



**EL IMPACTO DE LA
PUBLICIDAD BTL DE
PANELES CARRETEROS EN
LOS CONDUCTORES QUE
TRANSITAN LA
PANAMERICANA SUR
DESDE EL PEAJE DE
CONCHÁN EN EL AÑO
2018.**



PROBLEMA

El impacto de la publicidad BTL de paneles carreteros en los conductores que transitan la Panamericana Sur desde el peaje de Conchán en el año 2018



OBJETIVO GENERAL

Aumentar el conocimiento y concientización sobre la problemática dada en las publicidades BTL con respecto a los conductores de la Panamericana Sur.



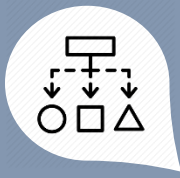
OBJETIVO ESPECÍFICOS

- A. Se define que la publicidad BTL se dirige a un público local que cumple con una interacción directa e influencia además del rechazo que causan las grandes vallas publicitarias.
- B. Determina la importancia del comercio cuando influye emocionalmente para así poder mantenerse en la atención del consumidor repetitivamente y no solo momentáneamente.
- C. Describir la relación entre el receptor y la publicidad a partir de la conexión que crean con diferentes recursos (humor, cultura, contemporaneidad)
- D. Define los tipos de atención que se tienen durante la conducción y cuanto esta se ve afectada por su entorno.



SUPUESTO GENERAL

Se puede deducir que el impacto de la publicidad BTL de paneles carreteros en los conductores que transitan la Panamericana Sur desde el peaje de Conchán en el año 2018 causa distracción exponiendo a las personas a diversos posibles accidentes ya que las empresas solo lo hacen con el fin de incrementar sus ventas o de sacar al mercado sus productos y/o servicios.



METODOLOGÍA

Investigación básica.

Enfoque cualitativo.

Método inductivo.

Observación no participante sistemática.

INSTRUMENTOS:

Entrevista.



MATRICES

CONSISTENCIA

PROBLEMA GENERAL QUE ATENDERÁ LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	SUPUESTO GENERAL	CATEGORÍAS DE INVESTIGACIÓN	METODOLOGIA
<p>El impacto de la publicidad BTL de paneles carreteros en los conductores que transitan la Panamericana Sur desde el peaje de Conchán en el año 2018</p>	<p>Aumentar el conocimiento y concientización sobre la problemática dada en las publicidades BTL con respecto a los conductores de la Panamericana Sur.</p>	<p>Se puede deducir que el impacto de la publicidad BTL de paneles carreteros en los conductores que transitan la Panamericana Sur desde el peaje de Conchán en el año 2018 causa distracción exponiendo a las personas a diversos posibles accidentes ya que las empresas solo lo hacen con el fin de incrementar sus ventas o de sacar al mercado sus productos y/o servicios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Chong (2009) Promoción de ventas - Gavin (2011) Publicidad de guerrilla. - Josefa (2014) Distracciones al volante - Borrini (2006) Publicidad, diseño y empresa - Bergtröm (2009) Técnicas esenciales de comunicación visual. - Jordá y Abellán (2013) Publicidad de impacto - Williams (2010) La Nueva Publicidad: Las Mejores Campañas 	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN: Básica (X) Aplicada ()</p> <p>MÉTODO Y TÉCNICAS: Enfoque cualitativo, método inductivo. Observación no participante sistemática. Entrevista.</p>
PROBLEMAS ESPECÍFICOS QUE ATENDERÁ LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	SUPUESTOS ESPECÍFICOS		
<p>X1. Rechazo por parte de la municipalidad y agencias publicitarias para brindarnos información. X2. Desconocimiento de la publicidad BTL en la carretera de la Panamericana Sur. X3. Información "errónea" o "tergiversada" en la entrevista por experto, por parte del mismo para proteger su agencia o trabajo.</p>	<p>A. Se define que la publicidad btl se dirige a un público local que cumple con una interacción directa e influencia además del rechazo que causan las grandes vallas publicitarias. B. Determina la importancia del comercio cuando influye emocionalmente para así poder mantenerse en la atención del consumidor repetitivamente y no solo momentáneamente. C. Describir la relación entre el receptor y la publicidad a partir de la conexión que crean con diferentes recursos (humor, cultura, contemporaneidad) D. Define los tipos de atención que se tienen durante la conducción y cuanto esta se ve afectada por su entorno.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -La publicidad BTL puede lograr su objetivo de promocionar el producto y/o mensaje mostrado. -Las ventas de la empresa que coloca la publicidad BTL puede aumentar su conocimiento y ventas. -El conductor se puede distraer al ver una publicidad de gran tamaño en su viaje 		

CATEGORIZACIÓN

OBJETIVO GENERAL: Aumentar el conocimiento y concientización sobre la problemática dada en las publicidades BTL con respecto a los conductores de la Panamericana Sur.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CATEGORIAS	SUB CATEGORIAS	UNIDAD DE ANALISIS
Se define que la publicidad btl se dirige a un público local que cumple con una interacción directa e influencia además del rechazo que causan las grandes vallas publicitarias.	Publicidad BETL	Publicidad de ambiente Vallas publicitarias	Gavin (2011) Borrini (2006) Williams (2010)
Determina la importancia del comercio cuando influye emocionalmente para así poder mantenerse en la atención del consumidor repetitivamente y no solo momentáneamente.	Impacto de la Publicidad BTL	El consumidor Publicidad Urbana Publicidad de Impacto	Anna Jordá y Miquel Abellán (2013)
C.Describir la relación entre el receptor y la publicidad a partir de la conexión que crean con diferentes recursos (humor, cultura, contemporaneidad)	De la publicidad a ala comunicación	Publicidad Contemporánea	Chong (2009) Bo Bergtröm (2009)
D. Define los tipos de atención que se tienen durante la conducción y cuanto esta se ve afectada por su entorno.	Accidentes por factor humano	Distracciones al Volante	Josefa (2014)