



FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
CARRERA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN Y
PUBLICIDAD

“INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL PROCESO DE
TOMA DE DECISIÓN DE VIAJE DE MUJERES VIAJERAS
MILLENNIALS LIMEÑAS”

Tesis para optar el título de:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

Presentado por:
PALOMA IRIS MACUTELA IBARRA: 0000-0002-9282-2057

Asesor:
MIGUEL ÁNGEL ANGULO GIRALDO: 0000-0002-5350-9228

Lima – Perú

2020

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Lima, 18 de setiembre de 2020.

Los integrantes del Jurado de tesis:

Presidente: Dr. Inés Ruiz Alvarado	<input type="checkbox"/>
Miembro: Mg. Ernesto Barraza Eléspuru	
Miembro: Mg. Sissy Delgado Pacheco	

Se reúnen para evaluar la tesis titulada: **INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL PROCESO DE TOMA DE DECISIÓN DE VIAJE DE MUJERES VIAJERAS MILLENNIALS LIMEÑAS**

Presentada por el estudiante/bachiller:
PALOMA IRIS MACUTELA IBARRA

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Comunicación y Publicidad

Asesorada por: **MIGUEL ANGEL ANGULO GIRALDO**

Luego de haber evaluado el informe final de tesis y evaluado el desempeño del estudiante de la carrera de Comunicación y Publicidad en la sustentación, concluyen de manera unánime (x) por mayoría simple () calificar a: Paloma Iris Macutela Ibarra

Tesis: PALOMA IRIS MACUTELA IBARRA			Nota (en letras): dieciséis
Aprobado ()	Aprobado - Muy buena (x)	Aprobado - Sobresaliente ()	Desaprobado ()

Los miembros del jurado firman en señal de conformidad.



Ph.D. Inés Ruiz
Presidente(a) del Jurado



Mg. Miguel Ángel Angulo Giraldo
Asesor



Mg. Ernesto Barraza
Miembro 1



Mg. Sissy Delgado Pacheco
Miembro 2

Dedicatoria

Todo el esfuerzo de este trabajo se lo dedico a mi mamá, por brindarme las herramientas necesarias para llegar a ser la mujer y profesional que soy, y por inculcarme un vicio muy bonito: viajar.

A Débora y a mi papá, por enseñarme el valor del empoderamiento y la fuerza que podemos hacer si actuamos en conjunto y con una sola meta, cuidarnos.

Agradecimientos

Especial agradecimiento a las mujeres viajeras que me ayudaron en esta bonita investigación, por la confianza y el cariño brindado, y por ayudarme a demostrar que somos una sola fuerza acá, allá, hoy y siempre.

Y a mi asesor, Miguel Ángel, por confiar en mi tema, ponerle el entusiasmo necesario y por hacer que me sienta acompañada profesionalmente en este hermoso y alocado proceso.

ÍNDICE GENERAL

COPIA DE ACTA DE SUSTENTACIÓN.....	1
ÍNDICE DE TABLAS:	
TABLA 1.....	34
ÍNDICE DE FIGURAS:	
FIGURA 1.....	20
RESUMEN / ABSTRACT / RESUMO.....	5
INTRODUCCIÓN.....	7
METODOLOGÍA.....	12
RESULTADOS.....	23
CONCLUSIONES.....	37
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	41
ANEXOS:	
EVIDENCIA DEL ENVÍO A REVISTA CIENTÍFICA.....	47
COPIA DE CARTA DE APROBACIÓN ACADÉMICA.....	48
COPIA DE DOCUMENTO DE APROBACIÓN DE COMITÉ DE ÉTICA.....	49
COPIA DE RESOLUCIÓN DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE TESIS.....	50
CONSENTIMIENTO INFORMADO.....	51
GUÍA DE PREGUNTAS.....	61
PLANNING DE TRABAJO.....	62

Resumen

Este artículo es un estudio de caso centrado en analizar la influencia que tienen las redes sociales en todo el proceso de toma de decisión de viaje de mujeres viajeras *millennials* limeñas, en 10 mujeres que cumplen con los filtros establecidos en esta investigación. Este artículo propone entender todos los factores que influyen sobre el grupo elegido y cómo este grupo interactúa en las redes sociales, además de conocer la relación que tiene el grupo objetivo con las plataformas de comunicación y qué factores son los que le generan confianza en el proceso de toma de decisión de viaje.

Palabras clave: mujeres; viajeras; redes sociales; toma de decisión.

Abstract

This article is a case study focused on analyzing the influence that social networks have on the entire travel decision making process of Lima *millennial* women travelers, in 10 women who meet the filters established in this research. This article proposes to understand all the factors that influence the chosen group and how this group interacts in social networks, in addition to knowing the relationship that the target group has with the communication platforms and what factors generate confidence in the process of travel decision making.

Key words: Women; Travelers; Social network; Decision making.