



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

Relación del contenido del spot publicitario “Bobby también quiere una Coca-Cola con su nombre” y el proceso de la decisión de compra en los estudiantes de 20-25 años del Instituto Inteci, Lima 2016.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

**AUTOR**

Sotelo Lazo Zulema

**ASESOR**

Rafael Saavedra Gonzales

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

**LIMA – PERÚ**

**AÑO 2016**

Página del jurado

.....

PRESIDENTE

.....

SECRETARIO

.....

VOCAL

Esta investigación se la dedico a mis padres, que sin el apoyo de ellos no hubiera llegado hasta donde estoy ahora. Y sobre todo a mi abuela Albertina quien sé que desde arriba siempre me ha apoyado.

Agradezco a mis padres y a mi hermana Allison quienes siempre me estuvieron apoyando en todo este proceso para no rendirme.

De igual manera a mis asesores Rafael Saavedra Gonzales y César Augusto Smith Corrales, por ser ellos mis principales orientadores.

### **DECLARACION DE AUTENTICIDAD**

Yo Zulema Sotelo Lazo con DNI N° 75336107, 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, Escuela 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, Noviembre del 2016

Zulema Sotelo Lazo

**Nombres y apellidos del tesista**

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Relación del contenido del spot publicitario “Bobby también quiere una Coca-Cola con su nombre” y el proceso de la decisión de compra en los estudiantes de 20-25 años del Instituto Inteci, Lima 2016.”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

La Autora

## Indice

Página del jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Realidad problemática.....	1
1.2 Trabajos previos.....	1
1.3 Teorías relacionadas al tema .....	13
1.4 Justificación del estudio.....	17
1.5 Formulación del problema.....	18
1.6 Objetivo.....	18
1.7 Hipótesis.....	19
<b>II. MÉTODO.....</b>	<b>20</b>
2.1 Diseño de investigación.....	20
2.2 Variables, operacionalización.....	21
2.3 Población y muestra.....	22
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	22
2.5 Métodos de análisis de datos.....	23
2.6 Aspectos éticos.....	23
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>24</b>
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>71</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>75</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>76</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>77</b>
<b>ANEXOS</b>	
✓ Instrumentos	
✓ Validación de los instrumentos	
✓ Matriz de consistencia	

## **RESUMEN**

En la presente investigación se planteó el siguiente problema la relación del contenido del spot publicitario “Bobby también quiere una Coca-Cola con su nombre” y el proceso de la decisión de compra en los estudiantes de 20-25 años del Instituto Inteci, así mismo se determinó el siguiente objetivo determinar la relación del contenido del spot publicitario “Bobby también quiere una Coca-Cola con su nombre” y el proceso de la decisión de compra en los estudiantes del Instituto Inteci de 20-25 años, se utilizó la técnica es cuestionario y el instrumento de la encuesta con un factor de validación de 75% y confiabilidad de 0.91. Llegando a la siguiente conclusión si existe un relación significativa entre el contenido del spot publicitario “Bobby también quiere una Coca-Cola con su nombre” y el proceso de la decisión de compra en los estudiantes de 20-25 años del Instituto Inteci.

Palabras claves: Características del mensaje, proceso de decisión de compra, spot publicitario.



## **ABSTRACT**

In the present investigation the following problem was raised the relation of the content of the advertising spot "Bobby also wants a Coca-Cola with his name" and the process of the decision of purchase in the students of 20-25 years of the Inteci Institute, itself The following objective was determined to determine the relationship of the content of the advertising spot "Bobby also wants a Coca-Cola with his name" and the process of the purchase decision in the students of the Inteci Institute of 20-25 years, was used the technique is questionnaire and the survey instrument with a validation factor of 75% and reliability of 0.91. Finding out if there is a significant relationship between the content of the advertising spot "Bobby also wants a Coca-Cola with his name" and the process of the purchase decision in the 20-25 years students of the Inteci Institute.

Keywords: Characteristics of the message, purchase decision process, advertising spot.