



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

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

**INFLUENCIA DEL ANUNCIO PUBLICITARIO DE RIPLEY  
“TEMPORADA DE REBAJAS” EN EL COMPORTAMIENTO DEL  
CONSUMIDOR EN LOS JÓVENES DE 18 A 25 AÑOS DE EDAD DEL  
INSTITUTO ITAE, DEL DISTRITO DE LOS OLIVOS, 2016.**

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

**AUTOR:**

**TICA CARRILLO, CLAUDIO ALEXANDER**

**ASESOR:**

**MG. ALFREDO CAUTIN**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA**

**LIMA - PERÚ**

**2016 - II**

PÁGINA DEL JURADO

---

Mg. Cesar Smith  
PRESIDENTE

---

Mg. Kerima Lopez  
SECRETARIO

---

Mg. Mariano Vargas  
VOCAL

A Dios, a mis padres, a mi abuelita Teresa  
por apoyarme y acompañarme en este  
camino y lograr hacer posible esta  
investigación.

Gracias a mis padres por siempre apoyarme en este camino  
y por los buenos consejos brindados, así como también  
a mi abuelita Teresa y a mi mejor amiga Rosalia  
quienes me motivaron, impulsaron y acompañaron  
a continuar y culminar este proceso.

### **Declaratoria de autenticidad**

Yo Claudio Alexander Tica Carrillo con DNI N° 46303310, 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, 2 de diciembre del 2016

---

**Claudio Alexander Tica Carrillo**

## **Presentación**

Señores miembros del jurado :

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada Influencia del anuncio publicitario de Ripley “Temporada de Rebajas” en el comportamiento del consumidor en los jóvenes de 18 a 25 años de edad ,del Instituto ITAE, del distrito de 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 Licenciatura de Ciencias de la Comunicación.

Claudio Alexander Tica Carrillo

## INDICE

Página del Jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Índice.....	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
<b>I INTRODUCCIÓN</b>	
1.1 Formulación del problema .....	19
1.1.1 Problema General.....	19
1.1.2 Problemas Específicos .....	19
1.2 Justificación .....	20
1.3 Hipótesis.....	23
1.3.1 Hipótesis General .....	23
1.3.2 Hipótesis Específica .....	24
1.4 Objetivos.....	25
1.4.1 Objetivo General.....	25
1.4.2 Objetivos Específicos .....	25
<b>II METODO</b>	
2.1 Diseño de Investigación.....	25
2.2 Variables,operacionalización .....	26
2.3 Población y muestra .....	27
2.3.1 Población.....	27
2.3.2 Muestra.....	27
2.4 Técnica e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	27
2.4.1 Técnica e instrumentos de recolección de datos .....	27

2.3.2	Validación y confiabilidad del instrumento .....	27
2.5	Metodos de análisis de datos .....	28
2.6	Aspectos éticos.....	28
III	RESULTADOS .....	29
IV	DISCUSIÓN .....	64
V	CONCLUSIONES.....	65
VI	RECOMENDACIONES .....	67
VII	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	68
	ANEXOS .....	71



## RESUMEN

En la presente investigación se planteó el siguiente problema general: ¿De qué manera influye el anuncio publicitario de Ripley “temporada de rebajas” en el comportamiento del consumidor de los jóvenes de 18 a 25 años de edad, del instituto ITAE, del distrito de los Olivos, 2016?,asimismo se determinó el siguiente objetivo general demostrar la influencia del anuncio publicitario de Ripley “temporada de rebajas” en el comportamiento del consumidor de los jóvenes de 18 a 25 años de edad ,del Instituto ITAE,2016. Se utilizó la prueba de coeficiente V de Aiken, Alfa de Cronbach y el chi cuadrado, el instrumento de la encuesta con un factor de validación de 98% y confiabilidad de 0.95. Se concluyó que el anuncio publicitario de Ripley “temporada de rebajas” si influye y hay un cambio en el comportamiento del consumidor por parte de los estudiantes . Esto se manifiesta ya que el 65% de los estudiantes encuestados creen que el anuncio publicitario si influye en la decisión de compra.

**Palabras clave:** Anuncio Publicitario y Comportamiento del Consumidor

## ABSTRACT

In the present investigation, the following general problem was raised: How does the Ripley commercial "sales season" influence consumer behavior among 18- to 25-year-old youth, the ITAE institute, Olivos, 2016?, Also determined the following general objective to demonstrate the influence of Ripley's commercial "season sales" on consumer behavior of 18- to 25-year-old youth, from the ITAE Institute, was used the test of Aiken's V coefficient, Cronbach's alpha and chi square, the survey instrument with a validation factor of 98% and reliability of 0.95. It was concluded that Ripley's commercial "sales season" does influence and there is a change in consumer behavior on the part of students. This is manifested as 65% of the students surveyed believe that the advertisement influences the purchase decision.

**Keywords:** Commercial and Consumer Behavior