



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**Eficacia del mensaje publicitario del spot del rehidratante Sporade y la
decisión de compra en los residentes de la Urb. Villasol, Los Olivos 2019**

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

AUTORES:

Manchego Lujan, Evelyn (ORCID: 0000-0002-5540-1229)

Palomino Reynoso, Midory (ORCID: 0000-0002-8019-7709)

ASESOR:

Mgtr. Castillo Hilario, Mario Buenaventura (ORCID: 0000 - 0002 - 2929 - 4677)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA- ERÚ

2020

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedicamos principalmente a Dios, por darnos la fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados. A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por bendecirnos y guiarnos a lo largo de nuestra vida, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad. Gracias a nuestros padres por ser los principales promotores de nuestros sueños, por confiar y creer en nuestras expectativas.

ÍNDICE

	Pág.
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Página de jurado	iv
Declaración de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Índice	vii
Resumen	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	16
2.1 Diseño de investigación	16
2.2 Variables, operacionalización	17
2.3 Población y muestra	18
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confianza	19
2.5 Métodos de análisis de datos	20
2.6 Aspectos éticos	21
III. RESULTADO	22
IV. DISCUSIÓN.....	45
V. CONCLUSIÓN	47
VI. RECOMENDACIONES	48
VII. REFERENCIAS	49
ANEXOS	52

RESUMEN

La presente investigación se realizó con el objetivo de determinar la relación entre la eficacia del mensaje publicitario del spot del rehidratante Sporade y la decisión de compra, según los residentes de la urbanización Villasol, 2019. El tipo de investigación que se utilizó fue correlacional, con un enfoque cuantitativo y diseño no experimental.

Esta investigación tuvo como muestra a la urbanización Villasol, Los Olivos. Se empleó un cuestionario con 20 preguntas para luego llevarlo al programa estadístico SPSS, así pudimos diseñar los gráficos, frecuencia y porcentaje para así obtener los resultados sobre la eficacia del mensaje publicitario del spot del rehidratante Sporade y la decisión de compra.

Finalmente como resultados se identificó que se rechaza la hipótesis nula (HO) y por ende se acepta la alterna (H1) de la investigación. Por consiguiente, existe una relación entre la eficacia del mensaje publicitario del spot del rehidratante Sporade y la decisión de compra, según los residentes de la urbanización Villasol, 2019.

Palabras claves: Eficacia, Mensaje Publicitario, Decisión de compra.

ABSTRACT

The present investigation was carried out with the objective of determining the relationship between the effectiveness of the advertising message of the Sporade rehydrator spot and the purchase decision, according to the residents of the Villasol urbanization, 2019. The type of investigation that was considered was correlational, with a quantitative approach and non-experimental design.

This research was shown in the urbanization Villasol, Los Olivos. A questionnaire with 20 questions was used to then carry out the SPSS statistical program, so we could design the graphics, frequency and percentage in order to obtain the results on the effectiveness of the advertising message of the Sporade rehydrator spot and the purchase decision.

Finally, as results it was identified that the null hypothesis (HO) is rejected and therefore the alternative (H1) of the investigation is accepted. For effectiveness, there is a relationship between the effectiveness of the advertising message of the Sporade rehydrator spot and the purchase decision, according to the residents of the Villasol urbanization, 2019.

Keywords: Efficiency, Advertising message, Purchase decisión.