



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIA DE LA  
COMUNICACIÓN**

**EFICACIA DEL MENSAJE PUBLICITARIO DEL SPOT “FRASES CON SABOR”  
DE INCA KOLA EN ESTUDIANTES DE 5TO DE SECUNDARIA DE LA  
INSTITUCIÓN EDUCATIVA “JOSÉ GABRIEL CONDORCANQUI 2057”  
INDEPENDENCIA, 2018.**

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

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

**AUTORA:**

Centurión Urbano, Lucero De Los Ángeles.

**ASESOR:**

Mg. César Augusto Smith Corrales.

**Línea de investigación:**

Procesos comunicacionales de la sociedad contemporánea.

**LIMA-PERÚ**

**2018**

# JURADO CALIFICADOR

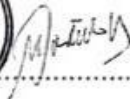
 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : F07-PP-PR-02.02
		Versión : 09
		Fecha : 23-03-2018
		Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña)  
Centurión Urbano Lucero De Los Angeles  
cuyo título es: "EFICACIA DEL MENSAJE PUBLICITARIO PDC  
SINOT "FRASES CON SABOR" DE INCA KOLA EN  
ESTUDIANTES DE 5TO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN  
EDUCATIVA JOSÉ GABRIEL CONDORCAN ELI 2057, TUMBAYANENI  
2018.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas  
por el estudiante, otorgándole el calificativo de: .....14..... (número)  
.....CATC13CE..... (letras).

Lima, ...05...de diciembre de 2018.





PRESIDENTE



SECRETARIO



VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Dedicatoria: A Dios por darme el apoyo espiritual.  
A mi querido tío Muñoz, que desde el cielo supo darme la fuerza y la perseverancia, a mis padres que me apoyaron cada momento, a mi familia y amigos quienes a través de sus palabras me motivaron a no desistir y me aportaron ideas.

Agradecimiento: Mi gratitud va a cada una de las personas que me guiaron en esta investigación. A la directora Doris Cecilia Arteaga Toro de la I.E. 2057 José Gabriel Condorcanqui, por el apoyo en el desarrollo de mi investigación. Así como a mis maestros por las asesorías y por permitir mi desarrollo profesional y personal.

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Lucero De Los Ángeles Centurión Urbano con DNI N° 46936726, 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, 05 de diciembre del 2018



Lucero De Los Angeles Centurión Urbano

D.N.I.: 46936726

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Eficacia del Mensaje Publicitario del spot “Frasas con Sabor” de Inca Kola en estudiantes de 5to de secundaria de la Institución Educativa “José Gabriel Condorcanqui 2057” Independencia, 2018” 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.

Lucero De Los Ángeles Centurión Urbano

# ÍNDICE

PÁGINAS PRELIMINARES:	
PÁGINA DEL JURADO	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	V
PRESENTACIÓN	VI
ÍNDICE	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRACT	IX
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	10
<b>1.1 Realidad Problemática</b> .....	10
<b>1.2 Trabajos Previos</b> .....	12
<b>1.3 Teorías relacionadas al tema</b> .....	15
1.3.1 Teoría de Carácter Reciente.....	15
1.3.2 Teoría sobre la Persuasión .....	17
1.3.3 Tabla de características del mensaje .....	20
1.3.4 Tabla de estructura del mensaje.....	23
<b>1.4 Formulación del Problema</b> .....	24
1.4.1 Problema General: .....	24
1.4.2 Problema Específico: .....	24
<b>1.5 Justificación del estudio</b> .....	25
<b>1.6 Hipótesis</b> .....	26
1.6.1 Hipótesis General.....	26
<b>1.7 Objetivos</b> .....	26
1.7.1 Objetivos General .....	26
1.7.2 Objetivos Específicos .....	26
<b>II. MÉTODO</b> .....	27
<b>2.1 Diseño de Investigación</b> .....	27
2.1.1 Enfoque.....	27
2.1.2 Nivel.....	27
2.1.3 Tipo.....	27
2.1.4 Diseño Metodológico.....	27
<b>2.2 Variables Operacionalización</b> .....	28
2.2.1 Definición Conceptual .....	28

2.2.2 Definición Operacional.....	29
<b>2.3 Población y Muestra.....</b>	<b>30</b>
2.3.1 Población .....	30
2.3.2 Muestra .....	30
<b>2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad .....</b>	<b>31</b>
2.4.1 Técnica e Instrumento.....	31
2.4.2 Encuesta.....	31
2.4.3 Cuestionario .....	32
2.4.4 Bibliografía, Internet y otras fuentes .....	32
2.4.5 Validación y Confiabilidad.....	32
<b>2.5 Métodos de análisis de datos.....</b>	<b>33</b>
<b>2.6 Aspectos Éticos.....</b>	<b>33</b>
<b>III. RESULTADOS .....</b>	<b>33</b>
<b>IV. DISCUSIÓN .....</b>	<b>58</b>
<b>V. CONCLUSIONES .....</b>	<b>63</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>65</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:.....</b>	<b>10</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>69</b>
• Matriz de Consistencia	
• Instrumento	
• Validaciones	
• Similitud Turnitin	
• Tabla de Evaluación de Experto 1	
• Tabla de Evaluación de Experto 2	
• Tabla de Evaluación de Experto 3	
• Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis	
• Permiso para Aplicar Instrumento de Investigación 1	
• Permiso para Aplicar Instrumento de Investigación 2	
• Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis	
• Reporte de Originalidad del Turnitin	
• Recibo digital de Entrega al Turnitin	
• Formulario de Autorización para la Publicación de la Tesis	
• Autorización de la Versión Final del Trabajo de Investigación	



## RESUMEN

La presente investigación la cual se desarrolló en la Institución Educativa José Gabriel Condorcanqui 2057, Independencia 2018, la cual busca determinar la eficacia del mensaje publicitario del spot “Frasas con Sabor” de Inca Kola. Dicho estudio se realizó de tipo aplicada, nivel descriptivo simple de diseño no experimental. La cual utilizo un cuestionario de 20 preguntas con escala tipo Likert cumpliendo con los criterios básicos de validez la que paso por 3 expertos del área de publicidad la cual a través de la aplicación de V de Aiken arrojó el 85% y la confiabilidad del estudio se desarrolló con el estadístico Alfa de Cronbach, el cual alcanzó el valor de 0.83, la cual se llegara a encuestar a 101 alumnos de 5to año de secundaria de la I.E. José Gabriel Condorcanqui 2057 ubicado en el distrito de Independencia. La presente investigación llegó a la conclusión que la eficacia del mensaje publicitario del spot “Frasas con Sabor” de Inca Kola durante el periodo 2018 tuvo un nivel alto en los estudiantes de 5to año de secundaria de la I.E. José Gabriel Condorcanqui 2057.

**Palabras Claves:** Mensaje Publicitario, Eficacia, Inca Kola, Spot Publicitario.

## **ABSTRACT**

The present investigation which was developed in the Educational Institution José Gabriel Condorcanqui 2057, Independencia 2018, which seeks to determine the effectiveness of the advertising message of the spot "Frases con Sabor" by Inca Kola. This study was carried out of an applied type, a simple descriptive level of non-experimental design. Which I use a questionnaire of 20 questions with a Likert-type scale complying with the basic criteria of validity, which went through 3 experts in the advertising area which through the application of V of Aiken showed 85% and the reliability of the study was developed with the Alpha statistics of Cronbach, which reached the value of 0.83, which will be surveyed 101 students of 5th year of secondary school of IE José Gabriel Condorcanqui 2057 located in the district of Independencia. The present investigation came to the conclusion that the effectiveness of the advertising message of the spot "Phrases with Taste" of Inca Kola during the period 2018 to have a high level in the students of 5th year of secondary of the I.E. José Gabriel Condorcanqui 2057.

**Keywords:** Advertising Message, Efficiency, Inca Kola, Spot Advertisingitario.s.