



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

“Eficacia del mensaje publicitario del spot “MAMÁ QUIERE RENOVAR” de la empresa Entel, en los comerciantes del mercado San Juan Macías, Callao, 2019”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORA:

Br. Vega Salazar, Julieta Margiory (ORCID: 0000-0003-2976-3338)

ASESOR:

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria:

A mi mamá Patty quien con su esfuerzo, amor y paciencia me ha permitido llegar a cumplir hoy un sueño más en mi vida y a mi mamita Ruth por inculcarme el ejemplo de valentía.

Agradecimiento:

A mis hermanos Amara y Amir por su cariño incondicional, durante este proceso. A toda la familia Cabrera porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí, una mejor persona y a mi enamorado que me apoya en los buenos y malos momentos

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	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):

VEGA SALAZAR, JULIETT MARGIORY

Cuyo título es:

EFICACIA DEL MENSAJE PUBLICITARIO DEL SPOT "MAMÁ QUIERE RENOVAR" DE LA EMPRESA ENTEL, EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO SAN JUAN MACÍAS, CALLAO, 2019.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: **15** (número) **QUINCE** (letras).

Los Olivos, 11 de diciembre del 2019


PRESIDENTE
MG. MONTENEGRO DÍAZ, DENIS


SECRETARIO
MG. MATÍAS CRISTÓBAL, OBED


VOCAL
MG. CASTILLO HILARIO, MARIO



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

Declaratoria de autenticidad

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Vega Salazar Julieta Margiory con DNI N° 72854630 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, 11 de Diciembre del 2019



Vega Salazar Julieta Margiory
DNI: 72854630

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO.....	14
2.1 Tipo y diseño de investigación	14
2.2 Operacionalización de variables	15
2.3 Población, muestra y muestreo (incluir criterios de selección).....	16
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad).....	16
2.5 Método de análisis de datos	19
2.6 Aspectos éticos	19
III. RESULTADOS.....	20
IV. DISCUSIÓN.....	24
V. CONCLUSIONES.....	27
VI. RECOMENDACIONES.....	28
REFERENCIAS	29
ANEXOS	33

RESUMEN

Esta investigación lleva por título “Eficacia del mensaje publicitario del spot “MAMÁ QUIERE RENOVAR” de la empresa Entel, en los comerciantes del mercado San Juan Macías, Callao, 2019”.

De acuerdo al diseño de la investigación, fue no experimental, ya que, su objetivo principal está basado en adquirir información mediante la técnica de la observación, sin alterar por ningún motivo la variable de estudio. El tipo de investigación es básica, ya que, la idea fundamental es sólo adquirir más conocimiento de la realidad en cuestión, para tratar de comprender los problemas o fenómenos sociales que susciten. El nivel de la investigación fue descriptiva simple, ya que, se procederá a interpretar el objeto de estudio de manera sencilla, contribuyendo con más información para futuras investigaciones. El enfoque de la investigación fue cuantitativo: los datos recabados de todo el proceso de la investigación fueron distribuidos y analizados de forma numérica o mediante estadísticas, donde incluya porcentajes precisos que contribuyan a la investigación. Asimismo, se consideró incluir a 60 comerciantes del mercado San Juan Macías, en los diversos puestos de trabajo, aplicando el instrumento a la totalidad de la población.

Finalmente, el mensaje publicitario del spot “Mamá quiere renovar” de la empresa Entel determinó que la eficacia del mensaje publicitario del spot “Mamá quiere renovar” de la empresa Entel en los comerciantes del mercado San Juan Macias, Callao en un “alto” nivel, esto quiere decir que la atención, interés y recordación ha cumplido sus objetivos de manera positiva.

Palabras claves: eficacia, mensaje publicitario, spot publicitario.

ABSTRACT

This research is entitled "Effectiveness of the advertising message of the spot" MOMA WANTS TO RENEW "of the company Entel, in the merchants of the San Juan Macías market, Callao, 2019".

According to the research design, it was non-experimental, since its main objective is based on acquiring information through the observation technique, without altering the study variable for any reason. The type of research is basic, since the fundamental idea is only to acquire more knowledge of the reality in question, to try to understand the social problems or phenomena that arise. The level of research was simple descriptive, since the object of study will be interpreted in a simple way, contributing with more information for future research. The research approach was quantitative: the data collected from the entire research process were distributed and analyzed numerically or through statistics, including precise percentages that contribute to the research. Likewise, it was considered to include 60 merchants from the San Juan Macías market, in the various jobs, applying the instrument to the entire population.

Finally, the advertising message of the "Mamá wants to renew" spot of the Entel company determined that the effectiveness of the advertising message of the "Mamá wants to renew" spot of the Entel company in the merchants of the San Juan Macias, Callao market at a "high" level , this means that attention, interest and remembrance has met its objectives in a positive way.

Keywords: efficiency, advertising message, advertising spot.