

## ANEXO 1: Pieza publicitaria gráfica no emocional



**SABOR QUE NO SE COMPARA**  
PARA QUE LO TOMES COMO A TI TE GUSTA



Utilizamos el mejor café obtenido de fincas orgánicas para llevar a tu mesa un **CAFÉ QUE SE DISFRUTA.**



## ANEXO 2: Pieza publicitaria gráfica emocional



**EL AMOR ES PARA TODOS.**  
EL CAFÉ DE ESPECIALIDAD, TAMBIÉN

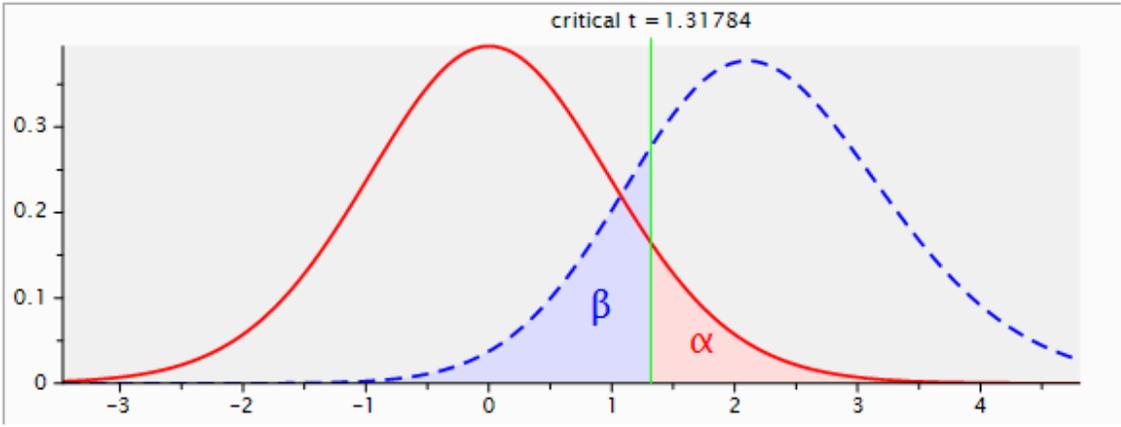
Existen momentos para saborear las cosas que realmente importan. Por eso creamos un café que

**SABE MEJOR COMPARTIDO®**



## ANEXO 3: Determinación de tamaño muestral en GPower

Central and noncentral distributions    Protocol of power analyses



critical t = 1.31784

Test family: t tests

Statistical test: Means: Difference between two independent means (two groups)

Type of power analysis: A priori: Compute required sample size - given  $\alpha$ , power, and effect size

Determine =>

Input Parameters		Output Parameters	
Tail(s)	One	Noncentrality parameter $\delta$	2.1670833
Effect size d	0.85	Critical t	1.3178359
$\alpha$ err prob	0.10	Df	24
Power ( $1-\beta$ err prob)	0.80	Sample size group 1	13
Allocation ratio N2/N1	1	Sample size group 2	13
		Total sample size	26
		Actual power	0.8017539

X-Y plot for a range of values    Calculate

## ANEXO 4: CUESTIONARIO DÍA 1

UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROYECTO DE TITULACIÓN DE INGENIERÍA EN MARKETING

Gracias por participar en este estudio experimental que busca ahondar en el comportamiento de la memoria bajo estímulos publicitarios. Sus respuestas son de gran importancia.

Este paquete contiene dos sobres y una caja de lápices de color. El sobre número 1 contiene un cuestionario que debe ser respondido al día siguiente de haber leído la revista objeto de este estudio, mientras el sobre 2 debe ser abierto 30 días después de aquello. Por ende, es necesario que usted conserve este sobre y su contenido en un lugar seguro por treinta días. Por otro lado, los lápices de color son necesarios para responder ambos cuestionarios.

Para ambos cuestionarios, se les solicitará que respondan, grafiquen o seleccionen preguntas abiertas y de opción múltiple de acuerdo a lo que ustedes recuerden de lo observado en la revista. Es importante que hagan su mejor esfuerzo por recordar, pero que no marquen las respuestas de las que no se encuentran completamente seguros. Responda con la mayor honestidad y precisión posible como se indica en las instrucciones de cada pregunta. **Por favor, responda y grafique las preguntas en el orden específico que se indican, completando cada pregunta antes de continuar con la siguiente. Es importante que no se anticipe a leer ni observar preguntas posteriores.**

**Nuevamente mis más sinceros agradecimientos por su colaboración y participación.**

UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**PRIMER CUESTIONARIO:**

Gracias por participar en este estudio. Sus respuestas son de gran importancia.

**Este cuestionario debe ser respondido el día siguiente de haber leído la revista objeto de este experimento.** Para esta primera encuesta, se le solicitará que responda y grafique preguntas abiertas según lo que recuerde de dicha revista. Es importante que tenga a la mano los instrumentos que se le entregaron para este propósito. Por favor lea detenidamente las siguientes preguntas y respóndalas con la mayor honestidad y precisión posible. Gracias nuevamente.

**1.A.** ¿Qué anuncios de publicidad recuerda de la revista que observó ayer? Por favor, ¿Puede dibujarlas y colorearlas con el mayor detalle que logre recordar? (Imagen, encabezado, slogan, colores, producto)

Si no recuerda ninguna, por favor continúe con la siguiente pregunta.

Si necesita más espacio, puede utilizar la parte de atrás de esta hoja o una hoja adicional

1.B. ¿Puede escribir los nombres de marcas que aparecieron en publicidad en la revista? (escriba lo que más recuerde, si no recuerda un nombre exacto, escriba lo que, a su memoria, más se asemeje). Si no recuerda nada, puede pasar a la siguiente pregunta.

---

---

---

---

1.C. ¿Puede dibujar los logotipos de marcas que aparecieron en publicidad de la revista? (dibuje lo que más recuerde, si no recuerda un logo exacto, dibuje lo que, a su memoria, más se asemeje). Si no recuerda nada, puede pasar a la siguiente pregunta.




**1.A.** ¿Qué anuncios de publicidad recuerda de la revista que observó hace treinta días? Por favor, ¿Puede dibujarlas y colorearlas con el mayor detalle que logre recordar? (Imagen, encabezado, slogan, colores, producto)

Si no recuerda ninguna, por favor continúe con la siguiente pregunta.

Si necesita más espacio, puede utilizar la parte de atrás de esta hoja o una hoja adicional

**1.B.** ¿Puede escribir los nombres de marcas que aparecieron en publicidad en la revista? (escriba lo que más recuerde, si no recuerda un nombre exacto, escriba lo que, a su memoria, más se asemeje). Si no recuerda nada, puede pasar a la siguiente pregunta.

---

---

---

---



**1.A1.** ¿Qué **anuncios de publicidad de café** recuerda de la revista que observó hace treinta días? Por favor, ¿Puede dibujarlas y colorearlas con el mayor detalle que logre recordar? (Imagen, encabezado, slogan, colores, producto). Si ya las dibujó en la primera pregunta de esta encuesta, o si no recuerda ninguna, por favor continúe con la siguiente pregunta.

Si necesita más espacio, puede utilizar la parte de atrás de esta hoja o una hoja adicional

1.B1. ¿Puede escribir los **nombres de marcas de café** que aparecieron en publicidad en la revista? (escriba lo que más recuerde, si no recuerda un nombre exacto, escriba lo que, a su memoria, más se asemeje). Si ya los escribió anteriormente, por favor repítalos. Si no recuerda ninguno, puede pasar a la siguiente pregunta.

---

---

---

---

1.C1. ¿Puede dibujar los **logotipos de marcas de café** que aparecieron en publicidad de la revista? (dibuje lo que más recuerde, si no recuerda un logo exacto, dibuje lo que, a su memoria, más se asemeje). Si ya los escribió anteriormente, por favor repítalos. Si no recuerda ninguno, puede pasar a la siguiente pregunta.

## 2. Recordación Asistida

2.A. De los siguientes nombres de marcas, encierre en un círculo los que recuerde haber visto EN LA REVISTA. Si no recuerda ninguno, no seleccione ninguno.

Cafetto

Portal

Ritual

Atlas

Runku

2.B. De las siguientes imágenes, encierre en un círculo las que recuerda haber visto en la revista. Si no recuerda ninguna, no seleccione ninguna.



2.C. De los siguientes encabezados, subraye el/ los que recuerda haber leído en la revista. Seleccione únicamente los que recuerda. Si no recuerda ninguno, no seleccione ninguno.

- A. Sabor que no se compara, para que lo tomes como a ti te gusta
- B. Arranca el día disfrutando tu vida, y abrazando tu taza
- C. Te mereces disfrutar la mejor parte de tu día.
- D. Porque hay momentos que saben mejor con café
- E. El amor es para todos, el café de especialidad también
- F. Ese momento de la vida, que vale la pena disfrutar.

2.D. De los siguientes logotipos, encierre en un círculo el/los que recuerda haber visto. Por favor seleccione únicamente los que recuerda. Si no recuerda ninguno, no seleccione ninguno.



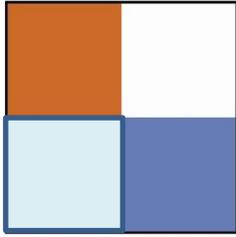
2.E. De los siguientes slogans, subraye el/los que recuerda haber leído en la revista. Por favor seleccione únicamente los que recuerda. Si no recuerda haber leído ninguno, no seleccione ninguno.

- A. Una excusa para estar juntos
- B. La mejor parte de tu día
- C. Sabe mejor compartido
- D. De la siembra a tu mesa
- E. Café que se disfruta
- F. Como a ti te gusta

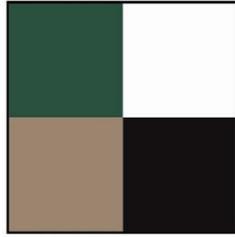
2F. Recuerda haber visto alguno de estos conjuntos de colores en una de las piezas publicitarias de la revista? Si es así, enciérrelo en un círculo, Si recuerda la

# UCUENCA

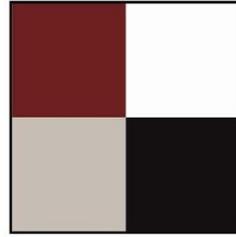
marca a la que pertenece, o en su defecto, el producto que se publicitaba, escríbalo en la línea debajo del conjunto de colores respectivo.



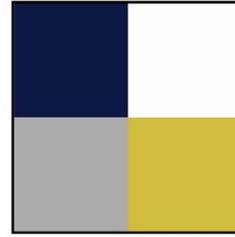
\_\_\_\_\_



\_\_\_\_\_



\_\_\_\_\_



\_\_\_\_\_

## ANEXO 6: PROCEDIMIENTO UTILIZADO PARA LA MEDICIÓN DE VARIABLES: ESCALAS DE MEDICIÓN Y CALIFICACIÓN

Variable	Tipo	Indicador	Fuente
Recordación publicitaria	Binaria (si/no)	Recordación espontánea: recuerda la imagen/tipo de imagen en pruebas cualitativas (PREGUNTAS 1.1A, 2.1.A.)	Primaria- Encuesta
	Binaria (si/no)	Recordación asistida: Selecciona la imagen de un listado (PREGUNTAS 1.2.B, 2.2.B)	Primaria- Encuesta
	Binaria (si/no)	Recordación espontánea: escribe el encabezado (o uno similar) en pruebas cualitativas (PREGUNTAS 1.1A, 2.1.A, 2.4)	Primaria- Encuesta
	Binaria (si/no)	Recordación asistida: Selecciona el encabezado de un listado (PREGUNTAS 1.2.C., 2.2.C, 2.4.)	Primaria- Encuesta
Recordación de marca	Binaria (si/no)	Recordación asistida: Selecciona el logotipo de un listado. (PREGUNTA 2.6)  Recordación espontánea: Grafica el logotipo (al menos aproximadamente) en pruebas cualitativas. (PREGUNTAS 1.1A, 2.1.A.)	Primaria- Encuesta
	Binaria (si/no)	Recordación espontánea: escribe el nombre de la marca en preguntas cualitativas abiertas. 1.1.A, 2.1.A.  Recordación asistida: Selecciona el nombre de la marca de un listado. 1.2.A, 2.2.A	Primaria- Encuesta

	Binaria (si/no)	Asociaciones de marca: asocia la marca con componentes de personalidad similares a los retratados en las piezas gráficas. 2.3,	Primaria- Encuesta
		Asociaciones de marca: indica un mensaje o promesa de valor similar al retratado en las piezas gráficas 2.5.	

TABLA DE TABULACIÓN

Variable	Tipo	Indicador	Fuente
Recordación publicitaria	Binaria (si/no)	Recordación espontánea: recuerda la imagen/tipo de imagen en pruebas cualitativas (PREGUNTAS 1.1A, 2.1.A.)	Primaria- Encuesta
	Binaria (si/no)	Recordación asistida: Selecciona la imagen de un listado (PREGUNTAS 1.2.B, 2.2.B)	Primaria- Encuesta
	Binaria (si/no)	Recordación espontánea: escribe el encabezado (o uno similar) en pruebas cualitativas (PREGUNTAS 1.1A, 2.1.A, 2.4)	Primaria- Encuesta
	Binaria (si/no)	Recordación asistida: Selecciona el encabezado de un listado (PREGUNTAS 1.2.C., 2.2.C, 2.4.)	Primaria- Encuesta
Recordación de marca	Binaria (si/no)	Recordación asistida: Selecciona el logotipo de un listado. (PREGUNTA 2.6)  Recordación espontánea: Grafica el logotipo (al menos aproximadamente) en pruebas cualitativas. (PREGUNTAS 1.1A, 2.1.A.)	Primaria- Encuesta

	Binaria (si/no)	Recordación espontánea: escribe el nombre de la marca en preguntas cualitativas abiertas. 1.1.A, 2.1.A.  Recordación asistida: Selecciona el nombre de la marca de un listado. 1.2.A, 2.2.A	Primaria- Encuesta
	Binaria (si/no)	Asociaciones de marca: indica un mensaje o promesa de valor similar al retratado en las piezas gráficas 2.5.	Primaria- Encuesta
	Binaria (si/no)	Selecciona la gama cromática de la marca.	Primaria- Encuesta

## ANEXO 7. Guía de Tabulación: Puntuaciones agregadas

- RECORDACIÓN PUBLICITARIA			
Espontanea		Asistida	
Indicador	Puntuación	Indicador	Puntuación
Recuerda Imagen	2	Selecciona Imagen	3
Recuerda Encabezado	2	Selecciona Encabezado	1
Recuerda Otros El.	2		
Recuerda Contenido	2		

	Rec. Espontánea (día 2 y 30)	Recordación publicitaria total
Total	8	12

RECORDACIÓN DE MARCA			
Espontanea		Asistida	
Recuerda Nombre	2	Selecciona Logo	1
Recuerda Logo	2	Selecciona Nombre Marca	1
Recuerda Slogan	2	Selecciona Slogan	1
Indica un mensaje similar al retratado	2	Selecciona cromática	1

# UCUENCA

	Rec. Espontánea (día 2 y 30)	Recordación de marca total
Total	8	12