



FACULTAD DE HUMANIDADES  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ARTES  
& DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

TESIS

**PROPUESTA DE CAMPAÑA GRÁFICA PARA  
MEJORAR LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA  
DE UNA EMPRESA DE RESTAURACIÓN**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA  
EN:

ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

AUTORAS:

Bach. Chang Salazar Eliana Thais  
Bach. Cumpa Liza Emily De Ginebra

Pimentel, julio del 2015

**DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD**

Quien(es) suscribe(n) la **DECLARACIÓN JURADA**, soy(somos) egresado (s) del Programa de Estudios de **Artes & Diseño Gráfico Empresarial** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro (amos) bajo juramento que soy (somos) autor(es) del trabajo titulado:

**PROPUESTA DE CAMPAÑA GRÁFICA PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE UNA EMPRESA DE RESTAURACIÓN**

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética de la Universidad Señor de Sipán, conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y auténtico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

CUMPA LIZA EMILY DE GINEBRA	DNI: 72471014	
CHANG SALAZAR ELIANA THAIS	DNI: 46993409	

Pimentel, 15 de octubre de 2024

NOMBRE DEL TRABAJO

**PASAR TURNITIN - CUMPA LIZA\_pdf**

AUTOR

**EMILY DE GINEBRA CUMPA LIZA**

RECuento de palabras

**23180 Words**

RECuento de caracteres

**122081 Characters**

RECuento de páginas

**150 Pages**

Tamaño del archivo

**1.9MB**

Fecha de entrega

**Oct 10, 2024 10:57 AM GMT-5**

Fecha del informe

**Oct 10, 2024 10:58 AM GMT-5**

● **15% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 14% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

PROPUESTA DE CAMPAÑA GRÁFICA PARA MEJORAR LA  
COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DE UNA EMPRESA DE  
RESTAURACIÓN

Aprobación de la tesis

---

Chang Salazar Eliana Thais  
Autor

---

Cumpa Liza Emily De Ginebra  
Autor

---

Lic. ALEXANDER CRUZ SALAZAR  
Asesor Metodológico

---

Lic. Saavedra Rubiano, María Fernanda  
Asesor Especialista

---

Mg. Mendívez Espinoza, Yván Alexander  
Presidente de Jurado

---

Mg. Díaz Arias, Alfieri  
Secretario(a) de Jurado

---

Lic. Saavedra Rubiano, María Fernanda  
Vocal/Asesor de Jurado

## **DEDICATORIA**

Dedico mi tesis a Dios, porque sin él nada es posible. A mis padres Miguel y Rosa que han sido incondicionales, y son quienes me dieron su apoyo para alcanzar mis metas, y la oportunidad de estudiar esta carrera que me ha brindado tanto.

Emily De Ginebra

Dedico esta tesis a DIOS, a mis padres quienes me dieron vida, educación y apoyo. A mis compañeros de estudio, a mis maestros y amigos, quienes sin su ayuda nunca hubiera podido hacer esta tesis.

Thais Chang

## **AGRADECIMIENTOS**

Un agradecimiento especial al dueño de la empresa D´Pulpa, Guillermo Mehan Ruiz quien nos facilitó información y nos brindó el apoyo para nuestra investigación, a María Fernanda Saavedra por su apoyo como asesora en el desarrollo de nuestra tesis.

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

## **RESUMEN**

La tesis presentada tiene como objetivo demostrar la importancia de la Comunicación Publicitaria en una empresa, en este caso una empresa del rubro de restauración. Pues bien, el problema radica en que los negocios empíricos consideran que la publicidad no es tan importante para el crecimiento y desarrollo de los mismos. Sin embargo, según el análisis de nuestra investigación, se percatado de la suma importancia de las acciones publicitarias para el posicionamiento, crecimiento, ventas e identificación de una empresa. En el caso de la empresa D´Pulpa el análisis arroja que su comunicación publicitaria es deficiente, lo que ha repercutido en sus ventas, tras la competencia, que cada vez apuesta más por la publicidad para hacer crecer sus negocios. La investigación presentada utilizó 2 instrumentos, se encuestaron a 350 personas de los cuales fueron tomados de un porcentaje de la población de la Urb. Santa victoria de Chiclayo, así mismo entrevistamos a tres expertos en publicidad y diseño gráfico con respecto a la comunicación publicitaria, para el procesamiento y análisis de los resultados se utilizó tabulaciones y gráficos estadísticos procesados en Excel. Con todo esto se concluye que la empresa D´Pulpa presenta una deficiencia en su comunicación publicitaria. Por ello se propone una campaña de comunicación gráfica para mejorar la comunicación publicitaria de la empresa en mención.

**Palabras claves:** campaña, comunicación, restauración, publicidad.

## **ABSTRACT**

The objective of this thesis is to demonstrate the importance of communication and publicity to a company, in this case a company in the restaurant field. We have come to recognize the defect of many company managers who do not deem advertising as vital to the growth and development of their businesses. However, the analysis we conducted in this study, has shown that an effective advertising campaign geared towards company positioning, growth, sales and identification is of extreme importance to its success. In the specific case of D’Pulpa Company we have found that its advertising program is poor and has negatively impacted sales relative to the competition which has made better use of advertising to boost their sales. This study employed two methodologies, a statistical sample of 350 people drawn from a percentage of the population of Santa Victoria de Chiclayo and interviews with three experts in the fields of publicity and graphic design specializing in communication and publicity. We employed Excel tables and statistical graphics for the processing and analysis of the study results. Based on this analysis we have concluded that D’Pulpa suffers from a weak advertising effort. Therefore we propose a graphic communication advertising campaign designed to improve and strengthen public awareness and goodwill towards this enterprise.

Key Words: Campaign, Communication, Restaurant, Publicity.