



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

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

**LA INFLUENCIA DEL PACKAGING DEL PRODUCTO
“WASSKA” EN LA DECISIÓN DE COMPRA EN LOS JÓVENES
DE 25-29 AÑOS QUE FRECUENTAN EL DISTRITO DE
BARRANCO, 2016**

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

Autora

LICAPA AGUILAR, SHAROL YALIVY

Asesor

Mg. ALFREDO CAUTIN MARTINEZ

Línea de Investigación

PROCESOS COMUNICATIVOS EN LA EDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA – PERÚ

Año 2016

PÁGINA DEL JURADO

**SMITH CORRALES CESAR
JURADO**

**ORBEGOZO CASTILLO KATHERINE
JURADO**

**UVIDIA PILLACA ELENISA
JURADO**

Dedico esta investigación a Dios y a mi padre. A Dios por sostenerme en cada paso que doy y a mi padre quien a lo largo de mi vida ha velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento.

AGRADECIMIENTO

Haber completado cada proceso de la tesis ha sido gracias a la perseverancia y fortaleza que Dios me dio cada mañana, el transcurso de este trabajo de investigación ha sido beneficioso y satisfactorio pues conté con la ayuda de varias personas, por ello agradezco también a Mario Horna, mi esposo, quien fue la primera persona en apoyarme tanto de forma metodológica como emocional.

Del mismo modo agradezco a David Licapa y Rosario Aguilar, mis padres, quienes son mi inspiración para permanecer en la búsqueda del mejoramiento profesional.

También agradezco a cada maestro que se esforzó en sus enseñanzas de los cuales aprendí mucho y ha sido un placer captar sus conocimientos. Y finalmente, pero no menos importante, agradecer a mi casa de estudios por haberme dado la oportunidad de prepararme y abrir nuevos horizontes en el ámbito profesional.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo **LICAPA AGUILAR, SHAROL YALIVY** con DNI N° **45549918**, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de la 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, 02 de

Diciembre del 2016

SHAROL YALIVY LICAPA AGUILAR
TESISTA

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “LA INFLUENCIA DEL PACKAGING DEL PRODUCTO WASSKA EN LA DECISIÓN DE COMPRA EN LOS JÓVENES DE 25-29 AÑOS QUE FRECUENTAN EL DISTRITO DE BARRANCO, 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.

La Autora

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO.....	II
DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DECLARACION DE AUTENTICIDAD.....	V
PRESENTACIÓN.....	VI

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Formulación del problema.....	20
1.1.1 Problema general.....	20
1.1.2 Problemas específicos.....	21
1.2 Objetivos.....	21
1.2.1 Objetivo general.....	21
1.2.2 Objetivos específicos.....	21
1.3 Hipótesis.....	22
1.3.1 Hipótesis general.....	22
1.3.2 Hipótesis nula.....	22
1.3.3 Hipótesis específicos.....	22

II. MÉTODO

2.1 Enfoque.....	24
2.2 Tipo de investigación.....	24
2.3 Nivel de investigación.....	24
2.4 Diseño metodológico.....	24
2.5 Variables, operacionalización.....	25
2.6 Población y muestra.....	26
2.6.1 Población.....	26
2.6.2 Muestra.....	26
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	27
2.8 Métodos de análisis de datos.....	27
2.9 Aspectos éticos.....	28

III. RESULTADOS

3.1 Tabla de resultados.....	29
3.2 Prueba de hipótesis	59
3.3 Prueba de hipótesis alternas.....	62

IV. DISCUSIÓN.....	72
---------------------------	-----------

V. CONCLUSIÓN.....	73
---------------------------	-----------

VI. RECOMENDACIONES.....	74
---------------------------------	-----------

VII. REFERENCIAS.....	75
------------------------------	-----------

ANEXOS

Matriz de consistencia.....	77
Tabla de variables y dimensiones.....	78
Validación de los instrumentos.....	80
Instrumentos.....	81
Porcentaje de similitud.....	82

RESUMEN

Esta investigación, parte en base a una realidad de nuestro país. Perú es un país donde se consume gran variedad de bebidas alcohólicas, y eso lo convierte en un mercado atractivo para invertir. Por lo cual, se planteó el siguiente problema; ¿De qué manera influye el packaging del producto “Wasska” en la decisión de compra en los jóvenes de 25-29 años que frecuentan el distrito de Barranco, 2016?. Del mismo modo, se determinó el siguiente objetivo; Determinar de qué manera influye el packaging del producto “Wasska” en la decisión de compra en los jóvenes de 25-29 años que frecuentan el distrito de Barranco, 2016. Para ello, se utilizó la técnica de encuesta, la cual permitió recopilar, procesar y examinar la información. Y el instrumento que se utilizó es el cuestionario, el cual constó de 26 enunciaciones. Con una validación de 85% y confiabilidad de 95%. Donde se llegó a la conclusión de que la hipótesis es positiva, si influye significativamente el packaging del producto “Wasska” en la decisión de compra en los jóvenes de 25-29 años que frecuentan el distrito de Barranco, 2016. Ya que, la gran parte de encuestados consideran que la forma del packaging es innovadora y afirman que no existe un producto similar a Wasska.

ABSTRACT

This research, based on a reality of our country. Peru is a country where a wide variety of alcoholic beverages are consumed, making it an attractive market to invest. Therefore, the following problem was raised; In what way does the packaging of the product "Wasska" affect the purchasing decision among the young people aged 25-29 who frequent the district of Barranco, 2016 ?. In the same way, the following objective was determined; To determine how the product packaging "Wasska" influences the purchasing decision among young people aged 25-29 who frequent the district of Barranco, 2016. For this, the survey technique was used, which allowed to collect, process And examine the information. And the instrument that was used is the questionnaire, which consisted of 26 statements. With a validation of 85% and reliability of 95%. Where it was concluded that the hypothesis is positive, if it influences significantly the packaging of the product "Wasska" in the decision of purchase in the young people of 25-29 years who frequent the district of Barranco, 2016. Since, the great Some respondents consider that the form of packaging is innovative and claim that there is no product similar to Wasska.