



**UNIVERSIDAD  
SEÑOR DE SIPÁN**

**FACULTAD DE HUMANIDADES**

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

**INFORME DE INVESTIGACIÓN:**

**PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING PROMOCIONAL PARA  
POSICIONAR LA CERVEZA BARENA EN EL PÚBLICO  
UNIVERSITARIO DE CHICLAYO 2011 ENTRE 18 A 25 AÑOS.**

**Para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la  
Comunicación**

**AUTOR:**

Christopher Jampier, Muro Santillán

**ASESOR:**

Cesar Manuel, Ventura Pinedo

**PIMENTEL, Septiembre del 2011**

## **RESUMEN:**

Investigación realizada para proponer un “Plan de Marketing Promocional para posicionar la cerveza Barena en el público universitario de Chiclayo 2011 entre 18 a 25 años”.

La marca de cerveza ya no se distribuía masivamente en Chiclayo sino sólo se hacía en la discoteca Rústica, por medio de activaciones con anfitrionas. El número de jóvenes universitarios en la región ascienden 15862 alumnos que a través de los criterios de inclusión y exclusión, solo se tomaron en cuenta para esta investigación a las universidades: USS, USAT, UDCH, UMB y UAP.

Es para ello, que en una primera instancia, se hizo un análisis del panorama cervecero a nivel local, nacional e internacional acerca de cómo se encuentra actualmente la marca de cerveza que se estudió en esta investigación. Se recabo dato importante para armar el marco teórico y conceptual de la investigación.

Posteriormente se elaboró el cuadro de variables, el cual consistió de dos tipos: El marketing promocional y el posicionamiento de la marca, el cual fue necesario para la elaboración de los instrumentos para aplicarlos a nuestro target de estudio.