



# FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO GRÁFICO  
EMPRESARIAL

Influencia de la campaña social en el conocimiento sobre la Cultura Otaku en  
los jóvenes del Centro Comercial Arenales, Lima 2016.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

AUTORA

Stephanie Wendy Mejía García

ASESOR

Dr. Miguel Antonio Cornejo Guerrero

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

ARTE VISUAL Y SOCIEDAD: ANÁLISIS Y DESARROLLO DE PROCESOS DE  
COMUNICACIÓN VISUAL, EN EL AVANCE DE LA SOCIEDAD  
CONTEMPORÁNEA.

LIMA - PERU

Año 2016 - I

---

**PRESIDENTE**

**Ph. D. Miguel Antonio Cornejo Guerrero**

---

**SECRETARIO**

**Lic. Juan Tanta Restrepo**

---

**VOCAL**

**Lic. Mirtha Montoya Montero**

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a mis padres quienes me dieron la vida, educación y apoyo para no rendirme en el camino, A mis profesores y amigos de la universidad, quienes sin su ayuda no hubiera podido terminar la tesis. A mis amigos Otakus, quienes desinteresadamente me ayudaron en la elaboración de este proyecto y finalmente a todos aquellos que creyeron en mí se los agradezco sinceramente.

## AGRADECIMIENTOS

*Quiero agradecer al señor, que guía siempre mis pasos.*

*A mi familia, que me dieron la fortaleza para seguir adelante y han sido la fuente de sabiduría en mi vida.*

*A mis amigos, que ante todo pronóstico, me apoyaron en este proyecto difícil de realizar*

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Stephanie Wendy Mejía García con DNI N° 47932979, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Arte y Diseño Gráfico Empresarial, Escuela de Comunicaciones, 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.....

Stephanie Wendy Mejía García

## PRESENTACIÓN AL JURADO

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento antes ustedes la Tesis titulada “Influencia de la campaña social en el conocimiento sobre la Cultura Otaku en los jóvenes del Centro Comercial Arenales. Lima 2016, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de licenciado en arte y diseño gráfico empresarial.

Stephanie Mejía García

## ÍNDICE

PÁGINA DE JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN AL JURADO	vi
RESUMEN	ix
ABSTRAC	ix

### **PARTE I: INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA**

#### **CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN**

1.1. Realidad Problemática	Pàg. 1
1.2. Trabajos Previos	Pàg. 2
1.3. Teorías relacionadas	Pàg. 6
1.4. Marco Conceptual	Pàg. 17
1.5. Formulación del Problema	Pàg. 20
1.6. Justificación de la Investigación	Pàg. 21
1.7. Objetivos de la investigación	Pàg. 22
1.8. Hipótesis	Pàg. 26

#### **CAPÍTULO II. MÉTODO**

2.1 Tipo de Estudio	Pàg. 26
2.2. Diseño de Investigación	Pàg. 26
2.3.1. Operacionalización de Variables	Pàg. 28
2.4. Población, Muestra y Muestreo	Pàg. 30
2.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	Pàg. 31
2.6. Validez y Confiabilidad del Instrumento	Pàg. 32
2.7. Método de Análisis de Datos	Pàg. 33
2.8. Aspectos éticos	Pàg. 33

#### **CAPÍTULO III. RESULTADOS**

3.1. Prueba de Normalidad	Pàg. 34
3.2. Prueba de Hipótesis	Pàg. 35

3.3. Análisis de los resultados	Pág. 39
<b>PARTE II: INVESTIGACIÓN CUALITATIVA</b>	Pág. 48
4.1. Método	Pág. 48
4.2. Escenario de estudio	Pág. 49
4.3. Caracterización de sujetos	Pág. 49
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	Pág. 49
4.5. Rigor científico	Pág. 49
<b>CAPITULO IV: DISCUSIÓN</b>	Pàg.54
<b>CAPITULO V: CONCLUSIONES</b>	Pàg.58
<b>CAPITULO VI: RECOMENDACIONES</b>	Pàg.60
<b>CAPITULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÀFICAS</b>	Pàg.61
<b>CAPITULO VIII: ANEXOS</b>	Pàg.63

## RESUMEN

La presente tesis es una investigación mixta (cualitativa y cuantitativa) de diseño correlacional causal, que tiene como objetivo identificar la influencia de la campaña social en el conocimiento sobre la Cultura Otaku en los jóvenes de 18 a 25 años del Centro Comercial Arenales, se realizó el estudio con una población infinita tomando una muestra de 271 jóvenes asistentes al Centro Comercial Arenales.

Este proyecto de investigación se realizó de forma transversal es decir en un solo tiempo, esta campaña social brindó conocimiento sobre la Cultura Otaku a través de estrategias gráficas y de interacción, para la recolección de datos se elaboró la encuesta y se llevó a cabo un focus group con 8 jóvenes para recoger sus opiniones, actitudes y conocimientos sobre la cultura.

Los resultados presentan que la campaña social fue de gran influencia para jóvenes ya que se mostraron un alto interés por conocer e informarse sobre la Cultura Otaku. Con esto podemos concluir que las estrategias utilizadas en campaña fueron efectivas logrando una alta influencia en los jóvenes.

**Palabras clave:** Cultura Otaku, campaña social, otaku

## ABSTRAC

This thesis is a mixed research (qualitative and quantitative) of causal correlational design, which aims to identify the influence of the social campaign on knowledge about the Otaku culture in young people aged 18 to 25 of the CC Arenales, the study with a population of infinite taking a sample of 271 youth attending the Arenales shopping center.

This research project was carried out transversely i.e. at a single time, this social campaign provided knowledge about the Otaku culture through graphic strategies and interaction, the survey was developed for the collection of data and a focus group was conducted with 8 young people to collect their opinions, attitudes and knowledge of the culture.

The result you have the social campaign was of great influence for young people since it showed a high interest in meet and learn about the Otaku culture. With this

Key words: culture Otaku. social campaign. otaku

we can conclude that the strategies used in the campaign were effective achieving a high influence in the young