

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

PROYECTO DE TESIS

TÍTULO

**“La relación entre el mensaje publicitario de la campaña publicitaria
“Belleza Peruana” y el posicionamiento de la marca Dove en las mujeres
deportistas de 18 a 25 años del Gimnasio WillGym , Lima, 2017”**

AUTOR

Ayala Godos Leslie Gianella

ASESOR

Cautín Martínez, Alfredo Antenor

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Procesos Comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA –PERÚ

2017



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F07-PP-PR-02.02
Versión : 07
Fecha : 31-03-2017
Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) AYALA
GODOS LESLIE GIANELLA cuyo título es:
"La relación entre el mensaje publicitario de la campaña publicitaria "Belleza
Peruana" y el posicionamiento de la marca Dove en las mujeres deportistas de
18 a 25 años del gimnasio WillGym,
Lima, 2017"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por
el estudiante, otorgándole el calificativo de: .. (número)
.. (letras).

Lima 24 de Julio del 2018.



[Signature]
PRESIDENTE

[Signature]
SECRETARIO

[Signature]
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

Activar W
Ve a Configuración

A mi familia por el apoyo incondicional y alentador que me dan cada día para poder seguir esforzándome en mis estudios.

Agradezco a mi asesor por guiarme y brindarme su apoyo, fue fundamental en este trabajo de investigación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo **LESLIE GIANELLA AYALA GODOS** con DNI N° **73508995**, 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, Julio del 2018

LESLIE GIANELLA AYALA GODOS

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada **“La relación entre el mensaje publicitario en la campaña publicitaria “Belleza Peruana” y el posicionamiento de la marca Dove en las jóvenes deportistas de 18 a 25 años del Gimnasio WillGym, Lima, 2017”**, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Ciencias de la Comunicación.

Leslie Gianella Ayala Godos.

ÍNDICE

CARÁTULA	i
PÁGINAS PRELIMINARES	
Página Del Jurado	ii
Agradecimiento	iii
Dedicatoria	iv
Declaración de Autenticidad	v
Presentación	vi
RESUMEN	ix
ABSTRAC	x
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad Problemática	11
1.2. Trabajos Previos	13
1.3. Teorías relacionadas al tema	15
1.4. Formulación al problema.	27
1.5. Justificación	27
1.6. Hipótesis	28
1.7. Objetivo	29
II. Método	29
2.1. Diseño de la investigación	29
2.2. Variables y operacionalización	30
2.3. Población y muestra	33
2.4. Técnicas de recolección de datos, valides y confiabilidad	34
2.5. Métodos de análisis de datos	38
2.6. Aspectos éticos	38

III. RESULTADOS	39
IV. DISCUSIÓN	72
V. CONCLUSIONES	74
VI. RECOMENDACIONES	75
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	76
VII. ANEXOS	80

RESUMEN

La presente investigación tiene el fin de saber si existe “La relación entre el mensaje publicitario en la campaña publicitaria “Belleza Peruana” y el posicionamiento de la marca Dove en las mujeres deportistas de 18 a 25 años del Gimnasio WillGym , Lima, 2017”. Para hallar esta relación, se encuestó a 60 mujeres deportistas de 18 a 25 años del distrito de Cercado de Lima. El instrumento utilizado fue un cuestionario con valores del 1 a 5 en la escala de Likert, éste fue validado por tres expertos de la carrera de Ciencias de la Comunicación y se aplicó la prueba de coeficiente de V de Aiken, el resultado obtenido fue de un 100% y obteniendo una prueba de Coeficiente de Alpha de Cronbach de 0,905 que significa alta confiabilidad.

Luego de aplicarse la encuesta a la muestra obtenida de la población (67 personas); los resultados obtenidos fueron tabulados en el programa de estadística SPSS, donde se aplicó el Chi Cuadrado para validar o rechazar la hipótesis nula, obteniendo como resultado que “Existe una relación moderada entre el mensaje publicitario de la campaña publicitaria “Belleza Peruana” y el posicionamiento de la marca Dove en las mujeres deportistas de 18 a 25 años de del Gimnasio WillGym, Lima, 2017”. Por consiguiente Por consiguiente, esta prueba rechazó la hipótesis nula por lo tanto es entendible que esta se aproxima más a la verdad en este tiempo. El tipo de investigación fue descriptivo correlacional, no experimental.

Palabras clave:

Mensaje publicitario – Posicionamiento – Dove- gimnasio WillFym

ABSTRAC

The present investigation has the purpose of knowing if there is "The relationship between the advertising message in the advertising campaign" Belleza Peruana "and the positioning of the Dove brand in women athletes from 18 to 25 years of the Gym WillGym, Lima, 2017". In order to find this relationship, 60 female athletes from 18 to 25 years old were surveyed in the district of Cercado de Lima. The instrument used was a questionnaire with values from 1 to 5 on the Likert scale, this was validated by three experts from the career of Communication Sciences and the Aiken V coefficient test was applied, the result obtained was from a 100% and obtaining a Cronbach Alpha Coefficient test of 0.905 which means high reliability.

After applying the survey to the sample obtained from the population (67 people); the results obtained were tabulated in the SPSS statistical program, where the Chi Square was applied to validate or reject the null hypothesis, obtaining as a result that "There is a moderate relationship between the advertising message of the advertising campaign" Belleza Peruana" and the positioning of the Dove brand in women athletes from 18 to 25 years of the Gym WillGym, Lima, 2017 ". Therefore, therefore, this test rejected the null hypothesis, therefore it is understandable that it is closer to the truth at this time. The type of investigation was descriptive correlational, not experimental.

Keywords:

Advertising message - Positioning - Dove- gym WillGym