



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Posicionamiento de marca: Análisis del mensaje publicitario
del spot televisivo de Sprite, motivo “Todo por un like”.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTORA:

Portal Cisneros Rosa Marilyn

ASESOR DISCIPLINARIO:

LIC. Calderón Lartiga, Carlos

LIMA - PERÚ

2013

DEDICATORIA

A Dios, que me dio incontables oportunidades para poder terminar este trabajo a pesar de todas las complicaciones que se presentaban.

A mi mamá, que de alguna u otra manera me acompañaba en las noches de desvelo y me empujaba a siempre ser más.

A mis amigos, que aunque no los veo desde que comencé con este proyecto, saben que todo el esfuerzo valió la pena.

AGRADECIMIENTOS

A mi familia, en especial a mi abuela y mi madre, quienes constantemente me aseguraban que podía terminar con este trabajo y siempre confiaron en mí.

Dora, Jessica, Andrea, Diana y Mayra, cuando les dije que iba a privarme de verlas por un tiempo por enfocarme en esto no lo tomaron muy en serio, pero cuando se dieron cuenta de que sí sucedía, no hicieron más que apoyarme y darme ánimos cuando más lo necesitaba.

A J.K, un agradecimiento infinito, porque gracias a ella conocí a personas que cambiaron mi vida para bien y que, en este trabajo, me apoyaron con lo más importante cuando más lo necesitaba,

Agradezco, también, a mis profesores, quienes me ayudaron con el desarrollo de este trabajo con el mejor ánimo posible. También a aquellos que nunca me enseñaron ningún curso durante mi carrera, pero gustosos quisieron apoyarme con esta tesis.

Finalmente, mi agradecimiento más importante va hacia Dios, quien me iluminó cuando más lo necesitaba y siempre estuvo a mi lado durante el desarrollo de la presente tesis.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación analiza y describe los elementos utilizados en el spot televisivo de Sprite, caso Todo Por Un Like, del año 2013, como parte de su campaña “Las cosas como son”.

En esta tesis, se determina el lenguaje que se utiliza en el spot, para ver si éste es o no el correcto para el público objetivo de la marca. Además, también se describen los recursos creativos que se emplearon para la creación de este spot, tales como el productplacement, el tipo de humor utilizado en el spot televisivo y otros elementos que apoyan a que Todo Por Un Like afiance el posicionamiento que tiene la marca Sprite en el mercado.

Por último, se identifican los grupos de referencia mostrados en el spot televisivo ya que, si bien éstos no son netamente peruanos, los jóvenes de este país no tienen ningún problema en identificarse con uno de ellos o identificar a sus amigos en alguna de las situaciones mostradas.

Las entrevistas realizadas a expertos nos ayudarán a profundizar más en el tema, reforzando, además, la idea de la base teórica que se utiliza para esta investigación.

RESUMEN

El presente trabajo tiene como finalidad analizar el spot televisivo de la marca Sprite, motivo Todo Por Un Like, emitido en la televisión peruana en el año 2013.

Conoceremos sobre el tipo de lenguaje, los recursos creativos y los grupos de referencia utilizados en la creación del mencionado spot, que forma parte de una campaña que inició en el año 2011.

La agencia publicitaria encargada de desarrollar la campaña fue McCann Erickson, quienes tuvieron la misión de llevar el mensaje, a través de un solo spot, a los diversos países latinoamericanos en los que Sprite busca afianzar su posicionamiento.

ABSTRACT

The following paper aims to analyze the TV commercial for the brand Sprite, "TodoPorUn Like" (Everything For A Like), transmitted on Peruvian television in 2013.

We will learn about the type of language, creative resources and reference groups that were used in the creation of said spot, which was part of a campaign that began in 2011.

The agency who was responsible for developing the campaign was McCann Erickson, who had a mission to bring the message, through a single spot, to various Latin American countries, where Sprite seeks to strengthen its position on the public's minds.