



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

Mensaje publicitario y decisión de compra del catálogo Ésika en estudiantes de 20 a 30 años del Centro Técnico Productivo Privado Selene Norte, Los Olivos 2016.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**AUTORA**

MONTOYA MEJIA, KATHERINA

**ASESOR**

DR. SAAVEDRA GONZALEZ, RAFAEL

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Procesos de la Comunicación en la Sociedad Contemporánea

**LIMA – PERÚ**

**Año 2016**

Página del jurado

.....  
PRESIDENTE

Mg. Smith Corrales, César Augusto

.....  
SECRETARIO

Dr. Saavedra Gonzalez, Rafael

.....  
VOCAL

Dr. Mario Castillo, Hilario

A mi madre que ha sido mi apoyo incondicional durante todo este tiempo; por siempre haber estado cuando más la necesité y ser el cimiento que empuja mi crecimiento profesional. A mi hermanita menor por ser mi motivo más grande para salir adelante. También a mi padre por creer en mí, por darme palabras de aliento.

Agradezco a mi universidad por haberme formado con habilidades, virtudes y valores que hacen de mí un profesional correcto; asimismo le doy gracias a todas las personas que fueron partícipes de este proyecto, ya sea de manera directa o indirecta, porque con cada palabra de aliento ayudaron a no rendirme.

Agradezco a mis padres que fueron mi soporte a pesar de muchas caídas siempre estuvieron conmigo. A mi enamorado por su paciencia y por compartir cada paso que di en el desarrollo de mi tesis.

De igual manera a mis queridos formadores, en especial a mis asesores Rafael Saavedra Gonzales y César Augusto Smith Corrales, por ser ellos mis principales orientadores. Por ganarse mi lealtad y admiración.

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Katherina Montoya Mejia con DNI N° 48059695, 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 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, 01 de octubre del 2016

---

Katherina Montoya Mejia

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Mensaje publicitario y decisión de compra del catálogo Ésika en estudiantes de 20 a 30 años del Centro Técnico Productivo Privado Selene Norte, Los Olivos 2016”, 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.

Katherina Montoya Mejia.

## Índice

Página del jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>10</b>
1.1 Realidad problemática.....	10
1.2 Trabajos previos.....	11
1.3 Justificación del estudio.....	15
1.4 Marco teórico.....	16
1.5 Teorías relacionadas al tema.....	26
1.6 Formulación del problema.....	28
1.7 Objetivos.....	28
1.8 Hipótesis.....	29
<b>II. MÉTODO.....</b>	<b>30</b>
2.1 Diseño de investigación.....	30
2.2 Variables, operacionalización.....	31
2.3 Población.....	32
2.4 Muestra.....	32
2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	32
2.6 Métodos de análisis de datos.....	32
2.7 Aspectos éticos.....	32
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>33</b>
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>76</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>80</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>81</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>82</b>
<b>ANEXOS</b>	
✓ Instrumentos	
✓ Validación de los instrumentos	
✓ Matriz de consistencia	

## RESUMEN

En la presente investigación se planteó el siguiente problema: ¿Cuál es la relación entre el mensaje publicitario y la decisión de compra del catálogo impreso Ésika en estudiantes de 20 a 30 años del Instituto Modabell, Los Olivos 2016?. Asimismo se determinó el objetivo de identificar la relación que existe entre el mensaje publicitario y la decisión de compra del catálogo impreso Ésika en estudiantes de 20 a 30 años del Instituto Modabell, Los Olivos 2016. A partir de la técnica de encuestas, se ha realizado una recolección de datos cuantitativos siendo así el instrumento del cuestionario el que permitió mostrar los resultados. Con un factor de validación de 75% y confiabilidad de 0.75. Llegando a la conclusión que existe relación entre el mensaje publicitario y la decisión de compra del catálogo impreso Ésika en estudiantes de 20 a 30 años del Instituto Modabell, Los Olivos 2016.

**Palabras claves:** Mensaje publicitario, decisión de compra, catálogo.

## **ABSTRACT**

In the present investigation was raised the following problem: What is the relationship between the advertising message and the buying decision of the printed catalog *Ésika* in students from 20 to 30 years of the Institute Modabell, Olivos 2016?. It was also determined the objective of identify the relationship that exists between the advertising message and the buying decision of the printed catalog *Ésika* in students from 20 to 30 years of the Institute Modabell, Olivos 2016. From the technique of surveys, there has been a quantitative data collection so that the instrument of the questionnaire that allowed to show the results. With a factor of validation of 75% and reliability of 0.75. Coming to the conclusion that there is a relation between the advertising message and the buying decision of the printed catalog *Ésika* in students from 20 to 30 years of the Institute Modabell, Olivos 2016.

**Key words:** Advertising message, buying decision, catalog.