

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTEGRADA DE MARKETING PARA MITIGAR LA
CONTAMINACIÓN ACÚSTICA EN LA CIUDAD DE TRUJILLO**

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

**AUTORAS: Br. Lourdes Jackeline Delgado Bracamonte
Br. Liliana Elizabeth Hinostroza Campos**

ASESORA: Dra. Karla Celi Arévalo

TRUJILLO – PERÚ

2014

DEDICATORIA

Este trabajo realizado con esfuerzo por varios meses, está dedicado a nuestros padres, quienes con su apoyo impulsaron a seguir nuestras metas; también nuestros profesores, quienes con su dedicación y enseñanza desde el primer ciclo de nuestra facultad nos formaron y apoyaron para que esta tesis pueda realizarse.

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por darme sabiduría. A mi madre por su amor y apoyo incondicional a lo largo de mi carrera. A mi pequeña hija Eunice mi fiel compañera de tesis. A mi esposo por su comprensión y amor.

Agradezco a mi asesora, Dra. Karla J. Celi Arévalo, por compartirme sus conocimientos y dedicar parte de su tiempo a realizar este logro.

Liliana E. Hinostroza Campos

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por cuidarme y guiarme en esta etapa de mi vida. A mis padres, por su cariño, ejemplo y apoyo incondicional. A mi hermano que a pesar de la distancia mantiene los consejos y a mi abuela que es parte de mi vida. Los quiero mucho.

Lourdes J. Delgado Bracamonte

INDICE

1.1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	01
1.1.1. Antecedentes	02
1.1.2. Justificación	07
1.2 El problema	07
1.2.1 Situación ideal	07
1.2.2. Situación real	08
1.2.2.1. Delimitación del problema	08
1.2.2.2. Enunciado	11
1.3. Hipótesis	12
1.4. Objetivos	12
1.4.1. General.....	12
1.4.2. Específicos.....	12
2. MARCO TEORICO	
2.1. COMUNICACIONES INTEGRADAS DE MARKETING	13
2.1.1. Definición	13
2.1.2. Comunicación y programas de CIM	14
2.1.3. Un plan de Comunicación Integral de marketing.....	15
2.2. NATURALEZA Y FUNCIONES DE LAS HERRAMIENTAS DE LAS COMUNICACIONES INTEGRADAS DE MARKETING (CIM).....	16
2.2.1 Publicidad	16
2.2.2 El brief (resumen) creativo	17
2.2.3. Promoción de venta	20
2.2.4. Herramientas de las relaciones públicas	21
2.2.5. Ventas personales	22
2.2.6. El proceso de ventas personales	23
2.2.7. Marketing directo	25

3.1. CONTAMINACION ACÚSTICA	28
3.1.1. Definición	28
3.1.2. Contaminación sonora: sonido y ruido	29
3.2. MEDICIÓN DEL RUIDO	29
3.2.1. Causas	32
3.2.2. Consecuencia	32
3.2.2.1. Efectos auditivos	33
3.4.2. Efectos no auditivos	33
III. INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS	38
3.1. Instrumento	38
3.2. Procedimientos	39
3.2.1 Población muestral	40
3.2.2. Muestra	42
3.2.3. Variables	46
3.2.4. Diseño	46
3.2.5. Tratamiento estadístico	47
IV. RESULTADOS	48
V. INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN	108
VI. CONCLUSIONES	127
VII. RECOMENDACIÓN	129
7.1. Árbol de problemas	130
7.2. Árbol de objetivos	131
7.3. Lineamientos estratégicos	132
7.4. Marco lógico	133
7.5 Plan de Comunicaciones	137

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	157
---	-----

ANEXOS

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tiene como objetivo proponer estrategias de comunicación integrada de marketing para mitigar la contaminación acústica en la ciudad de Trujillo. Para ello, se utilizó la investigación mixta: cualitativa- cuantitativa teniendo como instrumento la encuesta (CAP), entrevista, focus group; el público involucrado son conductores y cobradores del transporte público urbano, la aplicación de la encuesta se realizó según el público, para los conductores 39 preguntas; para los cobradores 22 preguntas. Estas fueron recogidas en paraderos de acuerdo a la modalidad de transporte urbano público.

A través de los resultados hallados la mayoría de los conductores usan inadecuadamente el claxon, desconocen de la contaminación acústica, practican malos hábitos saludables al conducir, omitiendo normas y ordenanzas municipales. Por otro lado las campañas ejecutadas en contra del ruido no han tenido el efecto de recordación, la información no llega de manera uniforme debido a la escasa cobertura de las campañas en las zonas de mayor ruido.

Para ello un plan de actividades comunicativas a seguir aportaría en mitigar la contaminación acústica, orientándose de manera holística e integral de sus estrategias.

ABSTRACT

The present research work was to propose strategies of integrated marketing communications to mitigate noise pollution in the city of Trujillo. For this, joint research was used: qualitative and quantitative taking an instrument survey (CAP), interview, focus group, the groups involved are drivers and conductors of urban public transport, the implementation of the survey was conducted according to the public to drivers 39 questions, 22 questions for collectors. These were collected at bus stops according to mode of urban transport

Through the results it was possible to show that most drivers use their horns inappropriately, know about noise pollution and standards, bylaws, have bad health habits.

The results allow to assert that give, to propose a plan of integrated marketing communications to mitigate noise pollution in the city of Trujillo

It has also formulated guidelines to improve outreach to mitigate noise pollution, with a holistic and comprehensive guidance of their strategies.