



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

Código : 702-77-08-02-02
 Versión : 02
 Fecha : 23-03-2018
 Página : 1 de 1

Yo Castillo Melina, Junior Kevin identificado con DNI N° 70307077 egresado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, autorizo () No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Compara de publicidad por dirigidos a los estudiantes de educación y geografía del instituto Seneca" ^{para que se pueda consultar en línea los investigadores} en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

Juan de L.
 FIRMA

DNI: 70307077

FECHA: 21 de Diciembre del 2018



[Handwritten Signature]

[Handwritten Signature]



[Handwritten Signature]

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	[Handwritten Signature]	Trabaja	Investigador
---------	----------------------------	--------	-------------------------	---------	--------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“CAMPAÑA DE PUBLICIDAD SOCIAL, DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DE LAS CARRERAS DE EDIFICACIONES Y TOPOGRAFÍA DEL INSTITUTO SENCICO PARA PREVENIR LA XENOFOBIA HACIA LOS INMIGRANTES VENEZOLANOS”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR

CASTILLO MEDINA, JUNIOR KEVIN

ASESOR

Dra. Rosa Patricia Gálvez Carrillo

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Procesos relacionales y comunicacionales en la sociedad contemporánea.

TRUJILLO – PERÚ

2018



Dra. Rosa Patricia Gálvez Carillo

PRESIDENTE



Mg. Felipe Ríos Incio

SECRETARIO



Dr. Alfieri Díaz Arias

VOCAL

DEDICATORIA

Dedicado, en primer lugar, a mi padre, por su incesante deseo que sea siempre mejor y a mi madre, porque sin su esfuerzo, lucha y apoyo incondicional, nunca hubiese podido serlo.

A mi hermano, por guiarme y ser mi ejemplo desde pequeño y por último a mi novia Stheffany por ser siempre mi sostén y fuerza.

AGRADECIMIENTO

A mi directora de escuela, Dr. Sonia Alvarado Del Aguila, por depositar su fe en mí como estudiante y profesional. A mis asesores de tesis y jurados, ya que gracias a su profesionalismo y acertada dirección me supieron guiar a la hora de desarrollar el presente trabajo investigativo.

Al Instituto SENCICO, por brindarme sus instalaciones para realizar este proyecto.

A la Universidad César Vallejo, por su esfuerzo de formar de mí un profesional emprendedor, con valores, sentido humanista y científico; interesado en la transformación de la sociedad y mi comunidad.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Junior Kevin Castillo Medina con DNI N° 70307077, 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 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, Diciembre del 2018.

Castillo Medina, Junior Kevin

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada Campaña de publicidad social dirigida a los estudiantes de la carrera de edificaciones y topografía del instituto superior **Sencico** para prevenir la xenofobia hacia los inmigrantes venezolanos – 2018, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación

El autor.

ÍNDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Declaración de autenticidad.....	iv
Presentación.....	v
Índice.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	10
1.1.Realidad Problemática.....	10
1.2.Trabajos Previos.....	13
1.2.1.Nivel internacional.....	13
1.2.2. Nivel Nacional.....	15
1.2.3. Nivel Local.....	166
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	177
1.3.1. Publicidad.....	17
1.3.2. Campaña de publicidad Social.....	19
1.3.3. Prevención.....	27
1.3.4. Xenofobia.....	28
1.3.4. Teoría De Los Modelos Del Cambio De Comportamiento.....	33
1.4.Formulación del problema.....	33
1.5.Justificación del estudio.....	33
1.6.Hipótesis.....	35
1.7.Objetivo.....	35
II. MÉTODO.....	36
2.1. Diseño de investigación.....	36
2.1.1. Pre – experimental / Pres test – Post test.....	36
2.1.2. Nivel de estudio.....	36
III. RESULTADOS.....	44
VI. RECOMENDACIONES.....	64
IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	65
V.ANEXOS.....	68

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado, *Campaña de publicidad social dirigida a los estudiantes de las carreras de edificaciones y topografía del instituto Sencico para prevenir la xenofobia hacia los inmigrantes venezolanos*, tiene como objetivo general, determinar en qué medida una campaña de publicidad social dirigida a los estudiantes de las carreras de edificaciones y topografía del instituto superior “Sencico”, previene la xenofobia hacia los inmigrantes venezolanos. La investigación fue de carácter aplicativo, con un diseño pre experimental. Se seleccionó una muestra representativa de 118 personas, divididas entre las 2 carreras técnicas que se analizaban. Esta investigación se desarrolló utilizando el cuestionario como instrumento de recolección de datos, además del focus group; ambos fueron aplicados entre los estudiantes del instituto, el focus permitió conocer sus características básicas para la elaboración de la campaña publicitaria y el cuestionario su nivel de xenofobia antes y después del test. Por lo que se usó la prueba de T de Student para comparar resultados de la variable de prevención de xenofobia y así contrastar la hipótesis.

Concluyendo que la campaña de publicidad social previene de manera significativa en el nivel de xenofobia de los estudiantes de edificaciones y topografía del instituto superior “Sencico” hacia los inmigrantes venezolanos.

Palabras Claves: Campaña publicitaria, Publicidad Social, Xenofobia, Prevención.

ABSTRACT

The present work of investigation graduate, *Campaing of social advertising directed the students of the careers of buildings and topography of the institute Sencico to anticipate the xenophobia towards the Venezuelan immigrants*, has as general objective, determine in what measure a campaign of social advertising directed the students of the careers of buildings and topography of the top institute "Sencico", he prepares the xenophobia towards the Venezuelan immigrants. The investigation was of applicative character, with a design pre experimentally. There was selected a representative sample of 118 persons, divided between 2 technical careers who were analyzed. This investigation developed using the questionnaire as instrument of compilation of information, besides the focus group; both were applied between the students of the institute, to know his basic characteristics for the production of the advertising campaign and his level of xenophobia before and after the test. By what T de Student's test was used to compare results of the variable of xenophobia prevention and this way to confirm the hypothesis.

Concluding that the campaign of social advertising prepares in a significant way in the level of xenophobia of the students of buildings and topography of the top institute "Sencico" towards the Venezuelan immigrants.

Keywords: Advertising campaign, Social Advertising, Xenophobia, Prevention.