



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“RELACIÓN ENTRE LA IMAGEN DE MARCA Y LA ESTRATEGIA
PUBLICITARIA DE FIDELIZACIÓN A TRAVÉS DEL SPOT
TELEVISIVO “TESTIMONIO DE LOS TRABAJADORES”, CASO
GRUPO GLORIA, 2017”**

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

AUTORA:

NORIEGA CHÁVEZ, MARÍA GUADALUPE

ASESOR:

MG. ALFREDO ANTENOR CAUTÍN MARTÍNEZ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA EDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA- PERÚ

2017



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F07-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-05-2018
Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don

(a) Noviega Chavez Maria Guadalupe
cuyo título es: Relación entre la Smacon de María y la
estrategia de distribución de frutas del
spot televisivo "Testimonio de los Trabajadores", Caso
Grupo Gloria, 2017

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 16 (número)
Distinto (letras).

Trujillo (o Filial) 09 de Julio del 2018



Cecilia Brenner Galarza
PRESIDENTE

Cecilia Brenner Galarza

Obed Matías Cristóbal
SECRETARIO

Obed Matías Cristóbal

Elenisa Uvidia Pillaca
VOCAL

Elenisa Uvidia Pillaca



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Trujillo Aprobó	Vicerrectoría de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	-----------------	--------------------------------

Dedicatoria

Esta tesis está dedicada a Dios y hermano quienes me guían por el buen camino y por darme las fuerzas para seguir adelante. A mis padres que están en cada momento mostrándome su apoyo, confianza y motivación. Gracias por los recursos necesarios para estudiar y por darme la fuerza necesaria para no decaer en cada una de mis metas.

Agradecimiento

Agradezco a todas las madres de familia del centro de acopio de vaso de leche comité 044 A – Torre Blanca II en el distrito de Carabaylo que colaboraron en esta investigación, haciendo un agradecimiento especial a la coordinadora, la señora Sadith Flores Meléndez quien me dio todas las facilidades. Así como también a mi asesor de tesis por su apoyo.


DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo María Guadalupe Noriega Chávez con DNI N° 74612533, 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



María Guadalupe Noriega Chávez

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada” Relación entre la imagen de marca y el spot televisivo Testimonio de los trabajadores como parte de la estrategia publicitaria de fidelización, Caso Grupo Gloria, 2017”, 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.

María Guadalupe Noriega Chávez

Índice

PÁGINAS PRELIMINARES

PÁGINA DE JURADO	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	vi
PRESENTACIÓN	vii
ÍNDICE.....	viii
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1 Realidad Problemática.....	11
1.2 Trabajos Previos.....	12
1.3 Teorías Relacionadas al Tema	14
1.4 Formulación del Problema	35
1.4.1 Problema General.....	35
1.4.2 Problema Especifico	35
1.5 Justificación del estudio	36
1.6 Hipótesis	37
1.7 Objetivos	38
1.7.1 Objetivo General	38
1.7.2 Objetivo Específico	38
II. MÉTODO	39

2.1	Diseño de Investigación	39
2.2	Variables y Operacionalización	40
2.3	Población y Muestra	41
2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	43
2.5	Métodos de análisis de datos	44
2.6	Aspectos éticos	44
III.	RESULTADOS.....	44
3.1	Imagen de marca	45
3.2	Estrategia publicitaria de fidelización	55
3.3	Prueba de hipótesis	67
IV.	DISCUSIÓN	77
V.	CONCLUSIONES	81
VI.	RECOMENDACIONES	82
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	83
VIII.	ANEXOS.....	86

RESUMEN

La presente investigación titulada: Relación entre la imagen de marca y la estrategia publicitaria de fidelización a través del spot televisivo “Testimonio de los trabajadores”, caso grupo Gloria, 2017, se realizó con el fin de investigar y demostrar la relación existente entre la imagen de marca y la estrategia publicitaria de fidelización a través del spot anteriormente mencionado en el centro de acopio código 044 A – Torre Blanca II. Se tomó como muestra a 121 socias del centro de acopio de vaso de leche en el distrito de Carabayllo quienes fueron estudiadas en base a un cuestionario de 22 preguntas, instrumento empleado en esta investigación, que sirvió para recolectar las diferentes consideraciones en relación con las variables ya mencionadas. La investigación está basada en un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada. De nivel correlacional y de diseño no experimental, transversal. Al realizar la tabulación de datos, y los procesos estadísticos pertinentes se tuvo por conclusión mediante la prueba de chi cuadrado que las variables se encuentran relacionadas, es decir: que la relación existente entre la imagen de marca y la estrategia publicitaria de fidelización a través del spot televisivo “Testimonio de los trabajadores” en nuestra población estudiada es significativa, así mismo se le recomendó al grupo Gloria seguir creando spots apelando a los sentimientos con referencia a lanzamientos según su línea de productos para que la relación entre la marca y clientes no se pierda, ya que con la investigación estudiada se dice que los clientes se sienten satisfechos ya que Gloria siempre es diferencia entre el mercado ya sea por sus productos y su calidad.

Palabras claves: Imagen de marca, estrategia publicitaria de fidelización, spot televisivo, Testimonio de los trabajadores, Gloria.

ABSTRACT

This research entitled: Relationship between the brand image and the loyalty advertising strategy through the TV spot "Testimony of the workers", case group Gloria, 2017, was carried out in order to investigate and demonstrate the relationship between the image of brand and loyalty advertising strategy through the aforementioned spot in the collection center code 044 A - Torre Blanca II. A sample was taken of 121 members of the milk glass collection center in the district of Carabayllo who were studied based on a questionnaire of 22 questions, an instrument used in this research, which served to collect the different considerations regarding the variables already mentioned. The research is based on a quantitative approach, of applied type. Correlation level and non-experimental, transversal design. When tabulating data, and the relevant statistical processes, it was concluded by means of the chi-squared test that the variables are related, that is to say: that the existing relationship between the brand image and the loyalty advertising strategy through the TV spot "Testimony of the workers" in our studied population is significant, likewise the Gloria group was recommended to continue creating spots appealing to the sentiments with reference to launches according to its product line so that the relationship between the brand and customers is not lose, since with the studied research it is said that the clients feel satisfied since Gloria is always a difference between the market either for its products and its quality.

Key words: Brand image, loyalty advertising strategy, television spot, Testimony of workers, Gloria.