



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

El mensaje publicitario del spot televisivo “Traductor Ladysoft-Frío” y su relación con los factores influyentes en la decisión de compra en las estudiantes del instituto Modabell, turno mañana, Los Olivos, 2016.

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

AUTORA

LEÓN HERNÁNDEZ, STEPHANI SHANTALL

ASESOR

Saavedra Gonzales, Rafael

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA - PERÚ

Año 2016

PÁGINA DEL JURADO

**Smith Corrales Cesar Augusto
(Presidente)**

**Cautín Alfredo
(Secretario)**

**Saavedra Gonzales Rafael
(Vocal)**

A mis asesores, a mi madre y
hermanos por todo su apoyo.

Declaración de Autenticidad

Yo Stephani Shantall León Hernández con DNI N° 77665827, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Arte y Diseño Gráfico, Arquitectura y Ciencias de la Comunicación, en la 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, 03 de Setiembre del 2016.

STEPHANI SHANTALL LEÓN HERNÁNDEZ

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

En cumplimiento del Reglamento de Grado y Título de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “El mensaje publicitario del spot televisivo “Traductor Ladysoft-Frío” y su relación con los factores influyentes en la decisión de compra en las estudiantes del Instituto Modabell, turno mañana, 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 Ciencias de la Comunicación.

Stephani Shantall León Hernández

ÍNDICE

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Declaratoria de autenticidad	iv
Presentación	v
Índice	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	10
1.1 Realidad problemática	11
1.2 Trabajos previos	12
1.3 Teorías relacionadas al tema	15
1.4 Formulación del problema	23
1.5 Justificación del estudio	24
1.6 Hipótesis	24
1.7 Objetivos	25
II. METODO	
2.1 Diseño de Investigación	26
2.2 Variables, Operacionalización	27
2.3 Población y muestra	29
2.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad	29
2.5 Métodos de análisis de datos	29
2.6 Aspectos éticos	30

III. RESULTADOS	31
IV. DISCUSIÓN	63
V. CONCLUSIÓN	67
VI. RECOMENDACIONES	69
VII. REFERENCIAS	70
ANEXOS	
Matriz de consistencia	73
Instrumento	75
V de Aiken	77
Alfa de Cronbach	78
Cargo de entrega	79
SPSS	80
Turnitin	81

RESUMEN

En la presente investigación se planteó el siguiente problema: “El mensaje publicitario del spot televisivo “Traductor Ladysoft-Frío” y su relación con los factores influyentes en la decisión de compra en las estudiantes del Instituto Modabell, turno mañana, Los Olivos, 2016”. Asimismo, se planteó el siguiente objetivo general: Identificar la relación que existe entre el mensaje publicitario del spot televisivo “Traductor Ladysoft-Frío” y la decisión de compra en las estudiantes del Instituto Modabell, turno mañana, Los Olivos, 2016. Se utilizó la técnica de recolección de datos y el instrumento encuesta con un factor de validación de 94% y confiabilidad de 0.99%. Llegando a la siguiente conclusión: **sí** existe relación entre el mensaje publicitario “Traductor Ladysoft-Frío” y los factores influyentes en la decisión de compra en las estudiantes del Instituto Modabell, turno mañana, Los Olivos, 2016.

Palabras clave: spot televisivo, mensaje publicitario, insight, persuasión, consumidor.

ABSTRACT

In the present investigation the following problem was identified to identify the relationship between the advertising message and the influential factors in the purchase decision, having as object of study the television spot "Ladysoft-Cold Translator" of the brand of hygienic towels Ladysoft, and having As a unit of analysis to the students of the Modabell Institute, tomorrow's shift, Los Olivos, 2016. The data collection technique and the survey instrument were used with a validation factor of 94% and reliability of 0.5. Coming to the following conclusion: there is a relationship between the advertising message "Ladysoft-Cold Translator" and the factors influencing the purchase decision in the students of the Modabell Institute, tomorrow's shift, Los Olivos, 2016.

Keywords: TV commercial, advertisement, insight, persuasion consumer.