



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

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 07
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo MARIA PAZ CASTILLO ALZA....., identificado con DNI N° 46058799,
egresado de la Escuela Profesional de CC. CC..... de la
Universidad César Vallejo, autorizo () , No autorizo () la divulgación y
comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado
"COMPANIA DE PUBLICIDAD SOCIAL PARA PREVENIR EL CANCER DE CUELLO UTERINO,
GENERADO POR VPH. I.E C. VALLEJO", 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:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

FIRMA

DNI: 46058799

FECHA: 19 de 07 del 2019.



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



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Campaña de publicidad social para prevenir el cáncer de cuello uterino, generado por el Virus de Papiloma Humano (VPH), en los escolares de la I.E. César A. Vallejo de la provincia de Santiago de Chuco, La Libertad, 2019.

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

AUTORA

María Paz Castillo Alza

(<https://orcid.org/0000-0002-3978-2287>)

ASESOR

Mg. Raúl Víctor Rivero Ayllón

(<https://orcid.org/0000-0001-6323-921X>)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO HUMANO

TRUJILLO - PERÚ

2019

Dedicatoria

Agradecer a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas.

A mi padre por su apoyo incondicional,

A mi hija Luciana por iluminar mi vida y darme la fortaleza para seguir adelante.

A LMVC, mi vida, por ser el ingrediente esencial que coadyuvó en el logro de esta meta, queriendo siempre lo mejor para mí.

Agradecimiento


A los docentes que me inculcaron los conocimientos necesarios para culminar con éxito mi carrera universitaria, por su paciencia y dedicación durante la impartición de sus enseñanzas.

A los alumnos y docentes del colegio César A. Vallejo de Santiago de Chuco, por su tiempo, por su paciencia y porque sin su valiosa presencia y participación, no hubiese sido posible realizar el presente estudio de investigación.

Página de Jurado

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rivero', is written over a horizontal line.

Mg. Raúl Víctor Rivero Ayllón
Presidente

A handwritten signature in black ink is written over a horizontal line.

Dr. Alfieri Díaz Arias
Secretario

A handwritten signature in black ink is written over a horizontal line.

M.Sc. Erick Aquino Montoro
Vocal

Declaratoria de Autenticidad

Yo Castillo Alza, María Paz, 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.

Asimismo, 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, junio del 2019.



Castillo Alza, María Paz

Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	¡Error! Marcador no definido.
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Resumen	viii
Abstract.....	ix
I. Introducción	10
II. Método	33
2.1. Tipo y diseño de investigación	33
2.2. Operacionalización de variables	37
2.3. Población, muestra y muestreo	39
2.3.1. Población.....	39
2.3.2. Muestra.....	39
2.3.3. Muestreo.....	39
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	40
2.4.1. Técnica:	40
2.4.2. Instrumentos	40
2.5. Procedimiento	41
2.6. Método de análisis de datos	41
2.7. Aspectos éticos	42
III. Resultados.....	43
IV. Discusión	50
V. Conclusiones.....	56
VI. Recomendaciones.....	57

Referencias	58
Anexos	59
Anexo 1: Campaña de publicidad social	59
Anexo 2: Afiche utilizado por el Ministerio de Salud en el Hospital César Vallejo de Santiago de Chuco.	64
Anexo 3: Instrumentos de recolección de datos	65
Anexo 4: Calificación de la encuesta	60
Anexo 5: Validación por criterio de jueces del instrumento	61
Anexo 6: Anexo Evidencias fotográficas	64

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo desarrollar una campaña de publicidad social para prevenir el cáncer de cuello uterino generado por Virus de Papiloma Humano (VPH), en los escolares de la I.E. César A. Vallejo de la provincia de Santiago de Chuco, La Libertad, 2019. Para tales fines se utilizó una investigación cuantitativa de tipo experimental, cuyo diseño fue cuasi experimental con un solo grupo control, a quienes se les aplicó un pre y post test. La campaña de publicidad tuvo como herramientas a la infografía, así como también a charlas informativas. La población estuvo conformada por 753 escolares de 1° a 5° de secundaria de la I.E. César A. Vallejo de la provincia de Santiago de Chuco, de los cuales se seleccionó como muestra a 255 estudiantes, a través de un muestreo probabilístico aleatorio simple. El instrumento aplicado constó de una encuesta destinada a medir el nivel de conocimiento sobre la prevención del cáncer de cuello uterino generado por el VPH. Los resultados del pre test respecto al conocimiento el agente causal del cáncer de cuello uterino, el 51% de los escolares poseen un conocimiento adecuado del agente causal del cáncer de cuello uterino, mientras que el 49% de los escolares poseen un conocimiento inadecuado. Asimismo, el 18% de los escolares obtuvieron un conocimiento adecuado de la prevención del virus del papiloma humano, mientras que el 82% obtuvo un conocimiento inadecuado. En el post test, respecto al conocimiento el agente causal del cáncer de cuello uterino, el 76% alcanzó un nivel adecuado, mientras que el 24% obtuvo un nivel inadecuado. Asimismo, respecto al conocimiento de la prevención del VPH, el 73% obtuvo un nivel adecuado, mientras que el 27% obtuvo un nivel adecuado. Finalmente se concluyó mediante la prueba de Wilcoxon que la comparación de las medias, en el pre test tiene una media de 4.4 y una media de 7.8 en el post test, lo cual indica que la campaña de publicidad social aplicada a es efectiva para prevenir el cáncer de cuello uterino generado por el virus de papiloma humano (VPH).

Palabras clave: Campaña de publicidad social, cáncer de cuello uterino, virus de papiloma humano.

Abstract

The objective of this study was to develop a social advertising campaign to prevent cervical cancer due to Human Papilloma Virus (HPV), in schoolchildren of the I.E. César A. Vallejo from the province of Santiago de Chuco, La Libertad, 2019. For the purposes of quantitative research of the experimental type, the control of a single control group, to which a post and post test is applied. The advertising campaign took place as tools for infographics, as well as informative talks. The population consisted of 753 school children from 1st to 5th grade of the I.E. high school. César A. Vallejo from the province of Santiago de Chuco, of which 255 students are selected as a sample, through a simple random probabilistic sampling. The instrument applied was based on a survey to measure the level of knowledge about the prevention of uterine cancer by HPV. The results of the preliminary examination The causal knowledge of cervical cancer, 51% of students cervical cancer performance, 49% of the study results. Likewise, 18% of school children obtained an adequate knowledge of the prevention of human papilloma virus, while 82% obtained inadequate knowledge. In the subsequent test, the report on the causative agent of uterine cancer, 76% was obtained an adequate level, while 24% was obtained an inadequate level. Likewise, 73% obtained an adequate level, while 27% obtained an adequate level. Finally, it was concluded with the Wilcoxon test that the comparison of the media in the previous test has an average of 4.4 and an average of 7.8 in the subsequent test, which indicates that the social advertising campaign is an effective application to prevent cervical cancer generated by the human papillomavirus (HPV).

Key words: Social advertising campaign, cervical cancer, human papillomavirus.