



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

La influencia del significado del mensaje en el spot “La Ruleta” de Doritos genera la decisión de compra de los estudiantes de 1ro a 5to de secundaria del I.E.P La Sorbona, Cercado de Lima, 2016

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE: LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

AUTOR:

Mallqui Espinoza Linzon Edmundo

ASESOR:

Dr. Saavedra Gonzales, Rafael

LINEA DE INVESTIGACION:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA PERÚ

2016

Mg. César Smith Corrales.

Orbegoso Castillo

Elenisa Uvidia Pillaca

Gracias a Dios todo poderoso

*Que permitieron que siga adelante a pesar
De las diversas dificultades que se presentaron
En el camino de la investigación.*

A mis padres: Fidencio Mallqui y Eugenia Espinoza.

A mi Hermana: Estrella Mallqui.

Agradecimientos

Al Director de la I.E.P La Sorbona, Mariano Melgarejo, por su apoyo e interés en el desarrollo de la investigación realizada en las sedes de Cercado de Lima.

Especialmente a las autoridades de la Universidad Cesar Vallejo, por su apoyo y sus asesorías constantes durante la elaboración de la tesis, además por permitir mi desarrollo profesional y personal.

Al Mg Smith Corrales, Cesar, Director de la unidad de investigación de la facultad de Ciencias de Comunicación de la universidad Cesar Vallejo, por su asesoría y su orientación permanente en el uso de la metodología de la investigación.

Al Dr. Saavedra Gonzales, Rafael, por su asesoría y orientación constante para la viabilidad de la tesis, así logrando presentar un buen proyecto de investigación.

A los Mg. Kovács Halay, István, Belladas Hurtado, Mary y al Lic. Rossi Castillo Fernando. Por sus recomendaciones y aportes desde la concepción hasta el desarrollo de la tesis.

Al Ministerio la Luz, que me brindo la motivación y la confianza que todo puede ser posible con Dios y esfuerzo. Gracias a ellos tengo la certeza que conseguiré todos mis objetivos trazados.

Yo Mallqui Espinoza Linzon Edmundo con DNI N° 47737881, 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 Profesional 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, del

Mallqui Espinoza Linzon Edmundo

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “La Influencia del significado del mensaje en el spot “La Ruleta” de Doritos genera la decisión de compra en los estudiantes de 1ro a 5to de secundaria del I.E.P La Sorbona, Cercado de Lima, 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Mallqui Espinoza Linzon Edmundo.

Índice

Página de jurado.....	II
Dedicatoria.....	III
Agradecimiento.....	IV
Declaratoria de autoridad	VI
Contenido.....	VIII
Resumen.....	IX
Abstract.....	X
I Introducción.....	1
1.2 Antecedentes.....	2
1.3 Justificación.....	15
1.4 Marco Teórico.....	16
1.5 Realidad Problemática.....	26
1.6 Objetivos.....	28
1.7 Hipótesis.....	29
II Método.....	31
2.1 diseño de investigación.....	31
2.2 Variables.....	32
2.3 Población y muestra.....	33

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	33
2.5 Método de análisis de Datos.....	33
2.6 Aspectos Éticos.....	34
III Resultados.....	34
3.1 Prueba del chi cuadrado.....	67
IV Discusión.....	79
V Conclusiones.....	81
VI Recomendaciones.....	82
VII Bibliografía.....	83
VIII Anexos.....	85

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se observó la problemática dando como resultado como un spot puede generar la decisión de compra en los estudiantes de secundaria de 1ro a 5to de secundaria en el distrito de Cercado de Lima. Se formuló una pregunta general y se formularon otras cuatro preguntas las cuales se le determina como problemas específicos como siguiente paso se llegó a obtener el objetivo general: Demostrar la Influencia del significado del mensaje en el spot “La Ruleta” de Doritos genera la decisión de compra en los estudiantes de 1ro a 5to de secundaria del I.E.P La Sorbona. Todos estos partieron de la formulación del problema general y los problemas específicos. La población se escogió a los estudiantes del nivel secundario de la I.E.P La Sorbona. Se determinó escoger esta población por que forma parte del target de la marca Doritos. Para el llenado de las encuestas se tuvo que realizar una cita previa con el director de la institución. Se tiene como conclusión que los mensajes publicitarios elaborados ya no solo se caracteriza por mencionar las cualidades del producto, si no ahora se le agrega un valor importante que son las emociones. Gracias a estas permiten generar un síntoma al consumidor.

Palabras Clave:

- Significado del mensaje, Decisión de compra.

ABSTRACT

The present research work was observed the problematic resulting as a spot can generate the purchase decision in secondary students from 1st to 5th high school in the district of Cercado de Lima. A general question was asked and four other questions were formulated, which were determined as specific problems. The next step was to obtain the general objective: Show the Influence of the meaning of the message in the spot "La Ruleta" of Doritos generates the decision of Purchase from 1st to 5th grade students at the IEP La Sorbona. All these started from the formulation of the general problem and the specific problems. The population was chosen to the students of secondary level of I.E.P La Sorbona. It was decided to choose this population because it is part of the target of the Doritos brand. In order to fill out the surveys, an appointment was made with the institution's director. It is concluded that the advertising messages produced is not only characterized by mentioning the qualities of the product, but now it is added an important value that are the emotions. Thanks to these allow to generate a symptom to the consumer.

Key words:

Meaning of the message, Purchase decision.