

FACULTAD DE COMUNICACIONES

CARRERA DE **COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD**

“LA EFICACIA PUBLICITARIA EN EL MENSAJE
DEL SPOT "TU CUENTA SUELDO BCP SE
RENOVÓ" EN LOS EFECTIVOS DE LA UNIDAD
HISTÓRICA DE POLICÍA MONTADA - EL POTAO,
AÑO 2022.”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Comunicación y Publicidad

Autor:

Tessy Johana Lovera Fernandez

Asesor:

Mtr. Norka del Pilar Segura Carmona

<https://orcid.org/0000-0001-6651-2859>

Lima - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Jean Pierre D. Gálvez Castañeda	45143983
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Gerardo Karbaum Padilla	10085676
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Luis Enrique Eduardo Elías Villanueva	07617927
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Formulación del problema	23
1.3. Objetivos	24
1.4. Hipótesis	25
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	26
CAPÍTULO III: RESULTADOS	33
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	68
REFERENCIAS	72
ANEXOS	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1: Muestra poblacional de la investigación	27
Tabla N°2: Operacionalización de variables	29
Tabla N°3: Relación de expertos evaluadores del instrumento	30
Tabla N°4: Resumen de procesamiento de casos	30
Tabla N°5: Estadística de fiabilidad	30
Tabla N°6: Resultado de la pregunta N°1	33
Tabla N°7: Resultado de la pregunta N°2	34
Tabla N°8: Resultado de la pregunta N°3	36
Tabla N°9: Resultado de la pregunta N°4	37
Tabla N°10: Resultado de la pregunta N°5	39
Tabla N°11: Resultado de la pregunta N°6	40
Tabla N°12: Resultado de la pregunta N°7	42
Tabla N°13: Resultado de la pregunta N°8	43
Tabla N°14: Resultado de la pregunta N°9	45
Tabla N°15: Resultado de la pregunta N°10	46
Tabla N°16: Resultado de la pregunta N°11	48
Tabla N°17: Resultado de la pregunta N°12	49
Tabla N°18: Resultado de la pregunta N°13	51
Tabla N°19: Resultado de la pregunta N°14	52

Tabla N°20: Resultado de la pregunta N°15	54
Tabla N°21: Resultado de la pregunta N°16	55
Tabla N°22: Resultado de la pregunta N°17	57
Tabla N°23: Resultado de la pregunta N°18	58
Tabla N°24: Resultado de la pregunta N°19	60
Tabla N°25: Prueba de Chi Cuadrado de Pearson Hipótesis específica general	62
Tabla N°26: Prueba de Chi Cuadrado de Pearson Hipótesis específica 1	64
Tabla N°27: Prueba de Chi Cuadrado de Pearson Hipótesis específica 2	65
Tabla N°28: Prueba de Chi Cuadrado de Pearson Hipótesis específica 3	67

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico N°1: Resultado de pregunta N°1	33
Gráfico N°2: Resultado de pregunta N°2	35
Gráfico N°3: Resultado de pregunta N°3	36
Gráfico N°4: Resultado de pregunta N°4	38
Gráfico N°5: Resultado de pregunta N°5	39
Gráfico N°6: Resultado de pregunta N°6	41
Gráfico N°7: Resultado de pregunta N°7	42
Gráfico N°8: Resultado de pregunta N°8	44
Gráfico N°9: Resultado de pregunta N°9	45
Gráfico N°10: Resultado de pregunta N°10	47
Gráfico N°11: Resultado de pregunta N°11	49
Gráfico N°12: Resultado de pregunta N°12	50
Gráfico N°13: Resultado de pregunta N°13	51
Gráfico N°14: Resultado de pregunta N°14	53
Gráfico N°15: Resultado de pregunta N°15	54
Gráfico N°16: Resultado de pregunta N°16	56
Gráfico N°17: Resultado de pregunta N°17	57
Gráfico N°18: Resultado de pregunta N°18	59
Gráfico N°19: Resultado de pregunta N°19	60

RESUMEN

La elaboración de mensajes adecuados para lograr la eficacia en la publicidad es un tema interesante e importante de estudiar para comprender mejor la comunicación entre las audiencias y las empresas. El objetivo de la presente investigación es identificar la relación de la eficacia publicitaria en el mensaje del spot "Tu cuenta sueldo BCP se renovó" en los efectivos de la Unidad Histórica de Policía Montada - El Potao, año 2022. La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, de nivel correlacional, de diseño no experimental y tiene como técnica e instrumento de recolección de datos a la encuesta y el cuestionario digital. Los resultados muestran que el emplear correctamente los diferentes elementos del mensaje publicitario es relevante para lograr la eficacia a través de sus tres tipos de factores. En este sentido, luego de la recolección y análisis de datos se concluyó como válida la hipótesis general: La eficacia publicitaria se relaciona significativamente con el mensaje del spot "Tu cuenta sueldo BCP se renovó" en los efectivos de la Unidad Histórica de Policía Montada - El Potao, evidenciando así la eficacia de un producto publicitario que ha usado correctamente el mensaje que pretende transmitir a su público.

PALABRAS CLAVES: eficacia publicitaria, mensaje publicitario, publicidad, spot publicitario.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

- Aguilera, D. (2018). Análisis de la eficacia publicitaria del emplazamiento de producto enmascarado en Los Simpson. Universidad de Valladolid, Segovia, España.
- Amieva, R. (2021, 26 de marzo). *La evolución de la publicidad y lo que significa para 2021*. <https://controlpublicidad.com/opinion-publicidad/la-evolucion-de-la-publicidad-y-lo-que-significa-para-2021/>
- Bassat, L. (1993). *El libro rojo de la publicidad: Ideas que mueven montañas*. Folio.
- Calero, A. (2020). Influencia de los mensajes publicitarios sobre el comportamiento de compra en el sector comercial de electrodoméstico en el Distrito Metropolitano de Quito. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Sangolquí, Ecuador.
- CPI: evolución de las inversiones publicitarias en los medios de comunicación. (17 de febrero de 2021). Revista Anda. Recuperado de: <https://revista.andaperu.pe/cpi-evolucion-de-las-inversiones-publicitarias-en-los-medios-de-comunicacion/>
- Castilla, O. y Castro, J. (2017, 29 de noviembre). *El poder de la publicidad en los medios del Perú*. Ojo público. <https://duenosdelanoticia.ojo-publico.com/articulo/el-poder-de-la-publicidad-en-los-medios-del-peru/>
- Constenla, M. (2013, 9 de noviembre). *Cuestionarios Digitales*. Consultado el 13 de julio de 2022. <http://miguelconstenla.blogspot.com/2013/11/cuestionarios-digitales.html>
- Da Silva, D. (2020, 24 de agosto). *Qué es escala de Likert y cómo aplicarla*. Consultado el 13 de julio de 2022. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-escala-de-likert/>
- Degrado, D. (2005). Televisión publicidad y comunicación. Revista científica iberoamericana de comunicación y educación, 25(2).

El 62% de peruanos considera útil la publicidad digital, según IAB. (2022, 8 de julio). El comercio. <https://elcomercio.pe/economia/el-62-de-peruanos-considera-util-la-publicidad-digital-segun-iab-rmmn-noticia/>

Gabrovec, L. (2021, 19 de enero). *La importancia de la publicidad de marca*. Amazon ads. <https://advertising.amazon.com/es-mx/blog/importance-of-brand-advertising>

Gallardo, R. (2022, 28 marzo). *Los 5 elementos de una campaña publicitaria altamente efectiva*. Aprendamos Marketing. <https://aprendamosmarketing.com/elementos-de-una-campana-altamente-efectiva/>

García, C. (2019). Eficacia publicitaria y lealtad en clientes de la I.E.I.P San Ignacio de Loyola, Tarapoto, 2018 (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto, Perú.

Godás, L. (2007). El mensaje publicitario. *Offarm*, 26 (9), 110-114

Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill Education.

Huamán, F. (2020). Eficacia publicitaria del spot "Contigo Aprendí" del BCP en los trabajadores del área de servicio al cliente de Max, Independencia, 2018 (Tesis de licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.

Hurtado, J. (2010). *Metodología de la investigación: guía para una comprensión holística de la ciencia*. Quirón Ediciones.

López, A. (1999). Esencia retórica del mensaje publicitario. *Tópicos Revista de Filosofía de la Universidad Panamericana*. Recuperado de: <https://revistas.up.edu.mx/topicos/article/view/371/335>

López, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*.

Universitat Autònoma de Barcelona.

Maldonado, J. (2019). La publicidad. Recuperado de:

https://www.academia.edu/41843923/La_Publicidad

Martí, J. (2012). Determinantes de la eficacia publicitaria actual: el Modelo de AMBER. España.

Martínez y Nicolás (2016) *Publicidad digital. Hacia una integración de la planificación, creación y medición*. Esic Editorial.

Martín, J. (2011). Medición de la eficacia publicitaria: una aplicación a los medios de comunicación impresos. UPLGC. Biblioteca Universitaria. España.

Martí, S. y Vallhonrat, S. (1999). Lo verbal y lo no verbal en el mensaje publicitario. Contextos, 33(36), 2223-241)

Morillas, A., Sastre, D. & Cansado, M. (2020). Importancia de la estrategia de comunicación y su relación con el insight para conseguir la eficacia publicitaria: el caso de España. Universidad de Valladolid, Valladolid, España.

Perdomo, D., Montenegro, N. & Rivera, P. (2020). Influencia de los Mensajes Publicitarios en Instagram del Estereotipo de Belleza en la Autopercepción de los Adolescentes Bogotanos del Siglo XXI. Fundación Universitaria Compensar, Bogotá, Colombia.

Peiró, R. (2022, 4 de marzo). *Publicidad tradicional*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/publicidad-tradicional.html>

- Pérez, G. (2020). El mensaje publicitario en relación al posicionamiento de la marca Promart a través de la campaña "La hija perfecta", año 2013 (Tesis de licenciatura). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Puente, G. (2019). Relación entre el mensaje publicitario y la notoriedad de la marca Telefónica a través de la campaña "Una llamada a la indiferencia", año 2016 (Tesis de licenciatura). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Quezada, A., Ballesteros, L., Guerrero, C. y Santamaría, E. (2018). Análisis del impacto publicitario en la decisión de compra en empresas del sector comercial. Polo del conocimiento, 3(28), 85-106. doi: 10.23857/pc.v3i12.815
- Sedeño, A. (2006). La función de la música en los comerciales publicitarios. UNIREvista. Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/228781193>
- Un recuento a los mejores spots del BCP por su 125° aniversario* (22 de abril de 2014). Código. <https://codigo.pe/un-recuento-a-los-mejores-spots-del-bcp-por-su-125-aniversario/>
- Wells, W., Moriarty, S. y Burnett, J. (2017). *Publicidad: principios y prácticas*. Pearson Educación.