



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Product placement de programas televisivos y su efecto en la recordación de
marca en los jóvenes. Trujillo - año 2016**

**TESIS PARA OBTENER TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA

Beltrán Cabrejo, Stephanie Anais

ASESORA

Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing

TRUJILLO – PERÚ

2016

PÁGINA DEL JURADO

Flor Alicia, Calvanapón Alva.

Presidenta

Gustavo Adolfo, Ugarriza Cross.

Secretario

Luz Alicia, Baltodano Nontol.

Vocal

DEDICATORIA

A Dios, porque me ha guiado por un camino adecuado, por darme las suficientes ganas para salir adelante enfrentando a todas las adversidades. Por estar a punto de lograr mi mayor sueño.

A mi madre, Flor Cabrejo Delgado; por todo su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera, apostando todo por mí. Por su amor infinito, sus consejos y sus ganas de salir adelante.

A mi hermana, Irina Beltrán, Por su apoyo y porque a pesar de todo es alguien especial en mi vida.

A mi sobrina, Sofia Vargas; quien se ha convertido en la alegría de mi vida. Regalándome a diario su amor puro y sincero.

A mi enamorado; por sus consejos y apoyo constante. Por acompañarme en cada paso y en cada nueva experiencia que he tenido a lo largo de mi carrera.

A mi mejor amiga, Zaira Sánchez, que siempre me mostró su amistad sincera y juntas decidimos llegar hasta el final, siempre apoyándonos en cualquier circunstancia.

AGRADECIMIENTO

A mis tíos, por su apoyo moral y económico en distintos momentos, con el fin de poder culminar mi carrera con éxito.

A mi tutora, por su esfuerzo y dedicación, por sus conocimientos y orientaciones que han sido esenciales a lo largo del desarrollo de mi tesis. Por haberme dado la oportunidad de acudir a su capacidad y sobre todo por haber tenido toda la paciencia para guiarme en este arduo y significativo proceso.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Stephanie Anais Beltrán Cabrejo con DNI N° 71597000, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, 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.

Trujillo, Julio del 2016.

Stephanie Anais Beltrán Cabrejo

DNI. 71597000

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada Product placement de programas televisivos y su efecto en la recordación de marca en los jóvenes. Trujillo - año 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 Administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

La autora.

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
INTRODUCCIÓN.....	2
1.1 Realidad Problemática.....	2
1.2 Trabajos previos.	3
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	6
1.3.1 Product placement.....	6
1.3.2 Recordación de marca.....	11
1.4 Formulación del problema.....	15
1.5 Justificación del estudio.	15
1.6 Hipótesis.	16
1.7 Objetivos	16
1.7.1 Objetivo general.....	16
1.7.2 Objetivos específicos	16
II. MÉTODO.....	17
2.1 Tipo de investigación.....	18
2.2 Diseño de investigación	18
2.3 Variables, Operacionalización.....	18
2.3.1 Variables.....	18
2.4 Población y Muestra	21
2.4.1 Población:	21

2.4.2 Muestra:	21
2.4.3 Unidad de análisis	22
2.4.4 Fuente	22
2.4.5 Validez	22
2.4.6 Criterios de inclusión y exclusión	22
2.4.6.1 Inclusión	22
2.4.6.2 Exclusión	23
2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y conf.	23
2.5.1 Técnica:	23
2.5.2 Instrumento:	23
2.6 Métodos de análisis de datos	23
2.7 Aspectos Éticos	24
III. RESULTADOS	25
IV. DISCUSIÓN	78
V. CONCLUSIONES	81
VI. RECOMENDACIONES	83
VII. PROPUESTA	85
VIII. BIBLIOGRAFIA	85
IX. ANEXOS	89

RESUMEN

El presente estudio de investigación tiene como objetivo analizar el efecto que tiene el product placement de los programas televisivos en la recordación de marca en los jóvenes. Trujillo – Año 2016, de nivel de investigación descriptiva, de diseño no experimental de corte transversal, el cual para aplicar el análisis correspondiente, se utilizó una muestra de 384 jóvenes cuyas edades se encuentran entre 18 a 29 años de la provincia de Trujillo, se aplicó la técnica de la encuesta, instrumento el cuestionario, herramienta valiosa para lograrlos objetivos propuestos. Concluyendo que, el product placement tiene un efecto positivo en la recordación de marca en los jóvenes de Trujillo, con un porcentaje de 99%, ya que 382 jóvenes indicaron la marca que más recuerdan.

Palabras clave:

Integración, Product placement, Recordación de marca.

ABSTRACT

This research study aims to analyze the effect of product placement in television programs on brand awareness in young people. Trujillo - Year 2016 level descriptive, not experimental cross-sectional design, which to apply the corresponding analysis, a sample of 384 young people whose ages are between 18-29 years of the province of Trujillo was used, is he applied the technique of the survey, the survey instrument, valuable tool for achieving the objectives. Concluding that product placement has a positive effect on brand awareness in young people of Trujillo, with a percentage of 99%, as 382 young people indicated the brand most remembered.

Keywords:

Integration, Product placement, brand recall.