



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

La percepción del mensaje publicitario “Quiérete” cyzone y su influencia en la decisión de compra de clientes entre 20 a 28 años, Los Olivos, 2018.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en ciencias de la comunicación

AUTOR

Mesones Vásquez, Melissa Nathaly

ASESOR

Mg. Smith Corrales, Cesar Augusto

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA – PERÚ

2018

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña)

*MELISSA NATHALY MESONES VÁSQUEZ*

cuyo título es: " *LA PERCEPCIÓN DEL MENSAJE PUBLICITARIO*

*"QUIENETE" CYRONE Y SU INFLUENCIA EN LA DECISIÓN DE*

*COMPRA DE CLIENTES ENTRE 20 A 28 AÑOS, LOS OLIVOS, 2018"*

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: *DOCE* (número) *DOCE* (letras).

Lima, *07* de diciembre de 2018.



*[Signature]*  
PRESIDENTE

*[Signature]*  
SECRETARIO

*[Signature]*  
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

### **Dedicatoria**

Esta tesis está dedicada a Dios y a mis padres quienes me han guiado por lo largo de mi vida y por darme las fuerzas para seguir adelante. A mis hermanos, en especial Irbin que siempre se amaneció conmigo. A mi Angiori por el ejemplo y el impulso a sobrellevar toda situación Gracias a mi persona especial por apoyarme en el desarrollo de este proyecto, Jhair. Por último, a Maria, gracias por ayudarme en este proyecto.

### **Agradecimiento**

Agradezco a Dios. Así como también a mi asesor de tesis por su apoyo.


## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Melissa Nathaly Mesones Vásquez con DNI N° 77439408, 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, 9 de Julio del 2018

  
-----  
**Melissa Nathaly Mesones Vásquez**  
77439408 .

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Percepción del mensaje publicitario “Quiérete” CyZone y su influencia en la decisión de compra de clientas entre 20 a 28 años, Santa Ana, 2018”, 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.

Melissa Nathaly Mesones Vásquez

## RESUMEN

La presente investigación titulada: Percepción del mensaje publicitario “Quiérete” y su influencia en la decisión de compra en clientes entre 20 a 28 años, Los Olivos, 2018, se realizó con el fin de investigar y demostrar la influencia existente de la percepción del mensaje publicitario en la decisión de compra a través del mensaje “Quiérete” que brinda la marca CyZone. Se tomó como muestra a 47 clientes mujeres de la urbanización Santa Ana del distrito de Los Olivos quienes fueron estudiadas en base a un cuestionario de 17 preguntas, instrumento empleado en esta investigación, que sirvió para recolectar las diferentes consideraciones en relación a las variables planteadas. La investigación está basada en un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada. Además, nivel correlacional causal y de diseño no experimental, transversal. Al realizar la tabulación de datos, y los procesos estadísticos pertinentes concluyó, mediante la prueba de regresión lineal, que la variable independiente influye en la variable dependiente, es decir; que existe una relación de causa y efecto significativa entre la percepción del mensaje publicitario en la decisión de compra, así mismo se le recomendó a la marca CyZone continuar con la elaboración de mensajes publicitarios tales como “Quiérete” o bien seguir desarrollándolo con la finalidad de para mantener la influencia en sus clientes y así se logre la adquisición de los productos CyZone.

**Palabras claves:** Percepción, mensaje publicitario, decisión de compra, Quiérete, CyZone.

## **ABSTRACT**

The present research entitled: Perception of the advertising message "Quiérete" and its influence on the decision to buy clients between 20 and 28 years old, Los olivos, 2018, was carried out in order to investigate and demonstrate the existing influence of the perception of the message advertising in the purchase decision through the message "Quiérete" that the CyZone brand offers. A sample was taken of 47 clients from the Santa Ana urbanization of the district of Los Olivos who were studied based on a questionnaire of 17 questions, an instrument used in this investigation, which served to collect the different considerations in relation to the variables proposed. The research is based on a quantitative approach, of applied type. Of causal correlational level and non-experimental, transversal design. When performing the tabulation of data, and the relevant statistical processes, it was concluded by means of the linear regression test that the independent variable influences the dependent variable, that is to say; that there is a significant cause and effect relationship between the perception of the advertising message in the purchase decision, likewise it was recommended to the CyZone brand to continue with the elaboration of advertising messages such as "Quiérete" or to continue developing it in the manner in which the one that does it, to maintain the influence in its clients and thus the acquisition of CyZone products is achieved.

**Keywords:** Perception, advertising message, purchase decision, Quiérete, CyZone



## ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN	
1.1.	Realidad Problemática.....	10
1.2.	Trabajos Previos.....	11
1.3.	Teorías relacionadas al tema.....	15
1.4.	Formulación del Problema.....	34
1.5.	Justificación del estudio.....	34
1.6.	Hipótesis.....	35
1.7.	Objetivos.....	36
II.	MÉTODO.....	36
2.1.	Diseño de investigación.....	36
2.2.	Variables, Operacionalización.....	37
2.3.	Población y muestra.....	40
2.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	41
2.5.	Métodos de análisis de datos.....	41
2.6.	Aspectos éticos.....	42
III.	RESULTADOS.....	43
IV.	DISCUSION.....	63
V.	CONCLUSIONES.....	67
VI.	RECOMENDACIONES.....	69
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	70
	ANEXOS.....	71