos ellos permitió transmitir el mensaje publicitario de manera eficaz, resaltando de este modo la importancia de sus productos y su diferencia como marca frente a la competencia.

Palabras clave: Eficacia, mensaje publicitario, Natura, spot.

ABSTRACT

The present investigation is entitled: Effectiveness of the advertising message of the spot “The world is more beautiful with you” by Natura in the Urbanization Santa Isolina, Comas - 2019, which was carried out with the research proposal and demonstrate the level of effectiveness of the advertising message of that spot. Likewise, the constant population of 400 Natura clients of the Santa Isolina urbanization of the Comas district, for the sample 234 of them were considered, who were evaluated through a questionnaire of 20 questions, an instrument applied in this study, that easily to the collection of data in reference to the variable. In addition, this research was carried out with a quantitative approach, it is applied, the level is simple descriptive, non-experimental and transversal design. The theory employed was the theory of recent character, based on Clow. Finally, through the tabulation of data and the statistical processes used, it was concluded that the level of effectiveness of the public message of this spot turned out to be high, that is, the message used to capture the attention of customers, its manifested elements were understood, and finally, the subdimensions: image, text, voiceover and icon, managed to be convincing and remembered by them. This means that, the union of all of them can transmit the public message effectively, thus highlighting the importance of their products and their difference as a brand against the competition.

Keywords: Efficiency, advertising message, Natura, spot.