



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO  
GRÁFICO EMPRESARIAL**

Campaña gráfica de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer Sandoval, San Martín de Porres, 2023.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**  
Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

**AUTORA:**

Paredes Cabel, Katherine Stefanny ([orcid.org/0000-0001-8765-3255](https://orcid.org/0000-0001-8765-3255))

**ASESORA:**

Dra. Vasquez Tomas, Melba Rita ([orcid.org/0000-0002-2573-804X](https://orcid.org/0000-0002-2573-804X))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Arte Visual y Sociedad: Investigación de Mercados en el ámbito de la Comunicación Gráfica, Imagen Corporativa y Diseño del Producto.

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Enfoque de género, inclusión social y diversidad cultural

LIMA - PERÚ

2023

## **Dedicatoria**

Mi investigación la dedico primeramente a Dios por guiarme, a mis padres por impulsarme a lograr mis sueños, a mi familia por darme ese amor tan puro y a mis amistades por el apoyo constante.

### **Agradecimiento**

A mi primer amor, mi madre quien es la persona que siempre creyó en mi y supo buscar la manera de que yo tenga las herramientas necesarias para ser una gran profesional.

Me agradezco a mí misma, por jamás haberme rendido ante las adversidades de la vida y seguir dando todo por cumplir mis sueños.

A mi asesora quien con tanto amor y dedicación me guío en este camino de investigación, a mis profesores de la UCV por haberme formado en estos 5 años de estudio para ser una gran Diseñadora.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL**

**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, PAREDES CABEL KATHERINE STEFANNY estudiante de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Campaña gráfica de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer Sandoval, San Martín de Porres, 2023.", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
KATHERINE STEFANNY PAREDES CABEL <b>DNI:</b> 75186957 <b>ORCID:</b> 0000-0001-8765-3255	Firmado electrónicamente por: KPAREDESCA el 17- 07-2023 21:56:37

Código documento Trilce: TRI - 0597716





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL**

**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, VASQUEZ TOMAS MELBA RITA, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Campaña gráfica de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer Sandoval, San Martín de Porres, 2023.", cuyo autor es PAREDES CABEL KATHERINE STEFANNY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 14.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 17 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
VASQUEZ TOMAS MELBA RITA <b>DNI:</b> 09495221 <b>ORCID:</b> 0000-0002-2573-804X	Firmado electrónicamente por: MVASQUEZT25 el 17-07-2023 21:41:26

Código documento Trilce: TRI - 0597715



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos .....	iii
Índice de tablas .....	vii
Índice de figuras .....	viii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	5
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	12
3.2. Variables y Operacionalización .....	13
3.3. Población, Muestra y Muestreo.....	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	16
3.5. Procedimientos .....	18
3.6. Método de análisis de datos.....	19
3.7. Aspectos éticos .....	19
IV. RESULTADOS .....	21
V. DISCUSIÓN.....	31
VI. CONCLUSIONES.....	35
VII. RECOMENDACIONES .....	37
REFERENCIAS.....	38
ANEXOS .....	43

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Identificación de las variables.....	13
Tabla 2. Ficha técnica .....	17
Tabla 3. Lista de especialistas para la evaluación del instrumento .....	18
Tabla 4. Estadística de confiabilidad .....	18
Tabla 5. Nivel de intervención en el comportamiento según la aplicación del programa “Aprendemos a convivir” en estudiantes del colegio coronel Juan Valer Sandoval. ....	21
Tabla 6. Nivel de intervención en el comportamiento según la aplicación del programa “Aprendemos a convivir” en estudiantes del colegio coronel Juan Valer Sandoval. ....	23
Tabla 7. Nivel de intervención en el comportamiento según la aplicación del programa “Aprendemos a convivir” en estudiantes del colegio coronel Juan Valer Sandoval. ....	24
Tabla 8. Prueba de Normalidad.....	26
Tabla 9. Prueba de hipótesis general .....	35
Tabla 10. Prueba de hipótesis específica .....	36
Tabla 11. Prueba de hipótesis específica .....	37
Tabla 12. Prueba de hipótesis específica .....	38
Tabla 13. Prueba de hipótesis específica .....	38

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Nivel de intervención en el comportamiento según la aplicación del programa “Aprendemos a convivir” .....	22
Figura 2. Nivel de intervención en el comportamiento según la aplicación del programa “Aprendemos a convivir” .....	23
Figura 3. Nivel de intervención en el comportamiento según la aplicación del programa “Aprendemos a convivir” .....	25



## Resumen

Esta tesis cuyo título es “Campaña gráfica de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer Sandoval, San Martín de Porres, 2023” surgió debido a la necesidad de buscar alternativas visuales que funcionen como un aporte de reflexión ante el problema de la convivencia escolar. El objetivo general fue identificar la influencia de la campaña gráfica en la mejora de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023. Esta investigación presentó un enfoque cuantitativo, el diseño es cuasiexperimental y tipo aplicada. La muestra tuvo como participantes a 116 estudiantes, los cuales fueron subdividido en grupo control y experimental. La técnica empleada fue una lista de cotejo con escala dicotómica, tras el análisis se alcanzó una confiabilidad de 0,888. Siguiendo con el análisis inferencial de los resultados se obtuvo el nivel de Sig. Asintótica bilateral de 0,000, siendo aceptable para poder corroborar la hipótesis general de la investigación. Por ende, se concluye que la campaña gráfica tuvo una influencia positiva en la mejora de la convivencia escolar para los estudiantes del colegio.

**Palabras clave:** Piezas gráficas, creatividad, mensaje, convivencia escolar, campaña gráfica.

### **Abstract**

This thesis whose title is "Graphic campaign of school coexistence in students of the Juan Valer Sandoval school, San Martín de Porres, 2023" arose due to the need to seek visual alternatives that work as a contribution to reflection on the problem of school coexistence. The general objective was to identify the influence of the graphic campaign on the improvement of school coexistence in students of the Juan Valer school, San Martín de Porres 2023. This research presented a quantitative approach, the design is quasi-experimental and applied type. The sample had 116 students as participants, who were subdivided into a control and experimental group. The technique used was a checklist with a dichotomous scale, after the analysis a reliability of 0.888 was reached. Continuing with the inferential analysis of the results, the bilateral Asymptotic Sig level of 0.000 was obtained, being acceptable to be able to corroborate the general hypothesis of the investigation. Therefore, it is concluded that the graphic campaign had a positive influence on the improvement of school life for school students.

**Keywords:** Graphic pieces, creativity, message, school coexistence, graphic cam

## I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial las campañas gráficas aportan mucho valor no solo a un enfoque comercial, si no también sirven para capacitar y aportar acerca de algún problema social. Es así que en la actualidad son varias empresas de distintos rubros que apuestan por una campaña gráfica para generar una venta o concientización, implementando así estrategias que favorezcan a su elaboración y causen impactos positivos en los consumidores o espectadores. Existen distintos tipos de campañas, pero en esta investigación se abordó la de concientización y prevención dirigido a un público escolar, puesto que hoy en día existen problemas en la convivencia escolar dentro del aula por parte de algunos estudiantes e inclusive los maestros.

Son varios los países que reportaron índices altos de malas conductas en estudiantes, según la UNESCO (2021) afirmó que existen alrededor de 100 millones de niños que fueron víctimas de violencia física y psicológica en sus escuelas, lo cual afecta la integridad y dignidad de la persona, puesto que estaría siendo vulnerada en sus derechos como ser humano, por ello la UNICEF (2018) indicó que estos conflictos siguen perjudicando el futuro de varios infantes.

La escuela, además de ser un segundo hogar para los estudiantes, también es considerada como un sitio que instruye, educa y brinda conocimiento a los estudiantes. Su misión y visión es formar la personalidad social o colectiva de sus miembros que la conforman, en los últimos años se ha reflejado como el alza de violencia escolar afecta a millones de estudiantes, generando así problemas de autoestima y depresión trayendo consigo consecuencias irreparables, ocasionada por los conflictos internos y externos de una institución. Es ahí donde ingresa el recurso gráfico para aprender a concientizar desde las bases publicitarias, generando así productos que logren impactar la realidad conflictiva escolar y transformarla en un área de bien común que se centre en el buen trato.

Con respecto a la campaña gráfica es importante conocer sus fundamentos y estrategias para elegir los elementos correctos y puedan ser

reflejados en el público elegido, en este caso niños del nivel primaria, al cual se les brindará la campaña. Para Vargas (2021) los elementos gráficos cumplen una función fundamental en la connotación del mensaje visual en una campaña gráfica. Además, como esta campaña está dirigida a un sector infantil es necesario fijar el uso de una paleta de color como elemento denotativo para llegar a transmitir el objetivo del mensaje sobre la mejora en la convivencia escolar, mostrando en ellos esta realidad problemática que debe parar.

En el Perú, el MINEDU (2018) tiene la responsabilidad de ser partícipes en el crecimiento de una sociedad educativa que se centre en los aspectos pacíficos, inclusivos y democráticos, que a su vez promuevan el respeto hacia los derechos humanos. Es así que el Decreto Supremo N.º 004-2018 y las condiciones que lo avalan, buscan procurar y cuidar la integridad física y mental de los menores ante cualquier situación de violencia ya sea en el hogar, escuela y comunidad.

En el país, los problemas de conducta abundan cada día, ello representa un reto diario para los docentes, puesto que ocasiona un impacto negativo en el desarrollo de aprendizaje y enseñanza dentro las escuelas, es así que junto con el Minedu se propuso la estrategia gráfica, implementando así una vez al año campañas de concientización, teniendo como objetivo principal el buen trato, el cual consta de una serie de estrategias representado a través de flyers y pasacalles para difundir el mensaje.

A nivel local, en el distrito de San Martín de Porres, hubieron varios casos de alumnos violentados por sus mismos compañeros, lo cual es una problemática alarmante para una sociedad que busca generar conciencia acerca del buen trato, es así como en la Institución Educativa coronel Juan Valer Sandoval situada en el distrito ya mencionado, atiende a 350 estudiantes de los niveles inicial y primaria, donde se ha podido evidenciar que, bajo la crianza del alumno, algunos de ellos presentan una mala actitud frente a la hora de acatar las normas de convivencia, por ello se tomó la decisión de implementar una campaña gráfica de concientización elaborando materiales visuales para presentarlo al alumnado Valeriano y generar un impacto positivo.

Por ello fue importante destacar el valor y la aceptación que tuvo la implementación de la campaña gráfica en los estudiantes de la institución, pues tomó un rol comunicativo para difundir una problemática que busca ser solucionada con el medio visual y estratégico para llegar así a la reflexión del alumnado y presenciar mejoras dentro de la institución.

Por su parte Guzmán (2021) habló sobre la importancia de la campaña gráfica en la implementación de gráficos junto al uso de figuras retóricas para hacerlo un poco más creativo y que a su vez transmita un mensaje relacionado al tema y así poder ser un punto clave dentro de una comunicación gráfica.

En esta investigación se determinó como pregunta general, ¿Cuál es la influencia de la campaña gráfica en la mejora de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023? Así mismo entre los problemas específicos tenemos ¿Cuál es la influencia de la campaña gráfica en la mejora de las conductas en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023?, ¿Cuál es la influencia de la campaña gráfica en el fortalecimiento de los valores en los estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023? y ¿Cuál es la influencia de la campaña gráfica en las normas de convivencia en los estudiantes del colegio Valer, San Martín de Porres 2023?

En tal razón se planteó como objetivo general Determinar la influencia de la campaña gráfica en la mejora de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023. Y de los cuales los objetivos específicos son los siguientes, Determinar influencia de la campaña gráfica en la mejora de las conductas en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023, Determinar la influencia de la campaña gráfica en el fortalecimiento en los valores de los estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023 y Determinar la influencia de la campaña gráfica en las normas de convivencia en los estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.

En la justificación teórica, esta investigación dio a conocer los resultados de la influencia de una campaña gráfica como recurso visual en la mejora la convivencia en un colegio en específico. Según Penas (2017) mencionó que la

campaña gráfica consta de un conjunto de estrategias publicitarias y el correcto manejo de distintos componentes para obtener una respuesta frente algún tema en específico. Por otro lado, para la variable convivencia escolar, Arón (2017) indicó que es un factor indispensable para poder generar una excelente calidad en la educación de los estudiantes.

En la justificación metodológica se optó por un enfoque cuantitativo, con diseño cuasiexperimental y de nivel descriptivo, puesto que se tuvo 2 grupos, uno que será el control y el otro el experimental al cual se aplicó un instrumento para evaluar los resultados de nuestra investigación.

Este estudio en la base práctica se justificó por la importancia que tendrá esta campaña gráfica de lograr poner un alto al índice de violencia escolar que hoy en día muchos niños sufren en sus escuelas a causa de la discriminación, el bullying y maltrato psicológico ya sea ocasionado por sus maestros o por sus propios compañeros de aula, lo cual a consecuencia de ello suceden hechos lamentables tanto suicidios o atentados hacia un compañero, es por ello que ante esta urgencia de prevención se decide fomentar la campaña del buen trato en las escuelas.

La justificación social se encuentra relacionada a la reflexión sobre el comportamiento de los estudiantes, brindando materiales como recurso visual donde se evidencia ciertos valores que los docentes desean reforzar para llevar un encuentro sano dentro de sus aulas.

La hipótesis general de este estudio fue: La campaña gráfica influye en la mejora de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023. Mientras que las hipótesis específicas son las siguientes: (a) La campaña gráfica influye en la mejora de las conductas en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023. (b) La campaña gráfica influye en el fortalecimiento de los valores en los estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023. (c) La campaña gráfica influye en las normas de convivencia en los estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.

## **II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1. Nacionales**

En esta parte se dará a conocer las investigaciones nacionales que presentan un acercamiento con las variables del estudio presentado.

Justiniano (2019) en su tesis analizó la influencia de los contenidos visuales en la motivación de la lectoescritura en estudiantes del departamento de Huánuco. Su estudio fue cuantitativo, con diseño cuasiexperimental. Formando así 2 grupos, los cuales el Grupo control estuvo conformado por veinte participantes y el experimental por veinticinco. Para la obtención de datos usó la guía de observación, obteniendo un nivel de Sig. de 0,000. Concluyendo que su diseño empleado logró generar la fomentación de la formación en la lectura desde niños.

Mendoza (2021) en su indagación tuvo como intención verificar el nivel de influencia que tuvo su campaña gráfica ante la problemática de igualdad de género. Es así como el autor emplea un enfoque cuantitativo de diseño experimental con tipo aplicada para desarrollar dicho proyecto, en la selección de su muestra obtuvo la participación de 108 alumnos, dividiendo en 2 grupos la muestra teniendo el grupo control con 24 estudiantes y el grupo experimental con 84 estudiantes para evaluar los resultados. Para el instrumento hizo uso de un cuestionario cuyas preguntas fueron medidas por la escala de Likert, en base a la confiabilidad del instrumento se obtuvo 1,000 de resultado, siendo así muy confiable para aplicarlo a su muestra. A lo cual como conclusión obtuvo que la campaña gráfica influye en el tema social para mejorar la igualdad de género en la población.

Bautista (2021) en su estudio analizó acerca de la conexión que tiene una campaña gráfica frente a la problemática de la contaminación visual y concientización ocasionada por los comerciantes. Para ello utilizó un enfoque cuantitativo de diseño experimental, teniendo, así como muestra general a 108 vendedores los cuales fueron escogidos al azar. Con respecto a la obtención de los datos aplicó un cuestionario constituido con 14 ítems enfocados en base a la

escala politómica de Likert. A lo cual obtuvo como resultado final que hay una conexión entre la campaña sobre el ruido visual y la concientización de los comerciantes ilegales, teniendo como conclusión que la campaña publicitaria fue muy influyente en el cambio de la perspectiva ambiental.

Honores (2022) analizó el impacto sobre una campaña gráfica acerca de la adopción responsable de animales de una clínica veterinaria. Fue una investigación de enfoque cuantitativo de diseño cuasiexperimental, teniendo así una muestra conformada por 92 personas que son los clientes de la veterinaria, las cuales fueron divididas en 2 grupos de 46, ya a unos se les aplicaría el pre y post test. El instrumento que utilizó para esta investigación fue una encuesta digital creada en el Google forms para tener mejor alcance con la audiencia. En base a los resultados finales llegó que el grupo control indicó que estaban en 35% que la campaña resultaría, mientras que el grupo control un 59%. Por ello su conclusión es que la campaña gráfica sí influyó en la tenencia responsable sobre el cuidado de las mascotas.

Villanueva (2022) indagó acerca del impacto de una campaña gráfica ante el reciclaje en los niños del distrito de Comas. La investigación fue de enfoque cuantitativo, diseño cuasiexperimental y tipo aplicada. Como muestra tuvo a 200 estudiantes, dividiéndolos en grupos control y experimental. Su técnica empleada fue una encuesta de 10 ítems. Con respecto a los resultados su hipótesis fue reafirmada, con un valor de Sig. 0.000. Concluyendo así que la campaña aportó positivamente en la reflexión de los estudiantes frente al problema ambiental de la falta de conciencia frente al reciclaje.

Torres y Tuesta (2022) analizaron acerca de las actividades gráficas en la influencia de la convivencia escolar en niños de Yurimaguas. Su investigación fue de enfoque cuantitativo y diseño preexperimental. Para su recolección de datos lo realizaron a través de una lista de cotejo donde identificaron el comportamiento de los estudiantes en base al análisis del recurso gráfico. Teniendo como resultado del post test en la sig. Asintótica bilateral un 0,000 aceptando la hipótesis de su investigación, por tal razón concluyeron que las imágenes presentadas a los estudiantes tuvieron una gran influencia en sus actitudes frente a la resolución de conflictos en el aula.



### **2.1.2. Internacionales**

En el ámbito internacional se presentan las siguientes investigaciones relaciones a la campaña gráfica y sus derivados.

Atabek et al. (2020) en su investigación tuvieron como objetivo implementar elementos gráficos dentro una campaña comunicativa sobre la lucha contra la adicción. Usando un enfoque mixto de diseño experimental. Su muestra fue integrada por 403 madres. Con respecto a la recolección de datos optaron por la encuesta y a su vez un cuestionario compuesto por 33 preguntas. En sus resultados mostraron que, tras tener 2 grupos; el control y el experimental, los niveles de percepción por las mujeres cambiaban por los factores sociales y demográficos. Así mismo, concluyeron que las madres cumplen un rol importante en la investigación dada, y la implementación gráfica obtuvo un resultado factible en el cambio de perspectiva sobre la lucha de la adicción.

Salazar (2019) en su investigación analizó acerca de las campañas lúdicas para lograr disminuir la violencia en el departamento de Quito. Para su metodología implementó un enfoque cuantitativo, de diseño cuasiexperimental de tipo aplicado. Usó el método no probabilístico para la elección de su muestra, es decir fue un muestreo por conveniencia, donde ingresaron 120 estudiantes que fueron divididos en grupos para realizar dicha evaluación. Para el análisis realizó un pre tes y post test a los estudiantes para que pueda evaluar los efectos de la violencia, concluyendo que la campaña lúdica, desde el medio de la educomunicación, aportó una gran influencia en la disminución de la violencia entre personas de un plantel educativo.

Cuji y Chicai (2021) realizaron una investigación cuyo principal objetivo fue validar la influencia de una campaña gráfica en el posicionamiento de una empresa, para lo cual usaron un enfoque cuantitativo con un diseño experimental puesto que habría la manipulación de una variable para determinar si influye o no. Para la obtención de su muestra utilizaron una fórmula la cual tuvo como población final a 137 personas a quienes se les aplicaría la encuesta. De acuerdo a lo obtenido en su procesamiento tuvieron como resultado que la empresa relacionada no poseía un buen posicionamiento de marca por ello en sus

recomendaciones manifestaron la necesidad de generar estrategias viables para futuros proyectos.

Pazmiño (2019) realizó una campaña dirigida a la prevención del maltrato infantil en el país de Ecuador, teniendo una muestra de 80 estudiantes. Su estudio fue un diseño cuasi experimental y nivel descriptivo. Para la recopilación de datos aplicó encuestas a los padres, y realizó entrevistas a los profesores sobre el comportamiento de los niños. Para la obtención de datos usó a la encuesta por lo cual logró determinar que muchas veces los maltratos vienen desde el hogar, teniendo así un resultado favorable a su campaña puesto que logró concientizar tanto a padres y estudiantes sobre la importancia de ciertas normas fuera y dentro de la escuela.

Con los antecedentes nacionales e internacionales presentados, se procedió a buscar más investigaciones sobre las bases teóricas de las variables a usar en esta investigación. El presente proyecto de tesis está conformado por dos variables, una dependiente y la otra independiente, las cuales son muy importantes identificar para el desarrollo de esta investigación, una de ellas es la campaña gráfica, en ella se buscará su definición conceptual y así mismo usar a las palabras claves para la búsqueda de referencias, puesto que es importante conocer las estrategias y elementos que la conforman para que logre ser exitosa. Por otro lado, tenemos la variable la segunda variable que es la dependiente la cual es convivencia escolar, donde también será definida y así mismo indagar sobre los componentes que la conforman para tomar referencias al momento de la elaboración gráfica.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Campaña gráfica**

Para la definición acerca de la campaña gráfica, Penas (2017) señala que la campaña gráfica consta de un conjunto de estrategias publicitarias y el correcto manejo de distintos componentes para obtener una respuesta frente algún tema en específico, así mismo podemos decir que es una combinación entre imágenes y textos que buscan transmitir ideas e información a un público general, y producir efectos de compra y concientización.

Por su parte, Ancin (2018) nos dice que una campaña gráfica va de la mano con el esfuerzo puesto por una empresa para aumentar el reconocimiento ya sea de su producto o del servicio ofrecido y de ser una campaña de concientización debe prevalecer su mensaje. Mientras que Roslan y Che Din (2020) indican que la campaña gráfica es una combinación entre imágenes y una comunicación visual para transmitir ideas, información a un público general, en ella buscan producir efectos de compras o un sentido de concientización.

Muhammad y Swasty (2017) explican que las campañas se pueden definir como un método de solución ante un problema, lo cual se debe dar durante un período teniendo en cuenta a la comunicación gráfica. Es así que se puede indicar que el recurso gráfico está presto para poder concientizar acerca de algún tema social, político y también como una estrategia de prevención para ser utilizada como una herramienta visual. Así mismo, Tomba et al. (2020) resaltan el aporte de las campañas a la concientización de problemas sociales, por ello la publicidad utilizada debe transmitir actitudes y valores para así ser un referente ante la sociedad.

Con respecto a los elementos y componentes de una campaña gráfica, Bamber (2020) nos habla acerca del proceso de gráfico que se debe tomar en cuenta al momento de empezar a diseñar. Por ello es importante definir el enfoque u objetivo que se quiere llevar a cabo, además de incluir la opinión pública de los clientes ya que principalmente esta persuasión en la campaña será para llegar nuevamente a ellos.

Para Vargas (2021) los elementos gráficos cumplen un rol importante en la connotación del mensaje visual de una campaña gráfica. Además de ello, el uso de una paleta de color como elemento denotativo llega a transmitir permanencia hacia la identidad de una marca. Por otro lado, Chambers et al. (2020) no hablan sobre el uso de los mensajes y el eslogan son mencionados como algo importante para los consumidores al momento de identificar propósito de una campaña gráfica. Ante ello, Ebigbagha et al. (2016) recalcan que un elemento básico para hacer una campaña debe contener mensajes basados hacia el comportamiento de una audiencia, entonces como tal se convierte en una clave para alcanzar el objetivo deseado.

Guzmán (2021) nos dice que en una campaña gráfica se puede implementar en los gráficos el uso de figuras retóricas para hacerlo un poco más creativo y que a su vez transmita un mensaje relacionado al tema y así poder ser un punto clave dentro de una comunicación gráfica.

Con respecto a las estrategias, Rodríguez (2018) nos dice que harán que el consumidor se sienta conectado con la campaña gráfica y pueda posicionar a su marca o servicio como la favorita. Mientras que Cumpa y Lucero (2020) mencionan que dentro de la estrategia gráfica se tiene 2 elementos primordiales, el primero sería el diseño del contenido o también el mensaje principal y finalmente la correcta decisión sobre los medios a usar.

Acerca de la influencia y eficacia de la campaña gráfica tenemos a Salinas, Orozco y Mejía (2021) que nos hablan sobre el éxito de una campaña se puede medir a través de la interacción por redes sociales, además es necesario generar ideas de retroalimentación que involucren continuar con el mensaje final. Puesto que es importante idear planes y medios para que la difusión sea rentable y así mismo cumpla con su objetivo trazado. Mientras que Calderón y Estrada (2021) indican que la campaña se considerará eficaz siempre y cuando haya cumplido con los objetivos por la cual fue diseñada y ello va de la mano con el mensaje que desea proyectar.

### **2.2.2. Convivencia escolar**

Sobre la segunda variable de este estudio tenemos a la convivencia escolar, por ello se hablará acerca de su definición conceptual.

Para Arón (2017) nos comenta que la convivencia escolar será importante para el desarrollo comunicativo del alumnado debido al impacto que tendrá en su vida al momento de integrarse con los demás niños o niñas.

Para Bolaños y Stuart (2019) nos dicen que la convivencia escolar tiene una importancia dentro de la escuela que tiene una función socializadora para generar una mejora entre estudiantes. Entonces por medio de las relaciones escolares es donde se evidencia si estas normas están influyendo de manera correcta o se está haciendo caso omiso, por ello la convivencia en una escuela

es necesaria para lograr un ambiente estable entre estudiantes que buscan ayudarse entre los demás y no fomentan las malas relaciones.

Según Leyton (2020) indica que la convivencia escolar se considera una promotora que infunde valores democráticos, para construir el desarrollo emocional, y la valoración en la diversidad cultural y contribuye en la erradicación de los enfrentamientos de conflictos. Por otro lado, Cortez et al. (2019) indican que una buena convivencia escolar está presente en la coexistencia armónica de las personas que conforman una comunidad educativa, puesto que genera una relación positiva entre ellos e influye en el cumplimiento de las finalidades educativas en un clima estudiantil.

García y Niño (2018) nos dicen que la convivencia entre estudiantes, se basa a las relaciones interpersonales de 2 a más individuos, que buscan la tolerancia y el respeto dentro de una comunidad escolar, lo cual facilita que el clima escolar sea el más adecuado, y a su vez los procesos de aprendizaje sean eficaces.

Con respecto a las dimensiones de la convivencia escolar es importante conocer acerca de las relaciones y vínculos de los estudiantes en su salón. Para ello Arón (2017) afirma que todo parte de la visión y misión que impone la institución para con sus alumnos formando así relaciones fructíferas entre su alumnado mostrando respeto hacia los demás. En base al comportamiento de los estudiantes es importante conocer que cada uno de ellos pasa por un distinto proceso de adaptación al momento de ingresar a una nueva escuela, por ello es importante conocer el modelo y educación que han recibido desde pequeños en el hogar.

Así mismo el autor Arón (2017) destaca aspectos importantes, resaltando como factor importante el compañerismo entre alumnos y también en la plana docente. Por ello el personal educativo será un intermediario fundamental dentro de las relaciones de los estudiantes con respecto al respeto y cariño que muestren hacia los demás. Por otro lado, menciona a la escuela como una instancia que debe estar abierta a la comunidad reforzando la idea del buen trato, generando un ambiente sin malicia. Así mismo es parte de que la autoridad escolar este presta a desarrollar momentos de confraternidad para generar la inclusión de sus estudiantes.

Si se habla de la confianza estudiantil, Arón (2017) considera importante fomentar este vínculo entre docente y alumno, puesto que el estudiante estará más abierto a contarle su experiencia y vivencia dentro de lo que sucede en el aula o en su hogar y con ello evitar posibles confrontaciones entre estudiantes debido a que desde un inicio se indican las reglas del juego, es decir las normas de convivencia. Dentro de la escuela será necesario la comunicación entre docente y el equipo directivo, ya que ellos son los encargados de brindar el ejemplo hacia sus estudiantes siendo partícipes de la educación de los menores.

### **III. METODOLOGÍA.**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, puesto que Hernández et al. (2020) nos mencionan que este estudio es usado para la previa obtención de datos que luego servirán para corroborar la hipótesis en base a la medición numérica y al análisis estadístico. Con este enfoque el investigador busca comprobar las teorías ya planteadas haciendo uso de las herramientas matemáticas y estadísticas para presentar sus resultados.

Además, fue de tipo aplicada, a lo cual Esteban (2018) nos dice que se encuentra orientada a indagar soluciones de la problemática que existen en los procesos hacia la producción final. Por ello esta investigación fue dirigida a lograr obtener nuevos conocimientos para la solución de los problemas

Se implementó el método hipotético deductivo puesto que comprendió los fenómenos y eventos para explicar las razones de una conclusión y probar o corroborar la hipótesis (Sánchez, 2019).

La investigación fue explicativa puesto que se buscó la explicación de los fenómenos, a lo cual Ramos (2021) menciona que es importante el planteamiento de hipótesis el cual determine la causa y efecto de lo suscitado.

El estudio se desarrolló teniendo en cuenta un diseño cuasiexperimental, para Hernández et al. (2020) es un diseño donde se manipula a la variable independiente para conseguir observar su efecto o cambio sobre la otra. Para

este diseño se procedió a formar dos grupos de trabajo, el grupo control y el otro experimental, por ende, en la investigación se hallaron resultados de un pre y post test para ambos grupos que serán contrastados.

$$\begin{array}{c}
 GE: O_1 X O_2 \\
 \hline
 GC: O_3 O_4
 \end{array}$$

**Donde:**

G.E: Es el grupo experimental

G.C: Es el grupo control

O<sub>1</sub> y O<sub>3</sub>: Pre test

O<sub>2</sub> y O<sub>4</sub>: Post test

X: Manipulación de la variable Independiente (Campaña Gráfica)

### 3.2. Variables y Operacionalización

**Tabla 1**

*Identificación de las variables*

	<b>Variables</b>	<b>Naturaleza</b>	<b>Escala</b>	<b>Categoría</b>
<b>V1</b>	Campaña gráfica	Cualitativa	Nominal	Independiente
<b>V2</b>	Convivencia escolar	Cualitativa	Nominal	Dependiente

*Nota. Elaboración del autor*

#### 3.2.1. Matriz de operacionalización

Para el autor Quintana (2020) la operacionalización de las variables es un proceso por el cual se debe descomponer los elementos correspondientes desde la parte más general hacia el elemento específico, en la cual se escribirán los conceptos teóricos y se desglosará con sus respectivas dimensiones e indicadores.

Dicha matriz se desarrolló minuciosamente para exponer los datos correspondientes a la variable dependiente “convivencia escolar” la cual se podrá observar en la parte de anexos.

**Tabla 2**

*Variables y su operacionalización*

Variables	Dimensiones	Indicadores
Campaña gráfica (Acevedo, 2019)	Creatividad en el diseño (Acevedo, 2019)	Innovación
		Connotación
		Imaginación
	Mensaje publicitario (Acevedo, 2019)	Difusión
		Objetivo
		Publicidad
	Piezas gráficas (Acevedo, 2019)	Diseño
		Colores
		Tipografía
Convivencia Escolar (Arón, 2017)	Normas de convivencia (Arón, 2017)	Estrategias de mejora
		Convivencia
		Reglamento escolar
	Relaciones y vínculos (Arón, 2017)	Valores
		Clima escolar
		Resolución de conflictos
	Comunicación educativa (Arón, 2017)	Capacidad de transmitir
		Interacción
		Motivación

*Nota.* Elaboración del autor



### **3.3. Población, Muestra y Muestreo**

#### **3.3.1. Población:**

Para Arias (2020) define a la población como un grupo de individuos que comparten características parecidas entre sí. Es delimitado por el investigador según la formulación del estudio.

En esta tesis, la población estuvo conformada por 350 estudiantes del colegio estatal Institución Educativa coronel Juan Valer Sandoval que se encuentra situada en el distrito de San Martín de Porres.

#### **Criterios de inclusión**

Para el estudio fue importante delimitar el área de ubicación de los estudiantes que participaron, puesto que debían vivir en el distrito de San Martín de Porres, participaron estudiantes de ambos sexos, además tenían que estudiar en la I.E coronel Juan Valer Sandoval y por último se consideró la edad cuyo rango era entre 6 a 11 años y estar cursando sus estudios de nivel primario.

#### **Criterios de exclusión**

En el estudio no participaron estudiantes que pertenecían a otro distrito que no sea San Martín de Porres, además si no pertenecía al nivel respectivo sería exonerado de la aplicación de la campaña gráfica puesto que no estaba dentro del target elegido.

#### **3.3.2. Muestra**

Para Fernández et al. (2020) nos indican que la muestra es una parte de la población, quienes proporcionarían información para la recolección de datos. En el estudio se definió como muestra total a 116 estudiantes de la Institución Educativa coronel Juan Valer Sandoval, que fueron seleccionados de los grados de 1ero a 6to de primaria, los cuales 58 estudiantes pasaron a ser parte del grupo control y los 58 restantes el grupo experimental para llevar a cabo la presentación de dicha campaña gráfica.

### **3.3.3. Muestreo**

Para el autor Arias (2020) señala al muestreo como la etapa que divide a la población y la muestra. Puesto que la población fue extensa se utilizó el muestreo por conveniencia el cual favoreció al resultado de la investigación.

En esta investigación se usó el muestreo no probabilístico por conveniencia, para lo cual Otzen y Manterola (2017) nos mencionan que en este tipo de muestreo accede a la obtención de caracteres que tengan el proceso de inclusión para los requerimientos que necesita el investigador para su estudio.

## **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **3.4.1. Técnica**

Para la investigación se usó la técnica de la encuesta, donde Arias (2020) nos dice que está relacionada a la opinión de los encuestados, la cual puede pertenecer a una investigación cualitativa o cuantitativa.

Con respecto a la tesis se aplicó un instrumento que consta de 13 preguntas con proyección dicotómica para agilizar la evaluación que harán las maestras sobre el comportamiento de sus alumnos.

### **3.4.2. Instrumento**

Para el instrumento, se estableció la lista de cotejo, puesto que permite evaluar una serie de criterios establecidos mediante la escala dicotómica donde se hará el uso del sí y no, en base a la respuesta de los encuestados (Gurrutxaga, 2021).

Con respecto al instrumento, Arias (2020) nos indica que debe presentar una validez de contenido que será realizado por los expertos en el área. Para este estudio se solicitó la validación de docentes que bajo su criterio señalaron su aplicabilidad. Por ello, como base se tomó

en cuenta el formato de la autora Portocarrero (2019) donde elaboró una encuesta sobre las conductas de niños de una institución.

**Tabla 3**

*Ficha técnica*

Autor original	Portocarrero Román, Katerin Roxana
Adaptado	Katherine Stefanny Paredes Cabel
Tiempo estimado	5 a 10 minutos
Escala de respuesta	Dicotómica
Características	<p>Creado en 13 preguntas, 3 dimensiones que oscilan en respuestas de SI y NO. Las dimensiones son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Normas de convivencia</li> <li>• Relaciones y vínculos</li> <li>• Comunicación educativa</li> </ul>
Lugar	San Martín de Porres, Perú
Rango de edad	6 a 11 años
Tamaño de la muestra	116 (estudiantes de la I.E coronel Juan Valer Sandoval)
Período base	2023

*Nota.* Elaboración propia

### 3.4.3. Validez

Para Villacis (2018) define a la validez como lo verdadero de un instrumento de investigación la cual ayudará a verificar si el estudio presentado se encuentra libre de errores. Con respecto a la validación del instrumento, fue necesario la aprobación de expertos en el área de metodología y educación para así poder dar inicio a la prueba piloto. Por otro lado, la gráfica presentada también pasó por una revisión de expertos para brindar su aprobación y aplicabilidad del producto.

**Tabla 4**

### *Lista de especialistas para la evaluación del instrumento*

<b>Área</b>	<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Opinión de aplicabilidad</b>
<b>Metodología</b>	Melba, Vázquez Tomas	Aplicada
<b>Educación</b>	Maruja Baldeón De la Cruz	Aplicada
<b>Educación</b>	Aurelia Sajamín Méndez	Aplicada
<b>Ciencias de la comunicación</b>	Ronny Rojas	Aplicada

*Nota.* Elaboración propia

#### **3.4.4. Confiabilidad**

Para Villacis (2018) el estudio llega a ser confiable, cuando presenta un grado alto de validez, es decir sin algún falso resultado.

Se realizó una prueba piloto donde participaron 15 estudiantes y se procedió estadísticamente mediante la Kuder-Richardson, puesto que Durand y Lara (2021) nos indican que este coeficiente de confiabilidad debe ser usado cuando se tienen escalas dicotómicas, así mismo el resultado debe ser mayor a 0,5 para considerarse confiable.

**Tabla 5**

*Estadística de confiabilidad*

<b>Kr20</b>	<b>N° de elementos</b>
0,888	13

*Nota.* Resultados del procesamiento de la data SPSS V.26

#### **3.5. Procedimientos**

La investigación tuvo bases teóricas que fueron recopiladas a través de tesis, libros y artículos científicos de fuentes confiables, tales como el repositorio de la Universidad Cesar Vallejo, Scielo, Google Académico, entre otros. Por otro lado, esta tesis tuvo como participantes a 116 estudiantes los cuales 58 formarán el

grupo control y los otros 58 el grupo experimental. Con ello se procedió a la elaboración de una lista de cotejo que fue empleada como una prueba piloto con 15 estudiantes que pertenecen a la I.E coronel Juan Valer Sandoval, los cuales fueron avaladas por las profesoras de grado ya que ellas llenaron la lista de cotejo correspondiente a cada alumnado, la cual ayudó a verificar la confiabilidad del instrumento. En la elaboración del producto de las piezas gráficas se usó como programa principal Adobe Illustrator donde se realizaron afiches, post, merchandising para los estudiantes. Así mismo se desarrolló el Programa de Intervención donde se colocaron los objetivos del producto y las sesiones a realizar para tener un control y orden al momento de presentar la campaña y también el tiempo de tratamiento que se les dio para poder recoger el resultado final.

### **3.6. Método de análisis de datos**

En base a los resultados se usó el programa Excel, para que a través de una hoja de cálculo se pueda ordenar la información recolectada y así mismo se llevó al programa SPSS, la cual fue el soporte para emplear el uso de gráficos y tablas estadísticas las cuales ayudaron a dar respuesta sobre la hipótesis previamente planteada para este proyecto de investigación. Puesto que los datos procesados fueron mayores a 50 se usó la prueba de normalidad (Kolmogorov Smirnov) teniendo así un resultado en la significancia de que los resultados fueron no paramétricos, por tal razón para los siguientes procesamientos se empleó la prueba no paramétrica de la U de Mann-Whitney.

### **3.7. Aspectos éticos**

En base a esta presente investigación, se tomó en cuenta la guía que brinda la Universidad César Vallejo para tener en cuenta la estructura correcta a ejecutar, esto sirvió como un manual para la elaboración de dicho estudio. Por lo tanto, se puede decir que este informe de tesis obedece a los lineamientos éticos puesto que se está cumpliendo y respetando la autoría de las personas citados dentro del estudio. Para la realización se usaron informaciones extraídas de

artículos científicos, libros y tesis. Con ello la guía empleada fue el Manual del Estilo Apa 7ma edición para la elaboración de citas y referencias. Así mismo se elaboró el consentimiento y asentimiento informado para la voluntaria participación de los estudiantes.

Para la **Probidad**: el desarrollo de la investigación fue integro y transparente, dando a conocer los resultados tal y cómo se recopilaron, sin alguna modificación o manipulación para beneficio de la propia investigación. **Respeto de la propiedad intelectual**: se respetaron las autorías de los referentes que fueron citados en la investigación, así mismo se siguieron los lineamientos del Manual del Estilo APA 7ma edición. **No maleficencia**: se respetó la integridad física y psicológica del alumnado ya que no fueron expuestos a ningún riesgo.

Por otra parte, para realizar esta investigación, se requirió el permiso de la Institución Educativa coronel Juan Valer Sandoval, por ello fue importante generar un documento acerca del consentimiento y también como este estudio requiere de la participación de menores de edad es necesario tener un asentamiento informado que testifique la aprobación de los padres de familia para llevar a cabo la presentación de la campaña a los niños de dicha escuela.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Análisis de datos descriptivos

En el análisis, los datos obtenidos resultaron del instrumento respondido por los 116 participantes, siendo 58 estudiantes para cada grupo, control y experimental. Entonces, con las preguntas planteadas, se aplicaron las siguientes gráficas.

**Tabla 6**

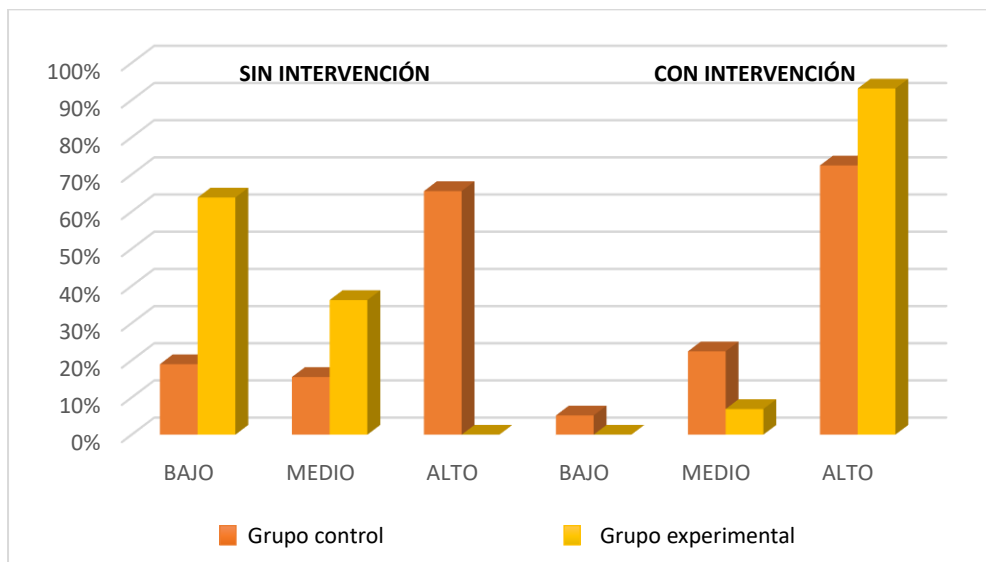
*Nivel de intervención en el comportamiento según la aplicación del programa “Aprendemos a convivir” en estudiantes del colegio coronel Juan Valer Sandoval.*

Nivel de intervención en las normas de convivencia	Sin intervención			
	Grupo Control		Grupo Experimental	
	N°	%	N°	%
<b>Bajo</b>	11	18%	37	64%
<b>Medio</b>	9	16%	21	36%
<b>Alto</b>	38	66%	0	0%
Con intervención				
	N°	%	N°	%
<b>Bajo</b>	3	83%	0	0%
<b>Medio</b>	13	17%	4	7%
<b>Alto</b>	42	0%	54	93%
<b>TOTAL</b>	58	100%	58	100%

*Nota.* Elaboración del autor

**Figura 1**

*Nivel de intervención en el comportamiento según la aplicación del programa “Aprendemos a convivir”.*



*Nota.* Elaboración del autor

Los resultados de la tabla 6 y figura 1, muestran el nivel de comportamiento de los estudiantes ante la dimensión de las normas de convivencia en el aula. Teniendo así la comparativa del grupo experimental que mostró un nivel bajo en el 64% (37) ante los niveles de conducta, seguido de un nivel medio de 36% (21) de estudiantes que presentaban problemas de conductas antes del programa “Aprendemos a convivir”. Después de la intervención se logró mejoras en el nivel de comportamiento de los estudiantes, logrando así incrementar la cifra porcentual donde en el nivel medio encontramos un 7% (4) en el nivel medio de estudiantes y en el nivel alto incremento a 93% (54) alumnos que ponen en práctica las normas de convivencia, interpretando así que después del programa de intervención los niños empezaron a dar la debida importancia ante el conocimiento de las normas, lo cual genera una buena relación entre compañeros.



**Tabla 7**

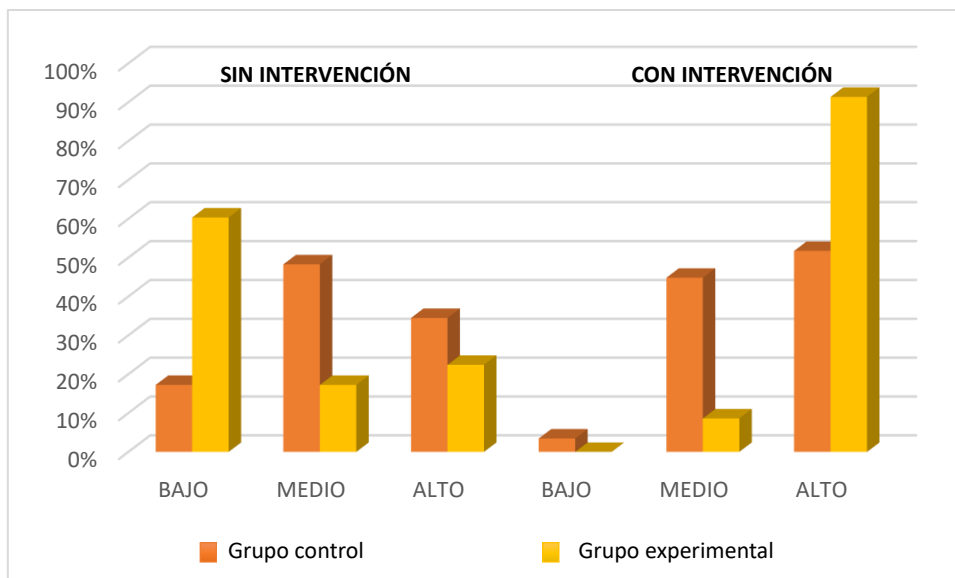
*Nivel de intervención en el comportamiento según la aplicación del programa “Aprendemos a convivir” en estudiantes del colegio coronel Juan Valer Sandoval.*

Nivel de intervención en las relaciones y vínculos	Sin intervención			
	Grupo Control		Grupo Experimental	
	N°	%	N°	%
<b>Bajo</b>	10	17%	35	60%
<b>Medio</b>	28	48%	10	17%
<b>Alto</b>	20	34%	13	22%
	Con intervención			
	N°	%	N°	%
<b>Bajo</b>	2	3%	0	0%
<b>Medio</b>	26	45%	5	9%
<b>Alto</b>	30	52%	53	91%
<b>TOTAL</b>	58	100%	58	100%

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 2**

*Nivel de intervención en el comportamiento según la aplicación del programa “Aprendemos a convivir”.*



*Nota.* Elaboración del autor

Los resultados de la tabla 7 y figura 2, muestran el nivel de comportamiento de los estudiantes ante la dimensión de relaciones y vínculos en el aula. Teniendo así la comparativa del grupo experimental que mostró un nivel bajo en el 60% (35) estudiantes ante el comportamiento, seguido de un nivel medio de 17% (10) estudiantes que presentaban problemas en la convivencia con los demás antes del programa “Aprendemos a convivir”. Después de la intervención se logró mejorar en el nivel de relación, logrando así incrementar la cifra porcentual en el nivel alto de mejoras de conducta donde incremento a 91% (53) de alumnos que logran relacionarse los unos a otros y en el nivel medio de 9% (5) es decir que después del programa de intervención los niños empezaron a fomentar la sana convivencia.

### Tabla 8

*Nivel de intervención en el comportamiento según la aplicación del programa “Aprendemos a convivir” en estudiantes del colegio coronel Juan Valer Sandoval.*

---

**Sin intervención**

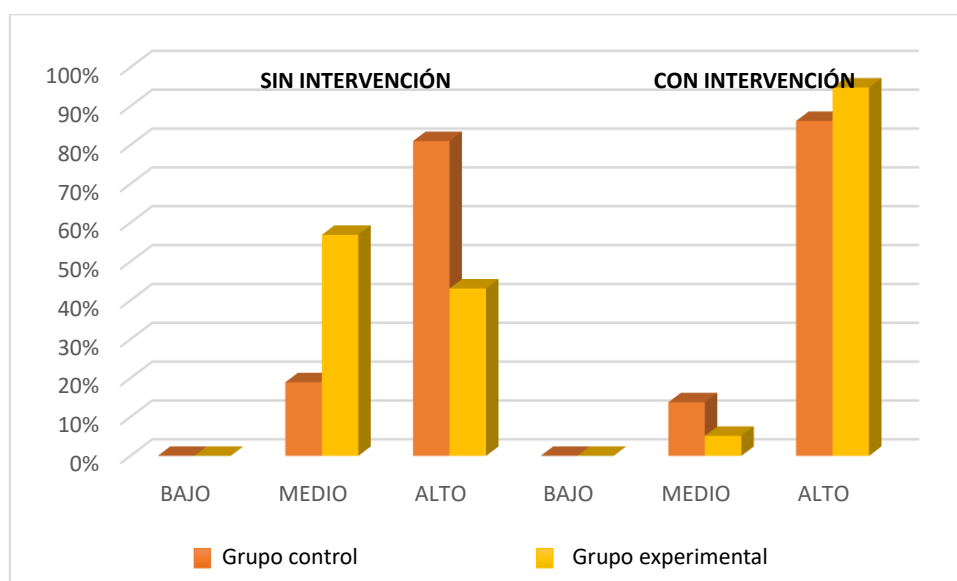
---

Nivel de intervención en la comunicación educativa	Grupo Control		Grupo Experimental	
	N°	%	N°	%
<b>Bajo</b>	0	0%	0	0%
<b>Medio</b>	11	19%	33	57%
<b>Alto</b>	47	81%	25	43%
<b>Con intervención</b>				
	N°	%	N°	%
<b>Bajo</b>	0	0%	0	0%
<b>Medio</b>	8	14%	3	5%
<b>Alto</b>	58	86%	55	95%
<b>TOTAL</b>	58	100%	58	100%

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 3**

*Nivel de intervención en el comportamiento según la aplicación del programa “Aprendemos a convivir”.*



*Nota.* Elaboración del autor

Los resultados de la tabla 8 y figura 3, nos muestran el grado de conocimiento ante la comunicación visual del aprendizaje de las normas de convivencia a través de piezas gráficas. Teniendo así el porcentaje en el pretest un resultado del grupo experimental en el nivel medio un 57% (33) de estudiantes, siguiendo con el nivel alto de 43% (25) de estudiantes que, si conocen la comunicación educativa en sus escuelas, en cuanto al programa de intervención realizado los niveles cambiaron donde el nivel medio disminuyo a 5% (3) y el nivel alto incremento a un 95% (55) de alumnos que lograron captar mejor la información a través de las piezas gráficas presentadas.

#### 4.2. Análisis de datos inferenciales

Mediante el siguiente análisis, se compararon las hipótesis que fueron planteadas para la investigación, iniciando por los datos recogidos a través de la encuesta, para así verificar la influencia de la variable independiente sobre la dependiente.

##### Prueba de normalidad

La presente investigación estuvo dirigida a 116 estudiantes del colegio coronel Juan Valer Sandoval, de los cuales fueron subdivididos 2 grupos, el control y experimental, cada uno con 58 participantes. Para lo cual la muestra al ser mayor de 50 participantes se usó la prueba de normalidad de Kolmogorov – Smirnov.

Ha: Los datos tienen una distribución normal

Ho: Los datos no tienen una distribución normal

**Tabla 9**

*Prueba de Normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
<b>Pretest Grupo Control</b>	,193	58	,000

<b>Pretest Grupo Experimental</b>	,191	58	,000
<b>Postest Grupo Control</b>	,173	58	,000
<b>Postest Grupo Experimental</b>	,321	58	,000

*Nota.* Elaboración del autor en base al procesamiento en SPSS V.26

**Interpretación:** El resultado obtenido nos muestra un valor en la significancia de  $0,000 > P_{0,05}$  teniendo así la aceptación de la hipótesis alterna ( $H_a$ ) y rechazando la nula ( $H_0$ ). Como los datos cuentan con una distribución no paramétrica se usó la prueba de U de Mann-Whitney para el análisis de los demás resultados.

## Prueba de hipótesis

### Hipótesis general

$H_a$ : La campaña gráfica influye en la mejora de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.

$H_0$ : La campaña gráfica no influye en la mejora de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.

**Tabla 10**

Prueba de hipótesis general

	Actitudes Pre Test	Actitudes Post Test
U de Mann-Whitney	1554,500	1065,000
W de Wilcoxon	3265,500	2776,000
Z	-,722	-3,590
Sig. Asintótica(bilateral)	,470	,000

*Nota:* Elaboración del autor

**Interpretación:** Los resultados del post test de ambos grupos dieron el valor de la Sig. Asintótica bilateral de  $0,000 < 0,05$ . Por ende, se procede a rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis de investigación. Indicando así que el uso de la campaña gráfica influyó satisfactoriamente en la mejora de la

convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer Sandoval, San Martín de Porres 2023.

### Hipótesis específica 1

Ha: La campaña gráfica influye en la mejora de las conductas en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.

Ho: La campaña gráfica no influye en la mejora de las conductas en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.

**Tabla 11**

Prueba de hipótesis específica

	Convivencia Pre Test	Convivencia Post Test
U de Mann-Whitney	1584,000	1343,000
W de Wilcoxon	3295,000	3054,000
Z	-,640	-2,907
Sig. Asintótica(bilateral)	,522	,004

*Nota:* Elaboración del autor

**Interpretación:** Los resultados del post test de ambos grupos dieron el valor para p (nivel de significancia) de  $0,004 < 0,05$ . Por ende, se procede a rechazar la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis de investigación. Indicando así que el uso de la campaña gráfica influyó satisfactoriamente en la mejora de las conductas en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.

### Hipótesis específica 2

Ha: La campaña gráfica influye en el fortalecimiento de los valores en los estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.

Ho: La campaña gráfica no influye en el fortalecimiento de los valores en los estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.

**Tabla 12**

Prueba de hipótesis específica

	Vínculos Pre Test	Vínculos Post Test
U de Mann-Whitney	1596,500	1060,000
W de Wilcoxon	3307,500	2771,000
Z	-,488	-3,658
Sig. Asintótica(bilateral)	,626	,000

*Nota:* Elaboración del autor

**Interpretación:** Los resultados del post test de ambos grupos dieron el valor para p (nivel de significancia) de  $0,000 < 0,05$ . Por ende, se procede a rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis de investigación. Indicando así que el uso de la campaña gráfica influyo satisfactoriamente en el fortalecimiento de los valores en los estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.

**Hipótesis específica 3**

Ha: La campaña gráfica influye en las normas de convivencia en los estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.

Ho: La campaña gráfica no influye en las normas de convivencia en los estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.

**Tabla 13**

Prueba de hipótesis específica

	Comunicación Pre Test	Comunicación Post Test
U de Mann-Whitney	510,000	459,000
W de Wilcoxon	2221,000	2170,000
Z	-6,971	-7,669
Sig. Asintótica(bilateral)	,000	,000

*Nota:* Elaboración del autor

**Interpretación:** Los resultados del post test de ambos grupos dieron el valor para p (nivel de significancia) de  $0,000 < 0,05$ . Por ende, se procede a rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis de investigación. Indicando así que el uso de la campaña gráfica influyo satisfactoriamente en las normas de convivencia en los estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.



## V. DISCUSIÓN

Los hallazgos a partir de la encuesta empleada a los 116 estudiantes del colegio coronel Juan Valer Sandoval, permitieron mostrar las variaciones de datos hacia los dos grupos, control y experimental, queriendo mostrar la influencia de la campaña gráfica en la mejora de la convivencia escolar en los estudiantes del colegio coronel Juan Valer Sandoval. Es así que en este punto se analizará la comparativa de los resultados obtenidos por medio del análisis descriptivo e inferencial, junto con la información proporcionada de los antecedentes siendo así respaldado por las bases teóricas de distintos autores.

Los resultados hallados de acuerdo a la hipótesis general de la investigación se obtuvo un nivel de Sig. Asintótica bilateral de 0,000 para los datos recogidos del Post-Test. Teniendo así una mejora positiva de la campaña gráfica en los estudiantes para la mejora de su convivencia con sus compañeros en el aula. Es así que este trabajo, se asemeja a lo que investigó Mendoza (2021) donde desarrolló piezas gráficas para el fortalecimiento de la opinión acerca del tema de igualdad de género, su nivel de significancia fue ( $p=0.000 < 0.05$ ), teniendo así un resultado favorable para su investigación puesto que logró su objetivo principal. Mientras tanto, Villanueva (2022) nos muestra una campaña gráfica dirigida a los estudiantes con el objetivo de mejorar el conocimiento sobre el ámbito ambiental a través de la concientización del reciclaje, a lo cual su significancia obtenida en el post test es de Sig. Asintótica bilateral 0.000, por tanto, el desarrollo de sus productos visuales fue de gran aporte para el tema a tratar y el cambio influido en los estudiantes. Además, Muhammad y Swasty (2017) nos hablan del valor de las campañas gráficas como métodos de solución ante alguna problemática, lo cual se da durante un período de tiempo, teniendo en cuenta a la comunicación gráfica. Mientras que para Ancin (2018) la elaboración de una campaña gráfica, va de la mano del esfuerzo puesto por la persona creativa que busca mediante las estrategias, poder emitir un mensaje en concreto ante la concientización de un tema a tratar. Por ello de las investigaciones relacionadas se refleja el empeño puesto en la realización de

sus piezas gráficas ante la respuesta de su público objetivo aceptándolas y logrando poder dejar un mensaje de reflexión ante las distintas problemáticas presentadas.

Para la hipótesis específica uno, el resultado fue un nivel de Sig. Asintótica bilateral de 0,004 el cual acepta la hipótesis alterna, dando a entender que la campaña gráfica tuvo una mejora positiva en lograr cambiar la perspectiva del comportamiento del estudiante, llegando a la reflexión que el contenido visual acerca del buen trato es un material de suma importancia para los docentes para así sigan fomentando la mejora de conductas de sus estudiantes dentro del aula. Por ello, ponemos en comparativa con la investigación realizada por Pazmiño (2019) donde enfatizó la problemática ambiental, proponiendo como solución una campaña gráfica relacionada al reciclaje, logrando obtener un resultado de la Sig. Asintótica bilateral 0.000, indicando así que el nivel de influencia hacia los niños fue favorable puesto que, se logró generar un cambio ante el problema elegido. Es así que, a este aporte tenemos la investigación de Atabek et al. (2020) donde usaron al recurso visual como fuente de solución alterna ante el problema de la drogadicción para madres de estudiantes, teniendo, así como resultado final el impacto positivo puesto que generó una concientización sobre el cuidado del consumo de estas sustancias tóxicas para el organismo humano. Por su parte, Salinas et al. (2021) comentan que las redes sociales también son consideradas como herramientas digitales importantes al momento de la difusión de las campañas gráficas y ello se puede medir a través de la interacción por las redes, además de ser necesario seguir generando ideas de retroalimentación que involucren con el mensaje final. Por ello, Cumpa y Lucero (2020) relacionan la estrategia gráfica con dos elementos primordiales, donde colocan al diseño como el primer importante valor de acuerdo al contenido que se debe implementar para llegar a la mente del target y la conceptualización del mensaje que se desea transmitir, y finalmente la correcta decisión sobre los medios a usar puesto que cada red social tiene un distinto tipo de alcance de acuerdo a los parámetros a utilizar.

Continuando con la hipótesis específica número dos, el análisis de datos del post test dio como resultado un nivel de Sig. Asintótica bilateral de 0,000.

Logrando así una mejora positiva sobre la campaña gráfica en el fortalecimiento de los valores para los estudiantes, ante la presentación de las posibles consecuencias que conlleva el fomentar las malas conductas en un salón de clases. Es así como Justniano (2019) donde elaboró una serie de imágenes visuales para fomentar la motivación de la lectoescritura en niños, teniendo así un nivel de Sig. Asintótica bilateral 0.000, comprobando así que su recurso visual fue favorable para incentivar el desarrollo de la escritura en los primeros niveles de estudio. Por otro lado, Cuji y Chicai (2021) realizaron la elaboración de una campaña para lograr el posicionamiento de una empresa donde a raíz del proceso creativo lograron una mejoría en el aspecto visual de como sería percibida la marca frente a la competencia, concluyendo así la eficacia de su proyecto realizado. Es así que la influencia de la campaña gráfica refuerza la opinión de Rodríguez (2018) donde nos dice que estas estrategias visuales harán que el consumidor u oyente se sienta conectado con la marca o servicio y así posicionarla como la favorita. Mientras que Chambers et al. (2020) aportan que el uso de los mensajes y el eslogan son importantes para los consumidores al momento de identificar propósito de una campaña gráfica y esto a su vez será una asociación auditiva al momento de escuchar la frase de la campaña puesto que entenderán la relación con el mensaje expresado en sus piezas gráficas.

Por último, con respecto a la hipótesis específica número tres, el análisis de los datos recolectados dieron como resultado un nivel de Sig. Asintótica bilateral de 0,000, interpretando así que las piezas gráficas realizadas acorde a la información de las normas de convivencia fueron aceptadas positivamente para los estudiantes de la Institución Juan Valer, debido a que pudieron identificar esos roles que deben respetar dentro del aula y la postura ante la resolución de conflictos para lograr ese ambiente armonioso. Es así como encontramos el aporte de las autoras Torres y Tuesta (2022) donde a través de imágenes decidieron mostrar la realidad de la convivencia en infantes, apoyándose de los diversos casos que aparecen en la actualidad para transformarlas en herramientas que aporten a mejorar este problema de las instituciones, teniendo, así como resultado en el nivel de sig. Asintótica un 0,000, probando entonces que su material fue aceptado por los infantes

y a su vez generó una reflexión en ellos. Por su parte, Honores (2022) mostró como producto una campaña gráfica en la tenencia responsable de mascotas, logrando así un resultado en el nivel de significancia de 0,000, aceptando la hipótesis general de su investigación, a lo cual concluye la eficacia de su trabajo realizado pues concientizo a una población sobre el valor y respeto al momento de adoptar. En base a ello Calderón y Estrada (2021) mencionan que una campaña gráfica será considerada eficaz siempre y cuando haya cumplido con los objetivos por la cual fue diseñada y ello va de la mano con el mensaje que desea proyectar y los recursos implementados para dejar una reflexión en su público elegido.

## VI. CONCLUSIONES

En base a los hallazgos obtenidos se procede a dar las síntesis más importantes de la investigación con respecto a los objetivos.

Con respecto a la primera conclusión, se determinó la mejora de la campaña gráfica en la mejora de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023, puesto que en los resultados se obtuvo un nivel de Sig. Asintótica bilateral  $0,000 < 0,05$ , lo cual avaló la hipótesis de la investigación y se rechazó la nula. Es decir, que mediante los recursos visuales presentados a los estudiantes lograron un cambio en su comportamiento frente a la convivencia con sus compañeros dentro de su centro estudiantil.

Con respecto a la segunda conclusión, se determinó la mejora de la campaña gráfica en la mejora de las conductas en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023, puesto que en los resultados se obtuvo un nivel de Sig. Asintótica bilateral  $0,004 < 0,05$ , se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la nula. Esto quiere decir, que la elaboración de la campaña gráfica fue favorable para lograr la reflexión de los estudiantes frente a su comportamiento que tienen ante las situaciones de conflictos que pueda presentarse en el aula.

Con respecto a la tercera conclusión, se determinó la mejora de la campaña gráfica en el fortalecimiento en los valores de los estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023, debido a los resultados obtenidos donde el nivel de Sig. Asintótica bilateral  $0,000 < 0,05$ , lo cual quiere decir que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la nula. Dando a entender que mediante la difusión de la campaña en el colegio se logró promover la importancia de la formación en valores para el alumnado Valeriano.

Por último, la cuarta conclusión, se determinó la mejora de la campaña gráfica en las normas de convivencia en los estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023, con la ayuda de los resultados se obtuvo el nivel de Sig. Asintótica bilateral  $0,000 < 0,05$ , teniendo así la aceptación de la hipótesis alterna y rechazando la nula. Es decir, a través de la comunicación

visual se logró transmitir las normas de convivencia mejorando las actitudes y logrando el compromiso de los estudiantes en el manejo de conflictos.

## **VII. RECOMENDACIONES**

En base a lo observado se procede a brindar las siguientes sugerencias para las futuras investigaciones:

Se recomienda a los diseñadores que quieren emplear una campaña gráfica como producto final, el uso de un Brief creativo que les permita identificar los datos importantes, empezando por la identificación de quien es tu target, siguiendo con el objetivo de tu campaña, el mensaje, la tipografía, estilo de dibujo, color y piezas de merchandising que le darán un plus a la presentación y tener la influencia final del objetivo planteado.

Asimismo, se incita a los diseñadores gráficos e investigadores a tratar temas que estén relacionados a la convivencia escolar, debido a que en la actualidad es muy poco llevado a la investigación en el área de diseño. Por ello enfocándonos a la realidad del país, se necesita de mucha influencia gráfica para obtener mejores cambios y esto sea apoyo de recurso visual para los maestros al momento de fomentar el buen trato.

Se sugiere a los docentes de diseño a seguir fomentando el desarrollo este tipo de investigaciones que aporten de manera creativa ante la resolución de conflictos, generando así que el soporte visual sea mucho más valorado en estos tiempos, teniendo así más empresas que deseen desarrollarla en sus proyectos y ello aumentaría el aporte que hoy en día dejan los diseñadores.

Por último, se recomienda a los docentes a fomentar en sus estrategias de conducta y aprendizaje el desarrollo de estos recursos visuales para seguir captando la atención de los estudiantes. Teniendo así mejores resultados al momento de la explicación sobre la comunicación educativa dentro del aula.

## REFERENCIAS

- Ancin, I. (2018). Análisis de los distintos tipos de campañas publicitarias y sus diferentes aplicaciones para lograr el Top of Mind de las marcas. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 2254-7630. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/05/tipos-campanaspublicitarias.html>
- Arias, J. (2020). Técnicas e instrumentos de investigación científica. *Enfoques Consulting EIRL*. <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2238>
- Arón, A. (2017). Construyendo juntos: claves para la convivencia escolar. *Agencia de Calidad de Educación*. <https://hdl.handle.net/20.500.12365/4487>
- Atabek, Ü., Atabek, G. y Ayvat, A. (2020). Mother's Perceptions of Substance Addiction: A Research Design for Components of a Public Communication Campaign. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 7(1), pp. 21-28. <http://dx.doi.org/10.5152/addicta.2020.19046>
- Bamber, A. (2020). Designing Graphic Messages to Promote Mental Health [Thesis, Carleton University]. Repository Curve. <https://doi.org/10.22215/etd/2021-14394>
- Bautista, K. (2021). *Campaña publicitaria de la contaminación visual y la concientización en vendedores ambulantes en Villa el Salvador - Lima, 2021*. [Tesis de Grado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/77192>
- Bolaños, D. y Stuart, A. (2019). La familia y su influencia en la convivencia escolar. *Universidad y Sociedad*, vol.11. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202019000500140](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000500140)
- Calderón, D. y Estrada, N. (2021). La evolución del comportamiento de los anunciantes en televisión y la transformación de la industria televisiva ecuatoriana para adaptarse a un nuevo entorno [Tesis de Maestría, Escuela 16 Superior Politécnica del Litoral]. ESPOL, FCSH. <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/53522>



- Chambers, D., Chambers, E., Godwin, S., Doan, A. y Cates, S. (2020). Developing a Messaging Graphic for Storage Times of Refrigerated Ready to Eat (RTE) Foods for a Consumer Food Safety Health Campaign. *European Journal*, pp 859-875. <https://doi.org/10.3390/ejihpe10030062>
- Cortez, M.; Zoro, B. y Aravena, F. (2019). Gestionando la contingencia más que la convivencia: El rol de los encargados de convivencia escolar en Chile. *Psicoperspectivas*, vol.18. <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol18-issue2-fulltext-1549>.
- Cuji, J. y Chicai, T. (2021). *Propuesta de Campaña Publicitaria para el Posicionamiento de la Empresa Bel&Bry de la ciudad de Milagro*. [Tesis de Grado, Universidad Estatal de Milagro]. Repositorio Dspace. <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/5653>
- Cumpa, G. y Lucero, V. (2020). Análisis de la estrategia publicitaria de la campaña en facebook usaturday 2018 de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo [Tesis de Grado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio USAT. <https://orcid.org/0000-0002-1192-3404>
- Durand, F. y Lara, G. (2021). Aplicación del coeficiente de confiabilidad de Kuder Richardson en una escala para la revisión y prevención de los efectos de las rutinas formadas durante el periodo de confinamiento a partir de la identificación del seguimiento de medidas de seguridad, de comida y de descanso. *Publicación semestral*, Vol. 8, No. 15. <https://doi.org/10.29057/esat.v8i15.6693>
- Ebigbagha, Zifegha, S., Ph.D. (2016). Graphic Communication for Development in Africa: Target Audience Perception and Response. *International Journal of Arts and Humanities*, Vol.5. <http://dx.doi.org/10.4314/ijah.v5i1.3>
- Esteban, N. (2018). Tipos de investigación. *Repositorio Institucional USDG*. <http://repositorio.usdg.edu.pe/handle/USDG/34>
- García, L. y Niño, S. (2018). Percepciones sobre convivencia escolar y bullying en una institución educativa de Bogotá. *Cultura. Educación y Sociedad* 9(1), 45-58. <http://dx.doi.org/10.17981/cultedusoc.9.1.2018.03>

- Gurrutxaga, M. (2021). Lista de cotejo para evaluar la adecuación de trabajos académicos universitarios al formato de artículo científico. *Revista de Didáctica*. [https://doi.org/10.37261/27\\_alea/5](https://doi.org/10.37261/27_alea/5)
- Guzmán, A. (2021). *Campaña publicitaria para redes sociales con el fin de posicionar los servicios que brinda la Fundación CREAR en la Ciudad de Guayaquil* [Tesis de Grado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio Digital UCSG. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/17583>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2020). Metodología de Investigación. McGRAW-HILL, 6ª edición. <https://bit.ly/3Sr3mu>
- Honores, R. (2022). *Campaña gráfica para la tenencia responsable de mascotas en la percepción de clientes de la Clínica Veterinaria Acevedo, Callao, 2022*. [Tesis de Grado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/95948>
- Justiniano, M. (2019). *Las imágenes visuales y su influencia en el Desarrollo de la lectoescritura en los niños y niñas de cuatro y cinco años de la institución Educativa inicial n° 544 Huancanilla, Lauricocha, Huanuco-2019*. [Tesis de Grado, Universidad Católica los Ángeles Chimbote]. Repositorio ULADECH. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/17687>
- Leyton, I. (2020). Convivencia escolar en Latinoamérica. *Revista Colombiana de Educación*, N°80. <http://dx.doi.org/10.17227/rce.num80-8219>
- Mendoza, S. (2021). *Campaña Publicitaria sobre Igualdad de género en la concientización de estudiantes del colegio María y José, Los Olivos, Lima, 2021* [Tesis de Grado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/77065>
- MINEDU (2018). Aprueban los “Lineamientos para la Gestión de la Convivencia Escolar, la Prevención y la Atención de la Violencia Contra Niñas, Niños y Adolescentes”. *Plataforma digital del Gobierno del Perú*. <https://bit.ly/3H3Kqzu>
- Muhammad, H. y Swasty, W. (2017). Eco-Packaging Campaign through Motion Graphic. Atlantis Press, vol.24. <https://bit.ly/3FbdOD1>

- Otzen, T. y Manderola C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol.* vol.35. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Pazmiño, G. (2019). *Campaña de información para la prevención del maltrato infantil en los niños de la Escuela Particular "San Pedro de Guamote"*. [Tesis de Grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. Repositorio ESPOCH. <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/11489>
- Penas, C. (2017). *Relación entre la Campaña Gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable en niños de 4° a 6° de primaria de dos colegios en Comas Lima-Norte* [Tesis de Grado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Digital Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/1460>
- Portocarrero, K. (2019). *Programa Todos Unidos para el desarrollo de la convivencia escolar en los estudiantes del primer grado de primaria, Rímac, 2019*. [Tesis de Grado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/39305>
- Quintana, S. (2020). La operacionalización de las variables, clave para armar una tesis. *Repositorio Universidad Nacional de San Martín*. <https://bit.ly/3UFsT45>
- Ramos Galarza, C. (2021). Diseños de investigación experimental. *CienciAmérica*, 10(1), 1-7 <http://dx.doi.org/10.33210/ca.v10i1.356>
- Rodríguez, K. (2018). Campaña publicitaria y la Fidelización del consumidor: Una revisión sistemática. *Repositorio Universidad Privada del Norte*. <https://hdl.handle.net/11537/23388>
- Roslan, N. y Che Din, S. (2020). Colour as Motion Graphic Element in Early Awareness Campaign towards Colour Blind in Malaysia. *International Journal of INTI*, Vol 24. <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/53312/1/53312.pdf>
- Salazar, R. (2019). *Incidencia de una campaña lúdica para reducir la violencia entre pares en el Centro Educativo Comunitario Intercultural Bilingüe Muyu Kawsay*. [Tesis de Grado, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio digital UCE. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/18667>

- Salinas, N., Orozco, J. y Mejía, J. (2021). Las ciencias sociales en épocas de crisis: escenarios, perspectivas y exigencias en tiempos de pandemia. Editorial Universidad Pontificia Bolivariana <http://doi.org/10.18566/978-628-500-011-9>
- Sánchez, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Rev. Digit. Invest. Docencia Univ.* vol.13. <http://dx.doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Tomba, C., Muñoz, C. y Allisiardi, A. (2020). La responsabilidad social de la publicidad: el rol de las campañas de bien público. *Revista de Comunicación*, 150, pp. 103-129. <http://doi.org/10.15178/va.2020.150.103-129>
- UNESCO (2021). Acoso y violencia escolar. *Unesco Digital*. <https://es.unesco.org/themes/acoso-violencia-escolar>
- UNICEF (2018). UNICEF inicia la campaña 'Para cada niño, solo huellas de buen trato' para contribuir a la prevención de la violencia contra niños, niñas y adolescentes. *Unicef para cada infancia, Venezuela*. <https://uni.cf/3XPa5lo>
- Vargas, R. (2021). *Análisis semiótico de la ilustración utilizada en las campañas publicitarias peruanas entre el 2016-2021* [Tesis de Grado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio UPN. <https://hdl.handle.net/11537/29928>
- Villacis, P. (2018). El pensamiento crítico aplicado a la investigación. *Universidad y Sociedad*, 336-342. <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Villanueva, A. (2022). *Campaña gráfica sobre reciclaje y su influencia en la percepción en estudiantes de la Institución Educativa Libertad, Comas, Lima, 2022* [Tesis de Grado, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/108266>

## ANEXOS

### ANEXO1. Matriz de Operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Convivencia escolar (Arón, 2017)	Permite el desarrollo integral de los niños, niñas y jóvenes tanto en su desarrollo personal como en su proceso de integración a la vida social.  (Arón, 2017)	La convivencia escolar será medida a través de una lista de cotejo bajo las dimensiones de normas de convivencia, comunicación educativa y relaciones y vínculos.	Normas de convivencia (Arón, 2017)	Estrategias de mejora (Arón, 2017)	1. Lista de cotejo SI / NO
				Convivencia (Arón, 2017)	
				Reglamento escolar (Arón, 2017)	
			Relaciones y vínculos (Arón, 2017)	Valores (Arón, 2017)	
				Clima escolar (Arón, 2017)	
				Resolución de conflictos (Arón, 2017)	
			Comunicación educativa (Arón, 2017)	Capacidad de transmitir (Arón, 2017)	
				Interacción (Arón, 2017)	
				Motivación (Arón, 2017)	

## ANEXO 2. Matriz de Operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Campaña gráfica (Penas, 2017)	Permite emitir información a través de recursos visuales frente a un tema en específico.  (Penas, 2017)	La campaña gráfica consta de un conjunto de estrategias publicitarias y el correcto manejo de distintos componentes para obtener una respuesta frente algún tema en específico.	Creatividad en el diseño (Penas, 2017)	Innovación (Penas, 2017)
				Connotación (Penas, 2017)
				Imaginación (Penas, 2017)
			Mensaje publicitario (Penas, 2017)	Difusión (Penas, 2017)
				Objetivo (Penas, 2017)
				Publicidad (Penas, 2017)
			Piezas gráficas (Penas, 2017)	Diseño (Penas, 2017)
				Colores (Penas, 2017)
				Fotografías (Penas, 2017)

### ANEXO 3. Matriz de consistencia

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p><b>PG</b> ¿Cuál es la influencia de la campaña gráfica en la mejora de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023?</p>	<p><b>OG.</b> Determinar la influencia de la campaña gráfica en la mejora de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.</p>	<p><b>H.G.</b> La campaña gráfica influye en la mejora de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023</p>	<p>VARIABLE 1: <b>Campaña gráfica</b></p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creatividad en el diseño</li> <li>• Mensaje publicitario</li> <li>• Piezas gráficas</li> </ul>	<p><b>MÉTODO</b> Hipotético deductivo</p> <p><b>ENFOQUE</b> Cuantitativo</p> <p><b>DISEÑO</b> Cuasiexperimental</p> <p><b>NIVEL:</b> Explicativo</p>
<p><b>PE.</b> ¿Cuál es la influencia de la campaña gráfica en la mejora de las conductas en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023?</p>	<p><b>O.E.</b> Determinar influencia de la campaña gráfica en la mejora de las conductas en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.</p>	<p><b>H.E.</b> La campaña gráfica influye en la mejora de las conductas en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.</p>	<p>VARIABLE 2 <b>Convivencia escolar</b></p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Normas de convivencia</li> <li>• Relaciones y vínculos</li> <li>• Comunicación educativa</li> </ul>	<p><b>DIMENSION</b> Experimental</p> <p><b>POBLACIÓN</b> Estudiantes del nivel primaria del colegio coronel Juan Valer Sandoval</p>
<p>¿Cuál es la influencia de la campaña gráfica en el fortalecimiento de los valores en los estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023?</p>	<p>Determinar la influencia de la campaña gráfica en el fortalecimiento en los valores de los estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.</p>	<p>La campaña gráfica influye en el fortalecimiento de los valores en los estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.</p>		<p><b>MUESTRA:</b> 116 alumnos del nivel primaria del colegio coronel Juan Valer Sandoval</p>
<p>¿Cuál es la influencia de la campaña gráfica en las normas de convivencia en los estudiantes del colegio Valer, San Martín de Porres 2023?</p>	<p>Determinar la influencia de la campaña gráfica en las normas de convivencia en los estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.</p>	<p>La campaña gráfica influye en las normas de convivencia en los estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023.</p>		<p><b>TÉCNICA:</b> Observación</p> <p><b>INSTRUMENTO</b> Lista de cotejo</p>

## ANEXO 4. Instrumento de recolección de datos



“Campaña gráfica; en la mejora de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres, 2023.”

### LISTA DE COTEJO

Te invitamos a participar en una breve lista de cotejo con la finalidad de determinar la influencia de la campaña gráfica en la mejora de la convivencia escolar en estudiantes del colegio coronel Juan Valer Sandoval, San Martín de Porres 2023. Tus respuestas son totalmente confidenciales. Muchas gracias por su tiempo y apoyo.

Marca ¿sí o no? Según corresponda en los siguientes ítems

Opciones	
SI	NO

N°	ÍTEM	SI	NO
<b>Dimensión 1: Normas de convivencia</b>			
1	¿La campaña gráfica como estrategia, contribuye en la mejora de las normas en la convivencia del aula?		
2	¿El estudiante demuestra respeto hacia sus compañeros?		
3	¿El estudiante convive en armonía con los demás?		
4	¿El estudiante respeta las normas de convivencia en el aula?		
<b>Dimensión 2: Relaciones y vínculos</b>			
5	¿El estudiante demuestra sus valores dentro de la escuela?		
6	¿El estudiante pone en práctica los valores cuando trabaja en grupo?		
7	¿Considera que el estudiante tiene buena relación con sus compañeros?		
8	¿El estudiante propone alternativas de solución cuando existen problemas?		
9	¿El estudiante se vuelve mediador frente a problemas de sus compañeros?		
10	¿El estudiante comunica a sus docentes si hay algún conflicto dentro y fuera del aula?		
<b>Dimensión 3: Comunicación educativa</b>			
11	¿El estudiante expresa libremente sus opiniones?		
12	¿Los profesores promueven el buen trato dentro del aula?		
13	¿Considera al recurso visual como una fuente de apoyo para trabajar las normas de convivencia dentro del aula?		



## **Anexo 5. Programa experimental**

### **Programa de Intervención:**

**Título del Programa de Intervención:** “Aprendemos a convivir”

#### **I. Justificación del Programa**

Este programa se presenta como una forma alternativa de solución para poder informar acerca de la importancia que tiene actualmente fomentar la buena convivencia escolar dentro del aula.

#### **Descripción del programa**

El programa de intervención “Aprendemos a convivir” brinda un producto llamativo el cual está basado en piezas gráficas que serán presentado a los estudiantes del nivel primaria del turno tarde de

**Sesión 1:** Entrega del Pretest para recoger datos iniciales.

**Sesión 2:** Explicación a las maestras de la campaña gráfica a realizar

**Sesión 3:** Desarrollo del tema la convivencia escolar con los niños

**Sesión 4:** Aplicación del instrumento Post-test para recoger y observar cambios en la convivencia escolar.

#### **Objetivos del Programa**

- Analizar el panorama de la situación de la escuela sobre el tema de la convivencia escolar.
- Utilizar la campaña gráfica como recurso visual para evidenciar un tema importante como lo es la convivencia escolar.
- Identificar y reforzar actitudes para una convivencia en las normas de convivencia.

#### **II. Bases teóricas**

##### **Campaña gráfica**

Para la definición acerca de la campaña gráfica, Penas (2017) señala que la campaña gráfica consta de un conjunto de estrategias publicitarias y el correcto manejo de distintos componentes para obtener una respuesta frente algún tema en específico, así mismo podemos decir que es una combinación

entre imágenes y textos que buscan transmitir ideas e información a un público general, y producir efectos de compra y/o concientización.

Por su parte, Ancin (2018) nos dice que una campaña gráfica va de la mano con el esfuerzo puesto por una empresa para aumentar el reconocimiento ya sea de su producto o del servicio ofrecido y de ser una campaña de concientización debe prevalecer su mensaje.

Roslan y Che Din (2020) indican que la campaña gráfica es una combinación entre imágenes y una comunicación visual para transmitir ideas, información a un público general, en ella buscan producir efectos de compras o un sentido de concientización.

Muhammad y Swasty (2017) explican que las campañas se pueden definir como un método de solución ante un problema, lo cual se debe dar durante un período teniendo en cuenta a la comunicación gráfica. Es así que se puede indicar que el recurso gráfico está presto para poder concientizar acerca de algún tema social, político y también como una estrategia de prevención para ser utilizada como una herramienta visual. Así mismo, Tomba, Muñoz y Allisiardi (2020) resaltan el aporte de las campañas a la concientización de problemas sociales, por ello la publicidad utilizada debe transmitir actitudes y valores para así ser un referente ante la sociedad.

Con respecto a los elementos y componentes de una campaña gráfica, Bamber (2020) nos habla acerca del proceso de gráfico que se debe tomar en cuenta al momento de empezar a diseñar. Por ello es importante definir el enfoque u objetivo que se quiere llevar a cabo, además de incluir la opinión pública de los clientes ya que principalmente esta persuasión en la campaña será para llegar nuevamente a ellos.

Para Vargas (2021) los elementos gráficos cumplen un rol importante en la connotación del mensaje visual de una campaña gráfica. Además de ello, el uso de una paleta de color como elemento denotativo llega a transmitir permanencia hacia la identidad de una marca.

Según Chambers, Godwin, Chambers, Doan y Cates (2020) no hablan sobre el uso de los mensajes y el eslogan son mencionados como algo importante para

los consumidores al momento de identificar propósito de una campaña gráfica. Ante ello, Ebibbagha, Zifegha y Ph (2016) recalcan que un elemento básico para hacer una campaña debe contener mensajes basados hacia el comportamiento de una audiencia, entonces como tal se convierte en una clave para alcanzar el objetivo deseado.

Guzmán (2021) nos dice que en una campaña gráfica se puede implementar en los gráficos el uso de figuras retóricas para hacerlo un poco más creativo y que a su vez transmita un mensaje relacionado al tema y así poder ser un punto clave dentro de una comunicación gráfica.

Con respecto a las estrategias, Rodríguez (2018) nos dice que harán que el consumidor se sienta conectado con la campaña gráfica y pueda posicionar a su marca o servicio como la favorita.

Cumpa y Lucero (2020) mencionan que dentro de la estrategia gráfica se tiene 2 elementos primordiales, el primero sería el diseño del contenido o también el mensaje principal y finalmente la correcta decisión sobre los medios a usar.

Acerca de la influencia y eficacia de la campaña gráfica tenemos a Salinas, Orozco y Mejía (2021) que nos hablan sobre el éxito de una campaña se puede medir a través de la interacción por redes sociales, además es necesario generar ideas de retroalimentación que involucren continuar con el mensaje final. Puesto que es importante idear planes y medios para que la difusión sea rentable y así mismo cumpla con su objetivo trazado. Mientras que Calderón y Estrada (2021) indican que la campaña se considerará eficaz siempre y cuando haya cumplido con los objetivos por la cual fue diseñada y ello va de la mano con el mensaje que desea proyectar.

## **Convivencia escolar**

Sobre la segunda variable de este estudio tenemos a la convivencia escolar, por ello se hablará acerca de su definición conceptual.

Para Arón (2017) nos comenta que la convivencia escolar será importante para el desarrollo comunicativo del alumnado debido al impacto que tendrá en su vida al momento de integrarse con los demás niños o niñas.

Para Bolaños y Stuart (2019) nos dicen que la convivencia escolar tiene una importancia dentro de la escuela que tiene una función socializadora para generar una mejora entre estudiantes. Entonces por medio de las relaciones escolares es donde se evidencia si estas normas están influyendo de manera correcta o se está haciendo caso omiso, por ello la convivencia en una escuela es necesaria para lograr un ambiente estable entre estudiantes que buscan ayudarse entre los demás y no fomentan las malas relaciones.

Según Leyton (2020) indica que la convivencia escolar se considera una promotora que infunde valores democráticos, para construir el desarrollo emocional, y la valoración en la diversidad cultural y contribuye en la erradicación de los enfrentamientos de conflictos.

Para Cortes, Zoro y Aravena (2019) indican que una buena convivencia escolar está presente en la coexistencia armónica de las personas que conforman una comunidad educativa, puesto que genera una relación positiva entre ellos e influye en el cumplimiento de las finalidades educativas en un clima estudiantil.

García y Niño (2018) nos dicen que la convivencia escolar, se refiere a las relaciones interpersonales de 2 a más individuos, que buscan la tolerancia y el respeto dentro de una comunidad educativa, lo cual facilita que el clima escolar sea el más adecuado, y a su vez los procesos de aprendizaje sean eficaces.

Con respecto a las dimensiones de la convivencia escolar es importante conocer acerca de las relaciones y vínculos de los estudiantes en su salón. Para ello Arón (2017) afirma que todo parte de la visión y misión que impone la institución para con sus alumnos formando así relaciones fructíferas entre su alumnado mostrando respeto hacia los demás. En base al comportamiento de los estudiantes es importante conocer que cada uno de ellos pasa por un distinto proceso de adaptación al momento de ingresar a una nueva escuela, por ello es importante conocer el modelo y educación que han recibido desde pequeños en el hogar.

Así mismo el autor Arón (2017) destaca aspectos importantes, resaltando como factor importante el compañerismo entre alumnos y también en la plana docente. Por ello el personal educativo será un intermediario fundamental dentro

de las relaciones de los estudiantes con respecto al respeto y cariño que muestren hacia los demás.

Por otro lado, Arón (2017) menciona a la escuela como una instancia que debe estar abierta a la comunidad reforzando la idea del buen trato, generando un ambiente sin malicia. Así mismo es parte de que la autoridad escolar este presta a desarrollar momentos de confraternidad para generar la inclusión de sus estudiantes.

Si se habla de la confianza estudiantil, Arón (2017) considera importante fomentar este vínculo entre docente y alumno, puesto que el estudiante estará más abierto a contarle su experiencia y vivencia dentro de lo que sucede en el aula o en su hogar y con ello evitar posibles confrontaciones entre estudiantes debido a que desde un inicio se indican las reglas del juego, es decir las normas de convivencia.

Dentro de la escuela será necesario la comunicación entre docente y el equipo directivo, ya que ellos son los encargados de brindar el ejemplo hacia sus estudiantes siendo participes de la educación de los menores (Aron, 2017).

### III. Beneficiarios del programa

Los beneficiarios de este programa fueron los 116 estudiantes del nivel primaria del colegio coronel Juan Valer Sandoval ubicado en el distrito de San Martín de Porres.

### IV. Planificación de actividades

Fases	Actividades	Cronograma							Responsables
		Mayo			Junio				
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	

Planificación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de la campaña gráfica</li> <li>• Elaboración del programa</li> <li>• Constatar los materiales para el programa de intervención</li> <li>• Solicitud de autorización a la institución</li> </ul>	X	X						Katherine Paredes
Organización del programa	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Coordinar con él o la docente los días que se implementará el programa.</li> </ul>		X						Katherine Paredes

Ejecución	<p>Sesión 1</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Entrega del Pretest para recoger datos iniciales.</li> </ul> <p>Sesión 2</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Explicación a las maestras de la campaña gráfica a realizar</li> </ul> <p>Sesión 3</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo del tema la convivencia escolar con los niños</li> </ul> <p>Sesión 4</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicación del instrumento Post-test para recoger y observar cambios en la convivencia escolar.</li> </ul>			X	X	X	X	Katherine Paredes
Control	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación del Pretest</li> <li>Presentación del Post-test</li> </ul>						X	Katherine Paredes

**V. Planificación de actividades**

Clasificador de gastos	Descripción	Cantidad	Costo S/.
	Banner	1	30.00
	Libretas	13	20.00
	Gorros de papel	20	25.00
	Paquete papel bond	1	14.90
	Papel sticker	10	10.00
	Paquete papel opalina	1	47.80
	Souvenirs	4	30.00
	Empaques	2	11.00
	regalos	5	30.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/.228.70</b>





## ANEXO 7. Validación de expertos



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Aurelia Sajamín Mendez

Título y/o Grado:

Ph. D... ( )	Doctor... ( )	Magister... (X )	Licenciado... ( )	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	------------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo Lima Norte

Fecha:

#### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**Campaña gráfica de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer Sandoval, San Martín de Porres, 2023.**

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>		10		

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Rojas Rojas, Ronny Rafael

**Título y/o Grado: Magister en Periodismo y Comunicación Multimedia**

Ph. D... ( )	Doctor... ( )	Magister... (X)	Licenciado... ( )	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-----------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo Lima Norte **Fecha:** 27 de mayo de 2023

#### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

### **Campaña gráfica de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer Sandoval, San Martín de Porres, 2023.**

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>		100%		

SUGERENCIAS:

Firma del experto:



**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

 Apellidos y nombres del experto: **Dra. Vásquez Tomas Melba Rita**
**Título y/o Grado:**

Ph. D... ( )	Doctor... (x)	Magister... ( )	Licenciado... ( )	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-----------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo Lima Norte

**Fecha: 08 / 05/ 2023**
**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

**Campaña gráfica; recurso visual en la mejora de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer, SMP 2022.**

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>		11		

**SUGERENCIAS:**

.....

.....

.....

Firma de la experta:



**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

 Apellidos y nombres del experto: **Dra. Maruja Baldeón De la Cruz**
**Título y/o Grado:**

Ph. D... ( )	Doctor... (X)	Magister... ( )	Licenciado... ( )	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-----------------	-------------------	--------------------------

**Fecha: 10 / 05/ 2023**
**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

**Campaña gráfica de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer Sandoval, San Martin de Porres, 2023.**

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>		<b>10</b>		

**SUGERENCIAS:**

.....

.....

Firma de la experta:



## ANEXO 8. Carta de visita



### CARTA VISITA N° 036-2023-UCV-VA-P04-F05L01/DE

Lima, 16 de junio de 2023

Señores  
**I.E. CORONEL JUAN VALER SANDOVAL**  
Jr. Jacobo Quetelet Mz. A. Lt. 9 – S.M.P.  
Presente. -

Atención: Aurelia Salamin Méndez  
Directora

De mi consideración:

Por medio de la presente permítame saludarlo cordialmente y a la vez presentarle a nuestra estudiante; quien actualmente se encuentra matriculada en el X ciclo (semestre 2023-I) en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI
1	PAREDES CABEL KATHERINE STEFANNY	75186957

En el marco de la agenda académica, la estudiante en mención solicita permiso para que pueda recolectar datos para la elaboración de su Tesis de Investigación que vienen realizando, la cual cumple con el programa de estudios, para cuyo efecto solicitamos a usted otorgar las facilidades necesarias y señalar el día, fecha y hora de la visita.

Agradezco por anticipado la atención que brinde a la presente.

Atentamente,



**Palmer Luna Victoria Cabrera**  
Directora de la EP de Arte & Diseño Gráfico Empresarial  
Filial Lima – Campus Los Olivos



## ANEXO 9. Consentimiento Informado



### CONSENTIMIENTO INFORMADO

**Título de la investigación:** Campaña gráfica de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer Sandoval, San Martín de Porres, 2023.

**Investigador** : Katherine Stefanny Paredes Cabel

**Institución** : Universidad César Vallejo

---

Mi nombre es Katherine Stefanny Paredes Cabel y soy estudiante de Arte y Diseño Gráfico Empresarial. Actualmente me encuentro realizando un estudio que tiene como propósito mejorar la convivencia escolar en los estudiantes debido a tantos casos de bullying que hay en las escuelas.

Y tiene una duración de un mes la evaluación al comportamiento de los alumnos de la Institución Educativa coronel Juan Valer Sandoval, ubicado en el distrito de San Martín de Porres.

#### **Procedimientos del estudio:**

Usted permite participar a los estudiantes en este estudio se realizarán los siguientes procesos:

- Se llevará a cabo un programa de intervención que constará de 4 sesiones, en las cuales se brindarán algunas piezas gráficas para la interacción.
- Finalizando las 4 sesiones, se procederá a la aplicación de una encuesta.
- La encuesta puede demorar de 10 a 15 minutos y las respuestas se almacenarán respetando la participación de cada estudiante, la cual será totalmente anónima y confidencial.

**Riesgos:** La participación del estudiante en el estudio no presenta ningún riesgo

**Beneficios:** Con el resultado obtenido de la investigación se podrá conocer de qué manera se debería intervenir para brindar información sobre el tema y con ello se pueda mejorar la conducta de los estudiantes en sus aulas de clase.

**Costos e incentivos:** la investigación no tiene costo monetario por su intervención y/o participación. Así mismo, no recibirá ningún incentivo económico a cambio de la participación del estudiante.

**Confidencialidad:** la información proporcionada será estrictamente almacenada con códigos para resguardar su identidad. En caso la investigación sea publicada, no se mostrará ninguna información que permita la identificación del estudiante. Los archivos no serán mostrados a ninguna persona ajena al equipo de estudio.

**Derechos del participante:** La participación en el presente estudio es voluntaria. Si usted lo decide puede negarse a que los estudiantes no participen en el estudio o se retiren de éste en cualquier momento, sin que esto ocasione alguna penalización para los participantes.

**Contacto:**

Si usted tiene alguna duda y consulta que realizar, puede comunicarse con mi persona Katherine Stefanny Paredes Cabel a mi número 987528423 o correo electrónico [katherinestefannyp@gmail.com](mailto:katherinestefannyp@gmail.com)

**II. DECLARACIÓN DEL CONSENTIMIENTO**

He leído la hoja de información del Formulario de Consentimiento Informado (FCI), y declaro haber recibido una explicación satisfactoria sobre los objetivos, procedimientos y finalidades del estudio.

Se han respondido todas mis dudas y preguntas. Comprendo que mi decisión de participar es voluntaria y conozco mi derecho a retirar mi consentimiento en cualquier momento, sin que esto me perjudique de ninguna manera. Recibiré una copia firmada de este consentimiento.



**Responsable de la Institución**

**Educativa:** Aurelia Sajamín  
Mendez



**Investigador:** Katherine Paredes

Cabel

DNI: 75186957

Fecha: 16/05/2023

Fecha: 16/05/2023



## ANEXO 10. Asentimiento Informado



### ASENTIMIENTO INFORMADO

**Título de la investigación:** Campaña gráfica de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer Sandoval, San Martín de Porres, 2023.

**Objetivo del estudio**

Determinar la influencia de la campaña gráfica en la mejora de la convivencia escolar en estudiantes del colegio Juan Valer, San Martín de Porres 2023

**Procedimiento del estudio**

- Se llevará a cabo un programa de intervención que constará de 4 sesiones, en las cuales se brindarán algunas piezas gráficas para la interacción.
- Finalizando las 4 sesiones, se procederá a la aplicación de una encuesta.
- La encuesta puede demorar de 10 a 15 minutos y las respuestas se almacenarán respetando la participación de cada estudiante, la cual será totalmente anónima y confidencial.

Mi nombre es Katherine Stefanny Paredes Cabel y soy estudiante de Arte y Diseño Gráfico Empresarial. Actualmente me encuentro realizando un estudio que tiene como propósito mejorar la convivencia escolar en los estudiantes debido a tantos casos de bullying que hay en las escuelas.

Tu participación en el estudio consistiría en responder una encuesta de preguntas de sí y no, de forma voluntaria. Aun cuando tus padres y/o apoderado hayan brindado la autorización para tu participación. Si no deseas formar parte del estudio puedes decir que no. Es tu decisión si participas o no. Es importante que tengas en cuenta que, si no quieres continuar en el estudio, no habrá ningún problema, o si no quieres responder a alguna pregunta en particular, tampoco habrá problema.

Esta información será confidencial. Esto quiere decir que no diremos a nadie tus respuestas, sólo lo conocerán el investigador y su equipo de trabajo.

Si aceptas participar, marca con una "x" en el recuadro que dice "Acepto participar", luego escribe tu nombre.

Acepto participar

Nombre y firma de la persona/investigador que obtiene el asentimiento:

Investigador: Katherine Paredes Cabel

Fecha: 16/05/2023

## ANEXO 11. Carta de aceptación

Calle Los Rosales, San Martín de Porres  
Lima, 30 de junio de 2023

### CARTA DE ACEPTACIÓN

**Señores:** E.P de Arte & Diseño Gráfico Empresarial

**Atención:** Aurelia Sajamin Méndez

Presente. -

### ASUNTO: AUTORIZACIÓN

Teniendo el agrado de dirigirme a usted, con la finalidad de hacer de su conocimiento que la Srta. Katherine Stefanny Paredes Cabel, identificada con DNI N° 75186957, estudiante de la Escuela Profesional de Arte y Diseño Gráfico Empresarial perteneciente a la Universidad César Vallejo, ha sido autorizada para realizar una encuesta para nuestra Institución Educativa Coronel Juan Valer Sandoval, teniendo como fecha inicial 16 de Mayo del 2023 y como fecha de culminación el 15 de Junio del 2023, en los salones tercer, cuarto y quinto grado de primaria.



  
Mg. Aurelia Sajamin Mendez  
DIRECTORA  
DNI: 10206759



# Aprendemos a convivir

Campaña gráfica

Por. Katherine Paredes Cabel



Aprendemosaconvivir



### Razón social:

Institución Educativa coronel Juan Valer Sandoval

### Distrito:

San Martín de Porres

### Ubicación:

Manzana A Lote 10 Calle Los Rosales

### ¿Qué es la convivencia escolar?

La convivencia escolar es el conjunto de **relaciones interpersonales** entre los integrantes de la comunidad educativa. Es una construcción colectiva y cotidiana, cuya responsabilidad es compartida por directivos, docentes, administrativos, estudiantes y familias. Se **construye** a través de las relaciones que se producen entre todas las personas que forman.

### ¿Qué son las normas de convivencia?

Las normas de convivencia son un conjunto de **pautas** de comportamientos sociales que han sido establecidas por un grupo de personas o una comunidad. Estas normas se sustentan en el respeto que debe existir entre los individuos, buscan **promover** el buen trato y la vida en armonía dentro de la sociedad.




Aprendemos  
a convivir 



## concepto

Elaborar piezas gráficas que refuercen el conocimiento de la importancia del cumplimiento de las normas de convivencia en el aula.

## Objetivos

-  Elaborar una campaña gráfica de fácil entendimiento sobre la convivencia escolar.
-  Generar una reflexión en los estudiantes acerca de las conductas que presentan en el aula.
-  Fomentar a través del recurso visual una manera más práctica de que el docente presente las normas de convivencia en sus clases.

## Publico objetivo

- **Edad:** 6 a 11 años
- **Nivel de grado:** Primaria
- **Sexo:** masculino y femenino
- **Alumnos** que formen parte de la I.E coronel Juan Valer Sandoval



Aprendemos  
a convivir 



# BRIEF CREATIVO

## Logotipo

Aprendemos  
a convivir 

Tipografía: Candle Light Free

## colores principales



CMYK: 0%, 24%, 95%, 0%  
RGB: 255, 210, 0  
HEX: ffd200



CMYK: 0%, 42%, 96%, 0%  
RGB: 240, 173, 0  
HEX: foad00

## Fuentes tipograficas

**Mikan demo regular**

**abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz**

*candle light Free*

*abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz*

**Raleway**

abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz

## ANEXO 13. Piezas gráficas



Banner principal de la campaña





**NORMAS DE CONVIVENCIA**

**Definición**

Son pautas que ayudarán como debe ser el comportamiento y ayudarán a resolver muchos problemas, facilitando la búsqueda de soluciones.

Aprendemos a convivir

f @ Aprendemosaconvivir

Aprendemos a convivir

**NORMAS DE CONVIVENCIA**

- ★ Levantar la mano para hablar.
- ★ Pedir permiso para ir al baño.
- ★ Escuchar al compañero.
- ★ Mantener una buena higiene.
- ★ No gritar dentro del aula.
- ★ Saludar al ingresar al aula.

f @ Aprendemosaconvivir





Aprendemos a convivir 



**NORMAS DE CONVIVENCIA**

- ★ Trabajar en equipo.
- ★ Ser ordenados al estudiar.
- ★ Participar activamente
- ★ Cumplir con las normas.
- ★ Mantener una buena higiene.
- ★ Vestir apropiadamente.

  [Aprendemosaconvivi](#)

Aprendemos a convivir 



**NORMAS DE CONVIVENCIA**

- ★ Escuchar a los maestros.
- ★ Ayudar a los compañeros.
- ★ Tener orden en el aula.
- ★ Se debe saludar y despedirse
- ★ Ser ordenado.
- ★ Pedir la palabra al hablar.

  [Aprendemosaconvivi](#)

# RECOMENDACIONES



Aprendemos a convivir 

 Tus palabras dejan huella en tus compañeros, por ello cuida lo que vas a decir

  [Aprendemosaconvivir](#)

# CONOCIENDO LOS VALORES



-  Respeto
-  Responsabilidad
-  Honestidad
-  Puntualidad

→  
Desliza para ver más

Aprendemos a convivir 

  [Aprendemosaconvivir](#)



Post en redes sobre consejos e importancia de los valores en la convivencia escolar

A social media post with a yellow background and a light blue paper note pinned with a paperclip. The note has a list of three dots on the left side. The word 'Tolerancia' is written in large, bold, yellow letters. Below it, the text reads: 'Este valor se basa en el respeto hacia los demás o hacia lo que es diferente a lo propio.' At the bottom of the post, there is a wavy yellow border containing the text 'Aprendemos a convivir' with a heart icon, and social media icons for a book, Facebook, and Instagram, followed by the text 'Aprendemos a convivir'.

## Tolerancia

Este valor se basa en el respeto hacia los demás o hacia lo que es diferente a lo propio.

Aprendemos a convivir

Aprendemos a convivir

A social media post with a yellow background and a light blue paper note pinned with a paperclip. The note has a list of three dots on the left side. The word 'Solidaridad' is written in large, bold, yellow letters. Below it, the text reads: 'Es la acción de dar, ayudar y apoyar a otra persona que vemos o sabemos que lo necesita sin esperar que nos devuelvan esa acción.' At the bottom of the post, there is a wavy yellow border containing the text 'Aprendemos a convivir' with a heart icon, and social media icons for a book, Facebook, and Instagram, followed by the text 'Aprendemos a convivir'.

## Solidaridad

Es la acción de dar, ayudar y apoyar a otra persona que vemos o sabemos que lo necesita sin esperar que nos devuelvan esa acción.

Aprendemos a convivir

Aprendemos a convivir



## Respeto

- Es un valor que permite al ser humano reconocer, aceptar, apreciar y valorar las cualidades del prójimo y sus derechos
- 
- 
- 
- 

Aprendemos a convivir 

  [Aprendemosaconvivir](#)



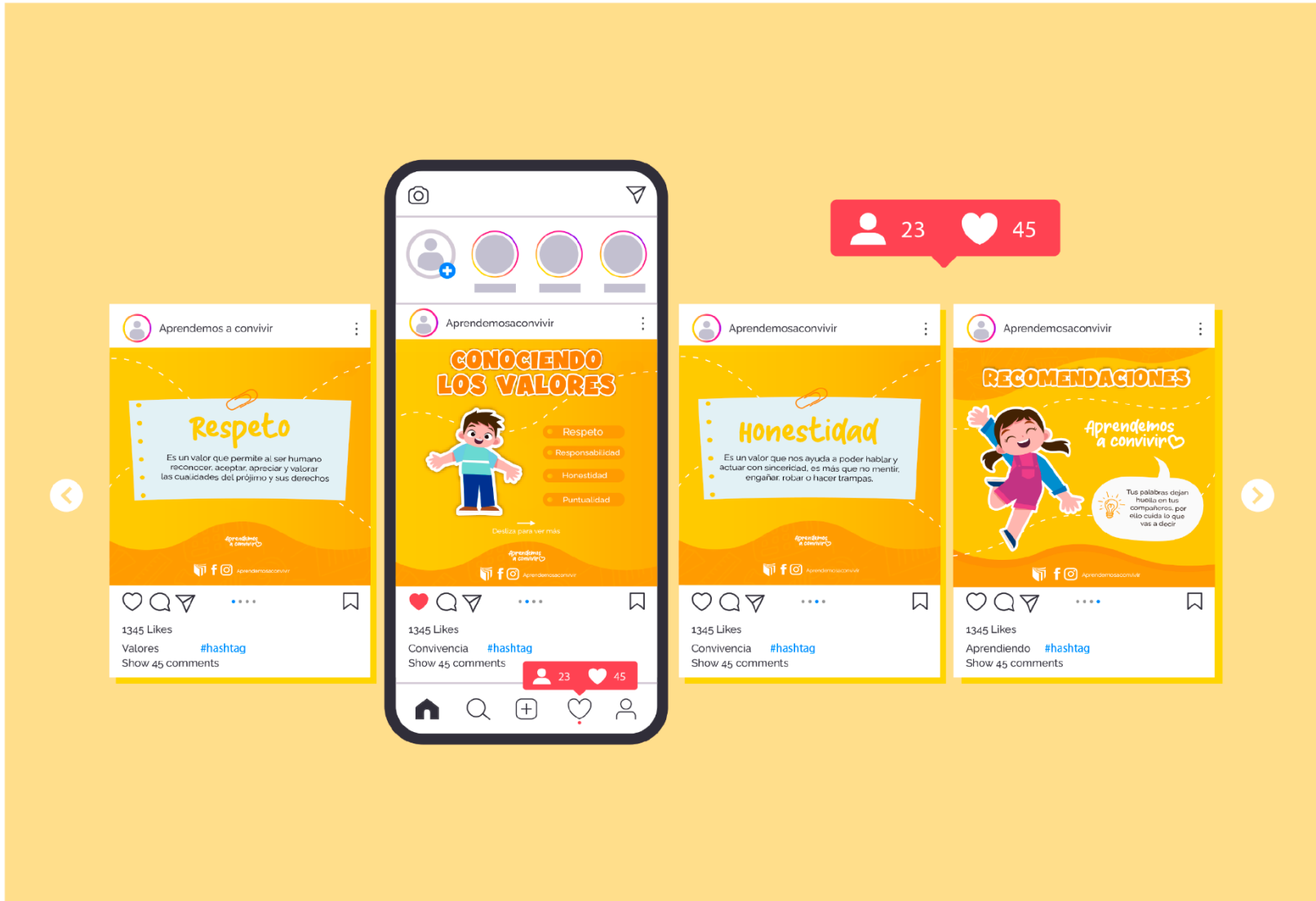
## Honestidad

- Es un valor que nos ayuda a poder hablar y actuar con sinceridad, es más que no mentir, engañar, robar o hacer trampas.
- 
- 
- 
- 

Aprendemos a convivir 

  [Aprendemosaconvivir](#)

# POST EN REDES



 **POST  
EN REDES**





# MERCHANDISING - SEPARADORES - LIBRETAS

Aprendemos  
a convivir



Para una sana  
**convivencia**  
súmate  
al buen trato



Aprendemos  
a convivir



Juntos  
**lograremos**  
la armonía  
en el aula



**MEJOREMOS**  
nuestra  
**CONVIVENCIA**  
escolar

Aprendemos  
a convivir





MERCHANDISING - GORROS



**MEJOREMOS NUESTRA  
CONVIVENCIA**

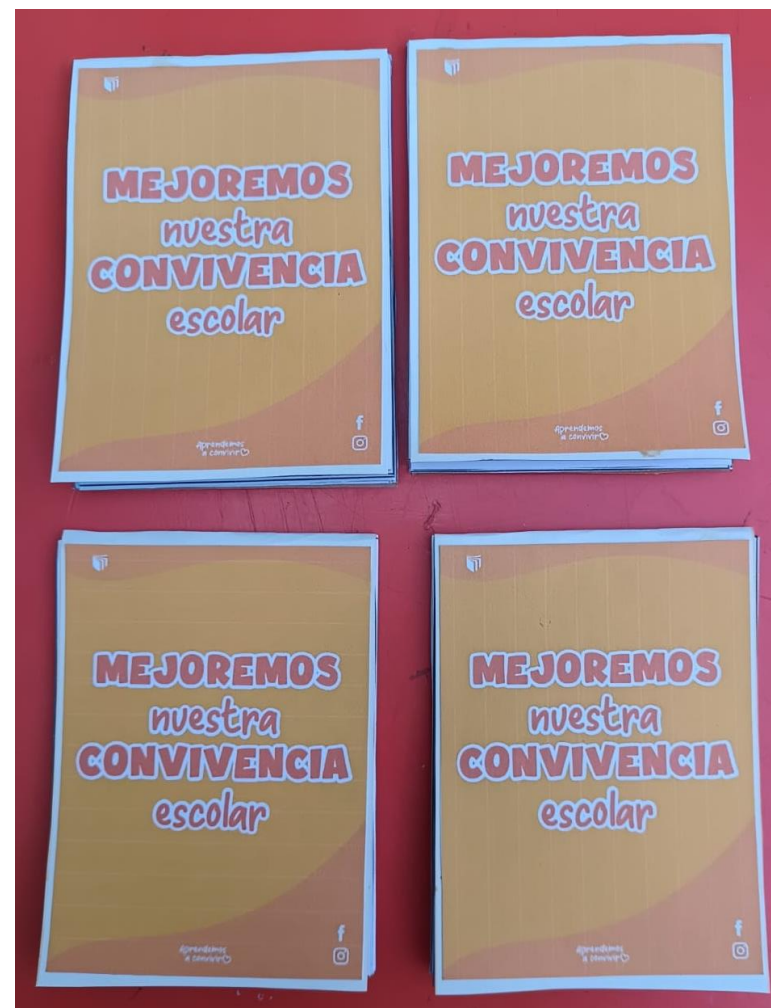


Aprendemos  
a convivir 



# ANEXO 14. Evidencias de la campaña gráfica

## EVIDENCIAS





# EVIDENCIAS



Souvenirs





# EVIDENCIAS

Mesa de merchandising





# EVIDENCIAS

Foto con la directora de la I.E





# EVIDENCIAS





# EVIDENCIAS





# EVIDENCIAS

