



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

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo Estefany Gionella Angulo Sánchez, identificado con DNI N° 73612829 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 "Campaña de publicidad social para mejorar el comportamiento respecto a prevención de accidentes de tránsito Victor Jara 2017"; 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:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

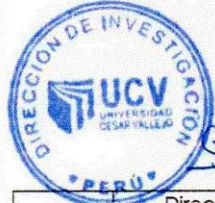
.....

.....

Estefany Angulo
FIRMA

DNI: 73612829

FECHA: 17 de julio del 2019



[Signature]



[Signature]

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD SOCIAL PARA MEJORAR EL NIVEL DE
CONOCIMIENTO RESPECTO A PREVENCIÓN DE ACCIDENTES DE
TRÁNSITO EN CONDUCTORES DE LA EMPRESA NUEVO CALIFORNIA,
VÍCTOR LARCO -2019

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

AUTOR:

Angulo Sánchez, Estefany (0000-0003-4496-1738)

ASESORES:

Mg. Raúl Víctor Rivero Ayllón (0000-0001-6323-921X)

Mg. Luis Daniel Oblitas Pinillos (0000-0002-3705-4200)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

Trujillo- Perú

2019

DEDICATORIA

A Dios

Por brindarme salud para hacer realidad mis sueños, además de su bondad e infinito amor.

A mis padres

Por su apoyo en todo momento, por enseñarme buenos valores y demostrarme que, con esfuerzo, todo se puede lograr. Pero, sobre todo, por su amor incondicional.

A mis hermanos

Por su compañía y cariño sincero, son mi mayor motivación.

A mi tía Virginia

Por sus innumerables consejos y por alentarme a seguir mis sueños.

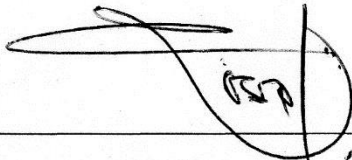
AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a mis docentes y asesores académicos por su apoyo y disposición durante el desarrollo de la presente investigación.

A la empresa Nuevo California, por permitirme desarrollar la siguiente investigación en su establecimiento y en conjunto con sus colaboradores.

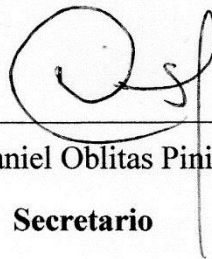
A mis amigos y familia, por su apoyo en todas las actividades que fueron parte de esta investigación.

PÁGINA DE JURADO

A handwritten signature in black ink, featuring a large, sweeping horizontal stroke that loops back and ends in a vertical line. The initials 'RA' are visible within the loop.

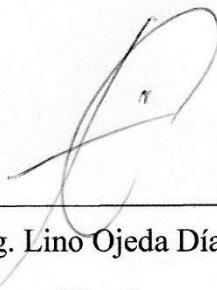
Mg. Raúl Rivero Ayllón

Presidente

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, circular loop followed by a vertical line that extends downwards.

Mg. Daniel Oblitas Pinillos

Secretario

A handwritten signature in black ink, featuring a large, circular loop with a vertical line extending downwards.

Mg. Lino Ojeda Díaz

Vocal

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Estefany Gianella Angulo Sánchez, con documento nacional de identidad N° 73612829, 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.

Trujillo, julio 2019

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 PARA MEJORAR EL NIVEL DE CONOCIMIENTO RESPECTO A PREVENCIÓN DE ACCIDENTES DE TRÁNSITO EN CONDUCTORES DE LA EMPRESA NUEVO CALIFORNIA, VICTOR LARCO-2019”**, la misma que someto a vuestra consideración y espero cumplir con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de **LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	1
AGRADECIMIENTO.....	3
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	5
PRESENTACIÓN.....	6
ÍNDICE.....	7
RESUMEN.....	8
ABSTRACT	9
I. INTRODUCCIÓN	10
1.1 Realidad problemática.....	10
1.2 Trabajos Previos.....	12
1.3 Teorías relacionadas al tema	15
1.4 Formulación del problema.....	33
1.5 Justificación del estudio.....	33
1.6 Hipótesis.....	33
1.7 Objetivos	34
II. MÉTODO	35
2.1 Diseño de Investigación	35
2.2 Variables, operacionalización	35
2.3 Población y muestra	38
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	39
2.5 Método de análisis de datos	40
2.6 Aspectos éticos.....	40
III. RESULTADOS	41
IV. DISCUSIÓN.....	47
V. CONCLUSIONES	52
VI. RECOMENDACIONES	54
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	55

RESUMEN

La tesis titulada “Campaña de publicidad social para mejorar el nivel de conocimiento respecto a prevención de accidentes de tránsito en conductores de la empresa Nuevo California, Víctor Larco – 2019” se basa principalmente en la realización de una campaña de publicidad social, la cual incluye la creación de contenido informativo difundido en diferentes medios de comunicación con el objetivo de mejorar el nivel de conocimiento de los conductores de la empresa Nuevo California sobre la prevención de accidentes de tránsito. La investigación fue de tipo pre experimental, con un diseño de pre y post test, para lo cual se aplicó como instrumento de medición, una prueba objetiva, la cual consistió en siete preguntas actitudinales, dieciocho preguntas múltiples acerca de prevención de accidentes de tránsito y tres preguntas abiertas sobre preferencias comunicacionales. La población de estudio estuvo conformada por 200 conductores en total, sin embargo, la muestra final fue de 75.

Asimismo, para el procesamiento de los datos, se utilizó herramientas estadísticas tales como el programa Spss 22 para sintetizar y ordenar los datos obtenidos del pre y post test, llegando a la conclusión que una campaña de publicidad social para mejorar el nivel de conocimiento de los conductores de la empresa Nuevo California es eficaz ya que si logra un efecto significativo en el proceso de su aprendizaje de nuevos conocimientos, y se comprobó mediante la aplicación de la D de Cohen en los resultados del pre y post test, generando como resultado final, un efecto de 0.84, lo cual se considera casi perfecta.

Palabras claves: publicidad social, prevención, accidentes de tránsito.

ABSTRACT

The thesis entitled "Social advertising campaign to improve the level of knowledge on the prevention of traffic accidents in drivers of the company Nueva California, Víctor Larco - 2019" is based mainly on the realization of a social advertising campaign, which includes the creation of informative content disseminated in different media with the aim of improving the level of knowledge of the drivers of the New California company on the prevention of traffic accidents. The research was of a pre-experimental type, with a pre- and post-test design, for which it is applied as an instrument of measurement, an objective test, which consists of seven attitudinal questions, eighteen multiple questions about the prevention of traffic accidents. and three open questions about communication preferences. The study population consisted of 200 drivers in total, however, the final sample was 75.

Likewise, for the processing of the data, the tools for the analysis of data and to determine the results of the tests before and after the conclusion of a social advertising campaign can be used to improve the level of knowledge of the drivers of the New California company is effective since a significant effect is achieved in the learning process of new knowledge, and is verified by the application of the Cohen D in the results of pre and post test, generating as a final result, an effect of 0.84 , which is considered almost perfect.

Keywords: social advertising, prevention, traffic accidents