



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Valoración del mensaje publicitario en spot “Aliméntalos de buenos hábitos” Yogurt Gloria de padres de familia de 3º “A” de la I.E. “STA” -  
Lima 2019**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE:  
Bachiller en Ciencias de la Comunicación**

**AUTORES**

Balcázar García, Carmen Valeore (ORCID: 0000-0003-1122-9962)

Quispe Cotrina, Rosa Esperanza (ORCID:0000-0002-3748-9001)

**ASESOR**

Mgtr. Moreno López, Wilder Emilio (ORCID:0000-0003-3151-3848)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA - PERÚ

2019

## **Dedicatoria**

El presente trabajo de investigación se lo queremos dedicar a nuestros padres, quienes nos han apoyado e incentivado a seguir adelante en todo transcurso de nuestra carrera universitaria.

## **Agradecimientos**

Queremos agradecerles a todas las personas que nos apoyaron sin ser su responsabilidad hacerlo, a nuestros familiares y amigos. De forma especial, agradecerles a nuestros maestros que nos guiaron para elaborar la presente investigación.

## Declaración de autenticidad

Yo, Balcázar García Carmen Valeore (autor 1), identificado con DNI N.º 75442691  
Yo, Quispe Cotrina Rosa Esperanza (autor 2), identificado con DNI N.º 70096008  
Alumno(s) de pregrado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad César Vallejo Filial Lima – Campus Lima Norte, autor(es) del Trabajo de investigación titulado “Impacto del nuevo logotipo de la marca Zara en la preferencia de los consumidores de Lima Norte, 2019”,

DECLARO(AMOS) QUE:

1. El presente trabajo de investigación para obtener el grado de bachiller en x es original, siendo resultado de mi(nuestro) trabajo personal, el cual no he copiado de otro trabajo de investigación, ni utilizado fórmulas, ni citas completas “*stricto sensu*”; así como ilustraciones diversas, sacadas de cualquier tesis, obra, artículo, memoria, etc. (en versión digital o impresa). Caso contrario, menciono de forma clara y exacta su origen o autor, tanto en el cuerpo del texto, figuras, cuadros, tablas u otros que tengan derechos de autor.
2. Declaro que el trabajo de investigación que pongo en consideración para evaluación no ha sido presentado anteriormente para obtener algún grado académico o título, ni ha sido publicado en sitio alguno.

Soy consciente de que el hecho de no respetar los derechos de autor y hacer plagio, es objeto de sanciones universitarias y/o legales, por lo que asumo cualquier responsabilidad que pudiera derivarse de irregularidades en la tesis, así como de los derechos sobre la obra presentada.

Asimismo, me hago responsable ante la universidad o terceros, de cualquier irregularidad o daño que pudiera ocasionar por el incumplimiento de lo declarado.

De identificarse falsificación, plagio, fraude, o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, responsabilizándome por todas las cargas pecuniarias o

legales que se deriven de ello sometiéndome a las normas establecidas y vigentes de la Universidad César Vallejo.

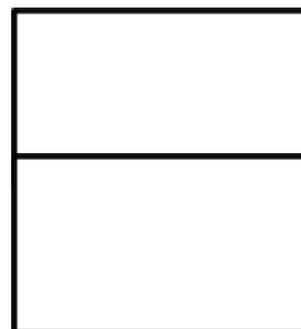
Los Olivos, 9 de diciembre de 2019.

---

Balcázar García Carmen Valeore

---

Quispe Cotrina Rosa Esperanza



## ÍNDICE

<b>Dedicatoria</b>	<b>2</b>
<b>Agradecimientos</b>	<b>3</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>9</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>10</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>11</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO</b>	<b>15</b>
<b>III. METODOLOGÍA</b>	<b>23</b>
<b>3.1. Tipo y Diseño de Investigación</b>	<b>24</b>
<b>3.3. Población, muestra y técnica de muestreo</b>	<b>26</b>
<b>3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b>	<b>26</b>
<b>3.5. Procedimientos</b>	<b>29</b>
<b>3.6. Métodos de análisis de datos</b>	<b>30</b>
<b>IV. RESULTADOS</b>	<b>31</b>
<b>V. DISCUSIÓN</b>	<b>37</b>
<b>VI. CONCLUSIONES</b>	<b>40</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES</b>	<b>43</b>
<b>REFERENCIAS</b>	<b>46</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>50</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1. Cuadro de frecuencia absoluta con porcentajes</b>	<b>27</b>
<b>Tabla 2. Alfa de Cronbach</b>	<b>29</b>
<b>Tabla 3. Nivel de Valoración del Mensaje Publicitario</b>	<b>32</b>
<b>Tabla 4. Nivel de Valoración de la Imagen</b>	<b>33</b>
<b>Tabla 5. Nivel de Valoración del Sonido</b>	<b>34</b>
<b>Tabla 6. Nivel de Valoración del Texto</b>	<b>35</b>
<b>Tabla 7. Matriz de Consistencia</b>	<b>51</b>
<b>Tabla 8. Matriz de operacionalización</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 9. Instrumento de recolección de datos</b>	<b>54</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Ilustración 1. Valoración del mensaje publicitario</b>	<b>32</b>
<b>Ilustración 2. Valoración de la Imagen</b>	<b>33</b>
<b>Ilustración 3. Nivel de Valoración del Sonido</b>	<b>34</b>
<b>Ilustración 4. Nivel de Valoración del Texto</b>	<b>35</b>

## RESUMEN

Esta investigación se basa en conocer la valoración del mensaje publicitario del spot “Aliméntalos de buenos hábitos” de Yogurt Gloria. Se define como objetivo general el determinar la valoración del mensaje publicitario en spot “Aliméntalos de buenos hábitos” Yogurt Gloria de padres de familia de 3º “A” de la I.E. “Santo Tomas de Aquino” – Lima 2019, así mismo se aplicó la teoría de Los Efectos Limitados, la cual sostiene que los efectos de los medios sobre la audiencia son indirectos y dependerá de la capacidad cognitiva del individuo; la presente investigación es de tipo básica, nivel descriptivo, de la misma manera, el diseño de investigación es no experimental, ya que la investigación cuenta con solo una variable, la cual no será alterada y se estudiará en el contexto en el que se encuentra la muestra.

Como técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta, y se aplicó un cuestionario a 30 padres de familia de 3º “A” de la I.E. “Santo Tomas de Aquino”, entre los principales resultados se determinó que el 70.0% (21) de padres de familia, tiene una alta valoración del mensaje publicitario del spot “Aliméntalos de buenos hábitos” de Yogurt Gloria.

Palabras clave: valoración, imagen, sonido. texto.

## **ABSTRACT**

This research is based on knowing the evaluation of the advertising message of the spot "Feed them with good habits" by Yogurt Gloria. The general objective is defined as determining the evaluation of the advertising message in the spot "Feed them with good habits" Yogurt Gloria from parents of 3° "A" from I.E. "Santo Tomas de Aquino" - Lima 2019, the Limited Effects theory was also applied, which maintains that the effects of the media on the audience are indirect and will depend on the cognitive capacity of the individual; the present research is of basic type, descriptive level, in the same way, the research design is not experimental, since the research has only one variable, which will not be altered and will be studied in the context in which the sample is found.

The survey was used as a data collection technique, and a questionnaire was applied to 30 parents of the I.E. "Santo Tomas de Aquino", among the main results it was determined that 70.0% (21) of parents have a high valuation of the advertising message of the spot "Feed them with good habits" by Yogurt Gloria.

Keywords: rating, image, sound. text.