



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**TESIS**

PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LA POBLACIÓN FRENTE AL  
MARKETING SOCIAL REALIZADO POR LA MICRO RED DE SALUD LA  
ESPERANZA PARA PREVENIR EL DENGUE Y FIEBRE CHIKUNGUNYA  
- 2016

**AUTORA:**

LOZANO VÁSQUEZ NOELIA ELIZABETH

**ASESORA:**

DRA. KARINN JACQUELIN CHÁVEZ DÍAZ

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

**Trujillo – Perú**

**2016**

## **JURADO EVALUADOR**

---

Presidenta:

Dra. Karinn Jacquelin Chávez Díaz

---

Vocal:

Mg. Giovanna Maryurith Beltrán Peláez

---

Secretario:

Mg. Felipe Anderson Ríos Incio

## **DEDICATORIA**

Con amor infinito, dedico la presente tesis a toda mi familia, especialmente a mi abuelita Rosa Luján Mercado quien en vida me apoyo y hoy desde el cielo me seguirá guiando y protegiendo al igual que mi bisabuelita Dalila Mercado Guevara, así también a mis hermosos padres, hermanos, abuelita Mindita y mi linda sobrina Fernanda.

## **AGRADECIMIENTO**

A través de este escrito quiero agradecer en primera instancia a Dios por bendecirme cada día y darme la fuerza necesaria para levantarme frente a las adversidades que puedan presentarse en mi diario vivir, así también por permitirme llegar a esta meta de poder graduarme y ser profesional.

Este logro ha sido posible gracias al apoyo incondicional de mis padres Elizabeth Noemí Vásquez Luján y Mario Lozano Rivera quienes confiaron en mí en todo momento esforzándose con el único objetivo de verme realizada como persona y profesional, a ellos todo mi respeto, admiración y amor incondicional.

A mis hermanos por ser mis más claros ejemplos de lucha constante pese a las limitaciones, ellos supieron impartir en mí ese deseo de superación que he venido poniendo en práctica junto con los valores enseñados en casa.

Agradezco a todas aquellas personas que me brindaron su apoyo, ya que gracias a ellas se hizo posible la realización de esta labor investigativa, en especial a la profesora María de los Ángeles, quien de manera muy amable siempre estuvo pendiente aportándome sus conocimientos.

Muchas gracias a todos.

## **DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD**

Por la presente investigación, yo, Noelia Elizabeth Lozano Vásquez con DNI N° 47049560, estudiante de la Facultad y Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada César Vallejo, habiendo elaborado la tesis denominada: Percepciones y actitudes de la población frente al marketing social realizado por la micro red de salud la esperanza para prevenir el dengue y fiebre chikungunya - 2016; con la finalidad de obtener el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, otorgado por la Universidad César Vallejo, declaro bajo juramento que toda información plasmada en el presente trabajo es veraz y de mi autoría, dejando en claro que se citó a autores con el procedimiento correspondiente.

De ese modo asumo la responsabilidad que corresponda ante la presencia de plagio, falsedad, ocultamiento u omisión tanto de documentos como de información aportada, para lo cual me someto a toda norma establecida por la universidad.

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del jurado: Cumpliendo con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, pongo a su disposición el presente informe de investigación denominado: Percepciones y actitudes de la población frente al marketing social realizado por la micro red de salud la esperanza para prevenir el dengue y fiebre chikungunya - 2016, con la finalidad de obtener el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación. El estudio presentado es de tipo descriptivo, cuantitativo, el mismo que se orientó a describir las percepciones y actitudes de la población frente al Marketing social que realiza La Micro red de Salud la Esperanza para la prevención de enfermedades epidemiológicas como el dengue y la fiebre chikungunya

Para cumplir con los objetivos planteados, se empleó un instrumento cuantitativo que permitió el buen desarrollo del mismo. Consciente del trabajo y esfuerzo empleado en el desarrollo de esta investigación, dejo claro que el trabajo no está libre de errores u omisiones involuntarias.

Alcanzo a ustedes toda la información recopilada en este informe, la cual requiere ser evaluada como estudio investigativo.

## ÍNDICE

JURADO EVALUADOR.....	II
DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	V
PRESENTACIÓN.....	VI
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT.....	X
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Realidad Problemática.....</b>	<b>2</b>
<b>1.2. Trabajos previos.....</b>	<b>6</b>
<b>1.3. Teorías relacionadas al tema.....</b>	<b>9</b>
<b>1.3.1. Percepción.....</b>	<b>10</b>
<b>1.3.2. Actitudes:.....</b>	<b>16</b>
<b>1.3.3. El Marketing Social.....</b>	<b>19</b>
<b>1.3.4. Educación y comunicación en salud.....</b>	<b>21</b>
<b>1.3.5. Actitud de la población frente a la educación y salud.....</b>	<b>22</b>
<b>1.3.6. Comunicación en salud.....</b>	<b>22</b>
<b>1.4. Formulación del problema.....</b>	<b>23</b>
<b>1.5. Justificación del estudio.....</b>	<b>23</b>
<b>1.6. Hipótesis.....</b>	<b>24</b>
<b>1.7. Objetivos:.....</b>	<b>24</b>
<b>II. METODO.....</b>	<b>26</b>
<b>2.1. Diseño de investigación.....</b>	<b>27</b>
<b>2.2. Variables y operacionalización de variables.....</b>	<b>28</b>
<b>2.3. Población y muestra.....</b>	<b>30</b>
<b>2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....</b>	<b>32</b>
<b>2.5. Métodos de análisis de datos.....</b>	<b>32</b>
<b>2.6. Aspectos éticos.....</b>	<b>33</b>
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>34</b>
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>55</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>65</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>67</b>
<b>VIII. Referencias.....</b>	<b>69</b>

<b>ANEXOS</b> .....	74
<b>Plan de Comunicación</b> .....	75

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación desarrolla temas de mucha importancia y relevancia social, básicamente se buscó conocer las percepciones y actitudes de una población vulnerable de un determinado sector frente al Marketing social que realiza la Micro red de Salud del Distrito de la Esperanza para prevenir enfermedades epidemiológicas como el dengue y fiebre chikungunya, ante ello se plantearon objetivos para describir tanto sus percepciones y sus actitudes para que se esa manera se pueda saber qué es lo que la población captó de las campañas sociales que se realizaron a fin de saber si los mensajes de prevención que se mostraron sirvieron o no para ponerlos en práctica en la vida cotidiana o simplemente pasaron por desapercibido.

Así también de desarrollan temas importantes como la educación en salud, Marketing Social y la comunicación en salud, temas de mucho interés que se relación entre sí por sus mismos intereses que es lograr una buena masificación del mensaje a fin de que se cambien los comportamientos de las personas y estas tomen posturas positivas de mejora en su vida cotidiana.

Finalmente luego de responder los objetivos se realizó la propuesta de un plan de comunicaciones buscando que su puesta en práctica mejore las percepciones y actitudes de la población frente al Marketing social que viene realizando la Micro red de salud en beneficio de la población del sector Jerusalén del distrito de la Esperanza.

Palabras clave: Marketing social, comunicación en salud, cambio de actitudes

## **ABSTRACT**

The present work of research develops themes of much importance and relevance social, basically is sought know their perceptions and attitudes of a population vulnerable of a determined sector facing the Marketing social that performs it Micro network of health of the District of it hope to prevent diseases epidemiological as the dengue and fever chikungunya, before this is raised objectives to describe both their perceptions and their attitudes to is that way is can know what is what the population captured social campaigns that were carried out in order to know if prevention messages that were served or not to put them into practice in life everyday or just passed by unnoticed. Well as develop important issues such as education in health, Social Marketing and health communication, topics of great interest that is unrelated by similar interests which is to achieve a good mass of the message to change the behaviour of people and they take positive positions of improvement in their daily lives. Finally after respond them objectives is performed it proposed of a plan of communications looking for that your put in practice improve them perceptions and attitudes of the population facing the Marketing social that comes performing it Micro network of health in benefit of the population of the sector Jerusalem of the District of the hope.

Keywords: Marketing Social, communication in health, changing attitudes