

**UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA
VEGA**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo
y Hotelería**

CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TÍTULO:

ANÁLISIS DE LA CAMPAÑA “#YONOSOYJACINTA” EN FACEBOOK.

MODALIDAD:

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL.

PRESENTADO:

BACHILLER GIL LAURA, MIGUEL OMAR.

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN.**

ASESOR:

HUAMÁN CAMACHO, NELLY EUCLIDES

2018

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 04-ene.-2024 12:45 p. m. -05

Identificador: 226675486

Número de palabras: 8168

Entregado: 1

ANÁLISIS DE LA CAMPAÑA
"#YONOSOYJACINTA" EN FACEBOOK. Por
Miguel Omar Gil Laura

Índice de similitud

25%

Similitud según fuente

Internet Sources: 26%
Publicaciones: N/A
Trabajos: 14%
del estudiante:

3% match (Internet desde 02-nov.-2021)

http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3258/TRAB.SUF.PROF_NOEMI%20MAKARENA%20MILUSKA.pisAllowed=y&sequence=2

2% match (Internet desde 29-jul.-2016)

<http://elogia.net/que/campanas-de-publicidad-en-redes-sociales/>

2% match (Internet desde 19-dic.-2018)

<https://iembs.com/planificar-la-publicidad-en-redes-sociales/>

2% match (Internet desde 13-jul.-2020)

https://es.slideshare.net/ivanss_3/brainketing-liliana-alvarado-universidad-peruana-de-ciencias-aplicadas-upc

2% match (Internet desde 10-dic.-2020)

<https://www.slideshare.net/EvelinEncarnacinSnch/tarea-5-tecnologia-aplicada-a-la-educacion>

2% match (Internet desde 20-jul.-2020)

<https://crea-tumundo.blogspot.com>

1% match ()

[Perleche Guillen, Maria Fabiola. "El uso del chat como herramienta de trabajo en la empresa a365", 2018](#)

1% match ()

[Montero Ruiz, David Yusvaldo. "El uso del facebook como medio de intercambio cultural en jóvenes de 18 a 25 años", Universidad Inca Garcilaso de la Vega, 2018](#)

1% match (Internet desde 09-jun.-2021)

http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4229/TRABSUFICIENCIA_JACINTO_JOHANNA.pdf?isAllowed=y&sequence=1

1% match (Internet desde 12-jun.-2019)

<http://externaliza.net/Post-Externaliza-Marketing-en-redes-sociales.html>

1% match (Internet desde 06-ago.-2023)

<http://carlosorozco.utero.pe/2017/11/28/este-es-el-video-que-debes-ver-para-entender-el-principal-problema-de-la-paisana-jacinta/>

1% match (Internet desde 02-ene.-2015)

<http://www.iuscomunicacion.com/anuncios-redes-sociales.html>

1% match (Internet desde 18-jul.-2020)

<https://fidelcarlosflores.wordpress.com/2018/03/01/guia-completa-para-mercadologos-la-publicidad-en-redes-sociales-mercadotecnia-udf-por-christina-newberry/>

1% match (trabajos de los estudiantes desde 26-mar.-2019)

[Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC on 2019-03-26](#)

1% match (Internet desde 12-dic.-2020)

<https://blog.fromdoppler.com/como-hacer-campanas-exitosas-en-redes-sociales/>

1% match (Internet desde 14-nov.-2020)

<https://blog.elogia.net/campanas-de-publicidad-en-redes-sociales/>

1% match (Internet desde 26-nov.-2022)

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11737/1/42T00524.pdf>

1% match ()

[Campos Cárcamo, Melissa Guadalupe, Chávez Sosa, Adolfo Eulices, López Ventura, Glenda Evelyn. "El Cibercrimen: los Delitos contra la Libertad Sexual y la Pornografía Infantil en las Redes Sociales y la Normativa Salvadoreña Aplicable", 2019](#)

1% match (trabajos de los estudiantes desde 25-feb.-2019)

[Submitted to Universidad Dr. José Matías Delgado on 2019-02-25](#)

1% match (Internet desde 10-oct.-2022)

RESUMEN

Esta tesina trata sobre la campaña “#YoNoSoyJacinta” en Facebook, que está enfocada en la campaña realizada por medio del Hashtag que se difundió en la red social mencionada en el último trimestre del año 2017.

Está es una campaña que se puede trabajar analizando muchos factores de marketing, interacción con el Hashtag, el contenido, la identificación con la campaña y el alcance.

El objetivo de esta investigación busca evaluar la campaña “#YoNoSoyJacinta” en Facebook, así mismo, el nivel de identificación del público con la campaña y el nivel de interacción del público con ella.

También se analizará distintos conocimientos sobre cómo elaborar una buena campaña en las redes sociales, el uso importante que tiene el hashtag hoy en día, y las cuentas propicias para hacer campañas en cualquier red social.

Se pondrán en práctica los conocimientos adquiridos en la universidad, así como también en el campo laboral de la carrera de Ciencias de la Comunicación, Luego se realizará un análisis detallado con una encuesta que dará como resultado la confirmación de las hipótesis planteadas, basándose en una muestra de investigación no probabilística, por conveniencia a una muestra de 100 sujetos.

Las campañas en redes sociales no son tan fáciles de manejar como se piensa y especialmente en la seleccionada para este trabajo investigación, el cual concluye lo importante que es para una campaña en Facebook el nivel de interacción y la identificación que fue casi nulo, ya que el #YoNoSoyJacinta, no tuvo el alcance esperado, así mismo, se verá y la importancia de un fanpage y de los elementos audiovisuales propios en ella, la cual tampoco se observó en la red social Facebook, ya que si una campaña en una Red Social es bien manejada, puede lograr los objetivos planteados de manera casi inmediata y crear los cuestionamientos necesarios para llegar al fin de lo que se busca

cuando una o más personas, así como también cualquier institución, hacen publicidad de algún tema determinado en las redes sociales.

Por último, se comprobará la importancia de hacer hoy en día publicidad en las redes sociales, especialmente en una tan usada como Facebook y la importancia del nivel de manejo que debemos tener de ellas, para lograr una buena difusión y aceptación por parte de los consumidores de estas cuentas de internet.

Palabras claves: Publicidad, Campaña publicitaria, Marketing, Marketing Digital y Red Social.