



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

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

Campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual de niños de 3°,
4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

AUTOR:

Javier Hilario Choque Huallpa

ASESORA:

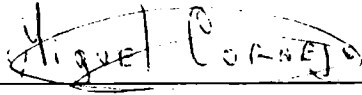
Mg. Jessica Marisol Rodarte Santos

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

**ARTE VISUAL Y SOCIEDAD: ANÁLISIS Y DESARROLLO DE PROCESOS DE
COMUNICACIÓN VISUAL, EN EL AVANCE DE LA SOCIEDAD
CONTEMPORÁNEA**

LIMA - PERÚ

Año 2017

A handwritten signature in black ink, reading "Miguel Cornejo", is written over a horizontal line.

Miguel Antonio Cornejo Guerrero Ph.D.
Presidente

Mg. Rocío Bernaza Zavala
Secretario

Lic. Juan Tanta Restrepo
Vocal

DEDICATORIA

Este proyecto lo dedico a una persona especial que ya no está conmigo que es mi padre Alfredo Choque y mi abuelito, yo sé que me apoyan desde arriba y que están orgullosos de mí.

AGRADECIMIENTO

Agradezco al todo poderoso por hacer que siga mi camino con la mirada al frente, como también a mi familia a mi madre Nicolasa, mi hermana Lizbeth, mi hermano Nelson y mi abuelita que siempre están cuando los necesito y todos mi amigos que me conocen.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Javier Hilario Choque Huallpa con DNI N° 74654646 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Arte y Diseño Gráfico Empresarial, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Lima, 28 de Noviembre del 2017

Javier Hilario Choque Huallpa

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual de niños de 3°, 4° y 5° grado de primaria de dos I.E del distrito de Los Olivos-Lima, 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

Javier Hilario Choque Huallpa

ÍNDICE

	pag.
Dedicatoria	III
Agradecimiento	IV
Declaración de autenticidad	V
Presentación	VI
Resumen	VIII
Abstract	IX
I INTRODUCCIÓN	1
1.1 Realidad problemática	1
1.2 Trabajos previos	3
1.3 Teorías relacionadas	7
1.4 Formulación del problema	10
1.4.1 Problema general	10
1.4.2 Problemas específicos	10
1.5 Justificación del estudio	11
1.6 Hipótesis	11
1.6.1 Hipótesis general	11
1.6.2 Hipótesis específicos	11
1.7 Objetivos	12
1.7.1 Objetivo general	12
1.7.2 Objetivos específicos	12
II MÉTODOS	14
2.1 Diseño, tipo y nivel de investigación	14
2.2 Variables y operacionalización	14
2.3 Población, muestra y muestreo	18
2.3.1 Población	18

2.3.2	Muestra	18
2.3.3	Muestreo	19
2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	19
2.5	Métodos de análisis de datos	22
2.6	Aspectos éticos	34
III	RESULTADOS	35
IV	DISCUSIÓN	39
V	CONCLUSIÓN	42
VI	RECOMENDACIONES	44
VII	REFERENCIAS	46
	ANEXOS	48

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	Instrumento de recolección de datos	48
Anexo 2	Tabla de evaluación de expertos n° 1	49
Anexo 3	Tabla de evaluación de expertos n° 2	50
Anexo 4	Tabla de evaluación de expertos n° 3	51
Anexo 5	Permiso del colegio Guzmán y Valle	52
Anexo 6	Permiso del colegio Cueto Fernandini	53
Anexo 7	Digitalización de los datos en el SPSS	54
Anexo 8	Recursos y presupuesto	56
Anexo 9	Brief	57
Anexo 10	Aplicación de las encuestas a los estudiantes	67
Anexo 11	Cronograma de la campaña realizada	68
Anexo 12	Gráfico de barras	68
Anexo 13	Operacionalización de variables	74
Anexo 14	Matriz de consistencia	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla n° 1	Clasificación de variables	15
Tabla n° 2	Cuadro de operacionalización de la variable x	16
Tabla n° 3	Cuadro de operacionalización de la variable y	17
Tabla n° 4	Tabla de validación de experto	20
Tabla n° 5	Prueba binomial	21
Tabla n° 6	Cuadro estadístico de fiabilidad	21
Tabla n° 7	Frecuencia de la pregunta N°1	22
Tabla n° 8	Frecuencia de la pregunta N°2	23
Tabla n° 9	Frecuencia de la pregunta N°3	23
Tabla n° 10	Frecuencia de la pregunta N°4	24
Tabla n° 11	Frecuencia de la pregunta N°5	24
Tabla n° 12	Frecuencia de la pregunta N°6	25
Tabla n° 13	Frecuencia de la pregunta N°7	25
Tabla n° 14	Frecuencia de la pregunta N°8	26
Tabla n° 15	Frecuencia de la pregunta N°9	26
Tabla n° 16	Frecuencia de la pregunta N°10	27
Tabla n° 17	Prueba de normalidad de las variables de campaña de concientización sobre el cuidado del agua y la percepción visual.	28
Tabla n° 18	Cuadro de la correlación de las variables de campaña de concientización sobre el cuidado del agua y la percepción visual.	28
Tabla n° 19	Prueba de normalidad entre las dimensiones medios visuales y la percepción del color	29
Tabla n° 20	Cuadro de la correlación de las dimensiones medios visuales y la percepción del color	30

Tabla n° 21	Prueba de normalidad entre las dimensiones medios visuales y la percepción de la forma	30
Tabla n° 22	Cuadro de la correlación de las dimensiones medios visuales y la percepción de la forma	31
Tabla n° 23	Prueba de normalidad entre las dimensiones elementos del diseño y la percepción del color	32
Tabla n° 24	Cuadro de la correlación de las dimensiones elementos del diseño y la percepción del color	32
Tabla n° 25	Prueba de normalidad entre las dimensiones elementos del diseño y la percepción del color	33
Tabla n° 26	Cuadro de la correlación de las dimensiones elementos del diseño y la percepción de la forma	34

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico n°1	Gráfico de barras pregunta n° 1	68
Gráfico n°2	Gráfico de barras pregunta n° 2	69
Gráfico n°3	Gráfico de barras pregunta n° 3	69
Gráfico n°4	Gráfico de barras pregunta n° 4	70
Gráfico n°5	Gráfico de barras pregunta n° 5	70
Gráfico n°6	Gráfico de barras pregunta n° 6	71
Gráfico n°7	Gráfico de barras pregunta n° 7	71
Gráfico n°8	Gráfico de barras pregunta n° 8	72
Gráfico n°9	Gráfico de barras pregunta n° 9	72
Gráfico n°10	Gráfico de barras pregunta n° 10	73

RESUMEN

Este proyecto de investigación tiene como objetivo determinar la relación entre la campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017. Se seleccionó una muestra de 272 alumnos para la recolección de datos y posterior a ello un análisis, así mismo se empleó como técnica la encuesta con 10 preguntas y cada una con respuestas a base de la escala de Likert.

La información obtenida fueron subidos y procesados utilizando el programa SPSS Statistics V.22.0, logrando así obtener como coeficiente de Alfa de Cronbach 0,830 siendo ello un resultado aceptable.

Finalmente se logró generar el análisis descriptivo de los resultados de las encuestas y también la contratación de hipótesis, dando así resultados positivos entre las variables, lo cual hizo que acepte la hipótesis de la investigación y que rechace la nula, por lo tanto podemos decir que si existe relación entre campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.

Palabras Claves:

Campaña, piezas gráficas, diseño, percepción visual, cuidado del agua

ABSTRACT

This research project aims to determine the relationship between the awareness campaign on water care and the visual perception of 3rd, 4th and 5th grade primary school students from two I.E. of the district of Los Olivos-Lima, 2017. A sample of 272 students was selected for the data collection and after that an analysis was also used as a survey technique with 10 questions and each one with scale-based answers of Likert.

The information obtained was uploaded and processed using the program SPSS Statistics V.22.0, thus obtaining Cronbach's alpha coefficient of 0.830 being an acceptable result.

Finally, it was possible to generate the descriptive analysis of the results of the surveys and also the contracting of hypotheses, thus giving positive results among the variables, which made that it accepts the hypothesis of the investigation and that rejects the null, therefore we can say that if there is a relationship between the water Care Awareness campaign and the visual perception of 3rd, 4th and 5th grade primary school students from two I.E. of the district of Los Olivos-Lima, 2017.

Keywords:

Campaign, graphic parts, design, visual perception, water care

I INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

Hoy en día el problema de contaminación del medio ambiente y el mal uso de nuestros recursos naturales es cada vez más grave, un ejemplo claro es el uso no adecuado que damos al agua, tenemos que ser conscientes de que desperdiciamos mucho recurso hídrico no solo en nuestro país también en el mundo entero, pero qué pasa, ¿Cuál es el problema? ¿Acaso no existe una forma de educar o de informar a las personas?, la respuesta es que si y una forma son las campañas sociales las cuales se pueden aplicar en colegios, distritos, pueblos, etc. Sin embargo nos hacemos otra interrogante si existen estas campañas ¿por qué se sigue perdiendo nuestro recurso natural?, en un artículo publicado en un diario *online* "Los Andes" (Lima) el 6 de enero del 2017 donde se menciona que Las reservas de SEDAPAL al 31 de diciembre de 2016 son casi 41% menores que las del 2011 que la situación actual es 41% más crítica que la vivida en los últimos 5 años (Sedapal, s.f., párr.3). Por ende se hizo una investigación para saber qué distrito de la ciudad de Lima consume más agua, en un artículo publicado en la página online de "RPP" (Lima) menciona que es el distrito de San Isidro y el que menos es Chosica.

Bajo esta información de estadísticas se ha optado tener como objetivo determinar cuál es la relación entre la campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017. Para ello se realizara una campaña a los niños ya que ellos tienen una mente dispuesta a recibir información a diferencia de un adulto que ya tiene la mente formada con esto no quiere decir que una persona mayor no pueda recibir información simplemente ellos tienen ya una idea y un pensamiento desarrollado, y el distrito que he tomado en este caso para realizar mi investigación fue el distrito de Los Olivos (Lima) ya que se encuentra en la estadística publicada en la página online de "RPP" en la parte de los distritos que más consumen agua con una cantidad de 124.6 litros de agua por persona y es por eso que se quiere realizar la investigación en dicho distrito.

Cabe mencionar que la segunda variable es la percepción ya que con esto se quiere saber cómo se percibe la campaña, los colores, la forma de las piezas gráficas si le gusta o no y si pudieron entender lo que contiene (la información) como se dijo en un inicio los niños en esa edad están abiertos a la información visual, por lo tanto la percepción abarca muchos ámbitos como la psicología, educación, pero se enfocara en el ámbito del diseño gráfico por ello se elaboró el siguiente planteamiento del problema ¿Cuál es la relación entre la campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017?

Con este proyecto de investigación se quiere aportar a futuras investigaciones a que sirvan como referente, sin embargo en este trabajo no se pretende a que los niños aprendan o se concienticen ya que es una investigación de diseño no experimental y nivel correlacional por lo tanto solo se busca la relación que existe entre mis dos variables que son campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual, por ende no se aportara ninguna teoría y ni una forma de enseñar, básicamente tendrá el diseño de una campaña mas no el proceso, las piezas que se ha utilizado, los gráficos o dibujos, etc,

La investigación es viable ya que se puede aprovechar las impresiones por millar en afiches y folletos ya que te cuesta una cantidad menos así poder llegar a todos y aparte que se tendrá el apoyo de los colegios visitados que quedan en el distrito de Los Olivos – Lima y aparte que hablar del cuidado del agua es muy importante hoy en día.

1.2 Trabajos previos

Autores nacionales de la primera variable

En el tema de campaña ha sido un poco difícil encontrar a un autor nacional que haya hecho una investigación parecida al proyecto y es por esa razón que solo se ha obtenido solo dos autores nacionales es el que más se asemeja a la investigación que se está realizando.

Paco y Sánchez (2015) titulan su investigación: “campaña gráfica para mejorar la comprensión sobre la prevención del cáncer de mama 2015”, para optar el título de licenciados en arte y diseño gráfico empresarial. La investigación tiene como objetivo general mejorar la comprensión sobre la prevención del cáncer de mama en usuarios de hospital regional Lambayeque. En su investigación realizada tiene el enfoque cuantitativa, la muestra que manejan es no probabilística de una población de 96 familiares, mujeres de 25 a 30 años de edad, el instrumento utilizado es una encuesta con preguntas que tenían la escala de Likert. Finalmente llegaron a la conclusión de que la propuesta de campaña gráfica realizada mejora la comprensión sobre la prevención del cáncer de mama en usuarios del hospital regional de Lambayeque.

Rojas (2016) titula su investigación: “campaña gráfica social para la protección y adopción de animales callejeros en Chiclayo” para optar el título de licenciado en arte diseño gráfico empresarial, la investigación tiene como objetivo general aplicar una campaña gráfica social para la protección y adopción de animales callejeros en Chiclayo, En su investigación realizada tiene el enfoque cuantitativo la muestra que se maneja es de 384 personas, el instrumento utilizado es una encuesta, finalmente llego a la conclusión de que las piezas graficas realizadas esa campaña ayudaron a que se enteren de la campaña social que existía

Autores nacionales de la segunda variable

En el tema de percepción si se han podido encontrar varios autores que han hecho una investigación con el tema propuesto y estos son los que más se asemejan al proyecto.

Arias, Chocca y Angulo (2014) titula su investigación: “La percepción visual y su relación con la comprensión lectora en niños de 5 años del pronoei “casita del saner” de Huaycan – lima, 2014”, para optar el título de licenciado en educación. La investigación tiene como objetivo general determinar la relación entre la percepción visual y el nivel de comprensión lectora en niños de 5 años del pronoei “casita del saner” de Huaycan – lima, el tipo de investigación que maneja es descriptiva correlacional, maneja una población y muestra de 30 niños de 5 años matriculados, los instrumentos utilizados fueron pruebas y fichas. Finalmente llegaron a la conclusión de que si existe una relación entre sus dos variables planteadas que serían percepción visual y comprensión lectora.

Armas y Morillo (2013) titula su investigación: “Influencia de la imágenes en el desarrollo de la percepción visual en los niños de 4 años del jardín “pinillos Goicochea” 207 de la urbanización Palermo, Trujillo-2011”, para optar el título de licenciada en educación inicial. La investigación tiene como objetivo general demostrar si el uso de imágenes ayuda a mejorar la percepción visual en los niños de 4 años de la I.E.E “Alfredo Pinillos Goicochea” 207 de la urbanización Palermo, Trujillo-2011. En la investigación tiene el tipo de investigación aplicada y el diseño es pre-experimental, la población que maneja es 25 niños y su muestra está conformada por los 17 niños y 8 niñas, el instrumento utilizado fue un test. Finalmente llego a la conclusión de que los niños al aplicarle el programa de imágenes lograron mejorar claramente su percepción visual.

Olivera (2012) titula su investigación: “Usos y percepciones de los niños y niñas respecto a la laptop XO del programa “una laptop por niño”, para optar el título de licenciada en ciencias y artes de la comunicación. La investigación tiene como objetivo general conocer las percepciones y usos de los niños de la I.E: Huarangal de la I.E: Guillermo Wagner de Cieneguilla con respecto a la laptop XO del programa laptop por niño. La investigación tiene el enfoque cualitativo, la población que maneja es de dos colegios de 6° grado pero su muestra es 13 niños, 2 directores y 2 profesores, el instrumento utilizado es la entrevista semiestructurada. Finalmente llego a la conclusión de que los niños

dependen de la información que recibe ya sea de los profesores o directores acerca del tema y que de ahí ellos tendrán una percepción suya.

Autores internacionales de la primera variable

Chigüichón (2006) titula su investigación: “campaña publicitaria para concientizar a los pilotos de buses extraurbanos sobre la importancia de registrarse en la dirección general de transportes”, para optar el título de licenciada en diseño gráfico. La investigación sostiene como objetivo general mejorar el proceso interno de consecionamiento de rutas y horarios para evitar la saturación de rutas, actos de competencia de carretera y evitar accidentes lamentables. En su investigación realizada utiliza dos tipos de enfoque cualitativo y cuantitativo. El tipo de muestreo fue no probabilístico, se aplicaron una encuesta de 13 preguntas a hombres de 25 a 60 años de edad con un nivel educativo de 6to de primaria que residan en la capital de Guatemala y por otro lado también utilizaron las entrevistas de intercepción en lugares centrales donde estaba su público objetivo. Finalmente con la investigación se llegó a la conclusión de que las piezas de diseño se deben decir con claridad para que ellos puedan visitar la dirección General de Transportes y hacer su registro.

Reyes (2005) titula su investigación: “Campaña publicitaria de concientización de apoyo económico para PRODIC ONG proyectos de desarrollo integral comunitarios” para optar el título de licenciada de diseño gráfico en publicidad”. El proyecto tiene como objetivo general diseñar la campaña publicitaria de concientización para obtener el apoyo económico de instituciones gubernamentales, no gubernamentales. Nacionales e internacionales, asimismo, dar a conocer su operación y funcionalidad ante la población de Guatemala. En su investigación realizada tiene el enfoque cuantitativo, la población que manejo es de 100 personas con una muestra de 50 personas, y el instrumento que se utilizo fue de las encuestas donde tenía preguntas claras y concisas. Finalmente llegó a la conclusión de que se efectuaron cambios de la imagen que representa la comunicación en las piezas graficas lo cual logra una mejor comprensión e impacto visual para

cada una de las personas que conforman el grupo objetivo a quien va dirigido la campaña de concientización.

Recalde (2014), titula su investigación: "Campaña de concientización sobre el estrés infantil" para optar el título de licenciado en comunicación organizacional y relaciones públicas. La investigación tiene como objetivo general concientizar los factores presentes en el ambiente de los niños y niñas que causan estrés y afecta a su desarrollo emocional, psicológico y físico, además de informar cómo pueden ayudar los padres, cuidadores y educadores a manejar situaciones amenazantes. En su investigación realizada tiene el enfoque cualitativo, la población que maneja es de hombres y mujeres mayores de 18 años, el instrumento que se ha utilizado es entrevistas en especialistas del tema a tratar y opiniones de padres de familia. Finalmente llegó a la conclusión de que al desarrollar la campaña se pudo llegar a muchas personas e influirlos y aportar algo a la sociedad con el tema que se desarrolló

Autores Internacionales de la segunda variable

Lescano (2013), titula su investigación: "La percepción visual en el desarrollo de los procesos cognitivos en niños de 3-5 años en el centro de desarrollo infantil "unikids" de la ciudad de Ambato en el periodo abril septiembre 2011", para optar el título de licenciada en estimulación temprana. La investigación tiene como objetivo general determinar la intervención de la percepción visual en el desarrollo de los procesos cognitivos. En la investigación realiza tiene el enfoque cualitativa, la población que maneja es de 40 personas y tiene una muestra probabilístico, el instrumento utilizado es una encuesta, un cuestionario y el test de brunnet- lezinne. Finalmente llegó a la conclusión de que los niños solo ven a simple vista, y no observan con determinación las pequeñas cosas y que más se enfocan en imágenes que conoces, y no presta atención en cosas que no conocen.

Correa (2007), titula su investigación: "Conciencia fonológica y percepción visual en la lectura inicial de niños del primer grado de primaria, para optar el título de licenciada en psicología". La investigación tiene como objetivo general determinar la relación de la conciencia fonológica y la

percepción visual en el desempeño de la lectura. En la investigación tiene el enfoque cualitativo de nivel descriptivo y tipo correlacional, la población que manejo es de 197 alumnos y la muestra ha sido todo el alumnado, el instrumento utilizado fue el test de habilidades metalingüísticas. Finalmente llegó a la conclusión de que las habilidades fonéticas correlacionan más con el desempeño lector, la percepción visual también juega un rol muy importante por lo tanto ambos procesos son indispensables para el aprendizaje de la lectura por lo que sería necesario que los niños desarrollen esta capacidad

1.3 Teorías relacionadas al tema

En esta investigación se maneja dos temas distintos las cuales son campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual por lo tanto estas serán respaldadas por las teorías de diversos autores Guzmán (2003); Vilajoana (2015); Ambrose y Harris (2013); López y Herrera (2008) y por la percepción Villafaña (2007); Cecilia (2011); Jiménez (1985) las cuales me ayudarán a sustentar la tesis.

Comenzamos con el primer aspecto ya que hablar de campaña es hablar de publicidad, marketing, (Guzmán, 2003, p.7).define que la campaña es un medio de publicidad muy amplia en donde se puede transmitir anuncios diferentes, sin embargo también puede ser una estrategia de poder cumplir objetivos y dar una solución a un problema utilizando en práctica la creatividad y medios de comunicación. De la misma forma (Guzmán, 2003, p.7) define que la campaña publicitaria se divide en tipos en la cuales están clasificados en según de tipo de campaña por lo tanto esta investigación está en la parte de la identificación de producto y de bien público ya que son campañas no comerciales más para cambiar actitudes de personas.

Otra de las definiciones sobre campaña es lo que menciona (Vilajoana, 2015, p.9) donde define que la campaña tiene como finalidad hacer llegar un mensaje entendible al público al cual va dirigido y que está siempre tiende a tener una previa de información para luego ha de ser elaborado como una estrategia.

Luego del primer aspecto se divide en dos subtemas las cuales serán importantes para la investigación y estas se denominan de la siguiente manera medios visuales y elementos de diseño de una campaña ya que ambos se relacionan, una campaña necesita de medios para transmitir el mensaje pero este mensaje no podría ser transmitido sin los elementos del diseño. Pero ya continuando con mi primer componente que vendría a ser los medios visuales donde (Guzmán, 2003, p.18) menciona siempre ayudan a que el mensaje que se quiere transmitir llegue al público pero también menciona que existen diferentes medios, según lo que quieras transmitir a las personas, la investigación que se realiza será en visuales de forma directa a lo que menciona el autor o más como se le denomina medios auxiliares y entre ellos están diversas piezas graficas de los cuales solo se tomara tres piezas para realizar la campaña que son banner, afiches y trípticos los cuales servirán para poder brindar la información sobre el cuidado del agua.

Siguiendo con el contexto mi siguiente tema a tratar elementos del diseño, ya que en una campaña siempre van a intervenir para desarrollar un buen mensaje (Ambrose y Harris, 2013, p.120) se hacen referencia de que el diseño tiene elementos lo que significa que se debería sacar provecho en distintos ámbitos y aparte que estos relacionan muy bien con mis aspectos, lo cual hace indispensable mencionarlo. Por ende se ha elaborado mis instrumentos de acuerdo a los autores que han mencionado imagen, tipografía y color son las que conforman en parte el componente.

También no solo sustento con ese autor también con (López y Herrera, 2008, p.132) donde también ellos hacen una mención de que los elementos que conforman son importantes para la transmisión de un mensaje claro que también existen varios recursos pero se ha tomado solo tres porque está de acuerdo a lo que yo quiero realizar la campaña. Y estos instrumentos serán fundamentales para resolver la correlacional de mis dos aspectos de que existe una relación o no.

Continuando con la investigación el segundo aspecto es percepción si bien es cierto este es un poco amplio y que involucra dos temas muy grandes que es la psicología y la educación pero como la investigación es de diseño

gráfico encontré algunos autores que hablaban sobre la percepción visual así que sobre estas teorías se va sustentar (Villafaña, 2007, p.23) da su definición acerca de la percepción en general iniciando que el hombre supo del mundo a través de los cinco sentidos que poseemos y que todo ello se dé denomina como percepción, de ahí da otra definición de percepción visual y que esta si tenía que ver con mi investigación en donde la mención de que es la capacidad de organizar elementos con la vista y lo agrupamos con facilidad. Cabe recalcar que para el sustento no es el único autor donde me da la definición de la percepción visual (Cecilia, 2011, p.8) interpreta que el tema desarrollado es un proceso en donde el cerebro transforme el mensaje recibido de los ojos y esto hace que recuerde o recrees, por lo tanto la campaña a realizar debe ser algo dinámico donde exista dibujos, color y entre otros, para que de esta manera se pueda interactuar con el público, cada medio de comunicación (pieza gráfica) tendrá una forma distinta de llevar el mensaje esto hará que el niño perciba de manera diferente la campaña y preste más atención.

Reanudando con el desarrollo del tema la percepción visual lo he dividido en dos que vendría ser percepción del color y percepción de la forma, en si existen más pero de acuerdo a la investigación que se realiza se ha decido tomar solo esos, ya que el autor que me fundamenta es el mismo del cual me da la definición menciona que existen cuatro percepciones visuales pero se tomara solo dos de ellos que son las que se mencionó de color y forma, asimismo (Cecilia, 2011, p.10) concuerda con las percepciones que existen y que también hace mención de ellas, por lo tanto debido a que existe dos autores que me dicen lo mismo he decido tomar los componentes mencionados.

Siguiendo con el orden la percepción del color de lo que vendría a ser en el desarrollo de la investigación, donde el (Villafaña, 2007, p.31) menciona que el color es una fuente de información que hace que todos tengamos una experiencia en común, por ello se puede decir que el color es una fuerte comunicación visual de acuerdo a los significados que cada una de estas puede poseer (López y Herrera, 2008, p.5) menciona que el color y la forma muchas veces van juntas ya que los dos pueden resaltar mucho mejor, pero

normalmente el que gana el color es depende del contexto para que sobresalga, lo cual hace que mencione la forma como mi segunda variable.

El siguiente aspecto a trabajar es la de percepción de la forma por ello volveré a mencionar a mi autor base ya que es importante que lo haga para mostrar uniformidad en mi investigación claro luego se completara con más teorías sobre la percepción de la forma (Villafaña, 2007, p.47) menciona que es un factor importante para determinar el objeto por medio de los ojos , es por ello que tenemos la capacidad de ver y captar los detalles de cierto objeto, lo cual es interesante y con la forma en que yo quiero hacer mi campaña pues me va ser útil la percepción de forma ya que como instrumento que se encontró en mismo autor están forma, tamaño y textura las cuales servirán para medir la percepción de la forma. Así también (Jiménez, 1985) menciona que todo lo que aprendemos y conocemos es gracias a los sentidos, lo cual quiere decir que la percepción visual es importante en el desarrollo de nuestras vidas.

1.4 Formulación del problema

1.4.1 problema general

- ¿Cuál es la relación entre la campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017?

1.4.2 problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre medios visuales sobre el cuidado del agua y la percepción del color de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017?
- ¿Cuál es la relación entre medios visuales sobre el cuidado del agua y la percepción de la forma de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017?

- ¿Cuál es la relación entre elementos de diseño sobre el cuidado del agua y la percepción del color de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017?
- ¿Cuál es la relación entre elementos del diseño sobre el cuidado del agua y la percepción de la forma de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017?

1.5 Justificación del estudio

Realizó este estudio para poder graduarme como profesional en diseño gráfico, sin embargo, la investigación también es para poder contribuir a los niños la información sobre el cuidado del agua mediante una campaña de concientización ya que hoy en día no cuidamos este recurso natural que es de vital importancia para el ser humano.

1.6 Hipótesis

1.6.1 hipótesis general

- H_1 : Existe la relación entre la campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.
- H_0 : No Existe la relación entre la campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.

1.6.2 hipótesis específicos

- H_1 : Existe la relación entre medios visuales sobre el cuidado del agua y la percepción del color de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.
- H_0 : No Existe la relación entre medios visuales sobre el cuidado del agua y la percepción del color de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.

- H₁: Existe la relación entre medios visuales sobre el cuidado del agua y la percepción de la forma de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.
- H₀: No Existe la relación entre medios visuales sobre el cuidado del agua y la percepción de la forma de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.
- H₁: Existe la relación entre elementos de diseño sobre el cuidado del agua y la percepción del color de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.
- H₀: No Existe la relación entre elementos de diseño sobre el cuidado del agua y la percepción del color de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.
- H₁: Existe la relación entre elementos del diseño sobre el cuidado del agua y la percepción de la forma de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.
- H₀: No Existe la relación entre elementos del diseño sobre el cuidado del agua y la percepción de la forma de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.

1.7 Objetivos

1.7.1 objetivo general

- Determinar la relación entre la campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.

1.7.2 objetivos específicos

- Determinar la relación entre medios visuales sobre el cuidado del agua y la percepción del color de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.

- Determinar la relación entre medios visuales sobre el cuidado del agua y la percepción de la forma de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.
- Determinar la relación entre elementos de diseño sobre el cuidado del agua y la percepción del color de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.
- Determinar la relación entre elementos del diseño sobre el cuidado del agua y la percepción de la forma de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.

II Método

2.1 Diseño, tipo y nivel de investigación

El siguiente proyecto de investigación tiene el enfoque cuantitativo porque recolecta datos para ser analizado estadísticamente. De la misma forma, el diseño de la investigación es no experimental debido ya que se hace la observación de los fenómenos tal como es sin tener que alterar los variables también se clasifica como diseño transversal ya que se recolecta los datos de las encuestas en un solo tiempo, considerando así una investigación de nivel correlacional y tipo aplicada.. (Hernández, 2010, p. 120)

Diseño

- No experimental

Nivel de estudio

- Correlacional

Tipo

- Aplicada

Según el lugar

- Investigación de campo

2.2 Variables y operacionalización

En esta investigación está desarrollado por dos variables cabe recalcar que uno no depende de la otra ya que no se busca ninguna influencia o causa solo busca la relación que existe entre los dos variables.

Clasificación de variables

Clasificación			
		Según su naturaleza	Según su importancia
variables	Campaña de concientización	Cualitativa nominal	_____
	Percepción visual	Cualitativa nominal	_____

Cuadro elaborado propio (tabla N°1)

Operacionalización de variables

CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN

VARIABLE X

Es un medio de publicidad muy amplia en donde se puede transmitir anuncios diferentes, sin embargo también pueden ser una estrategia de poder cumplir objetivos y dar una solución a un problema utilizando o poniendo en práctica la creatividad y medios de comunicación.(guzman,2003)

Está conformado por las siguientes dimensiones

- Medios visuales
- Elementos de diseño

PERCEPCIÓN VISUAL

VARIABLE Y

La capacidad de organizar elementos con la vista y lo agrupamos con facilidad elementos que contengan colores, formas, texturas entre otras. (Villafaña 2007).

Está conformado por las siguientes dimensiones

- Percepción de color
- Percepción de la forma

Para poder estar más organizado se ha elaborado un cuadro donde se puede observar la clasificación que se ha hecho de las dimensiones.

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Campaña	La campaña está diseñada en forma estratégica para lograr un grupo de objetivos y resolver algún problema crucial. (Guzmán,2003,p.7)	Es una forma de resolver problemas a través de una estrategia en donde brindes un mensaje y que esta llegara al público objetivo.	Medios visuales (Guzmán, 2003, p.18)	Banner (Guzmán, 2003)
				Afiche (Guzmán, 2003)
				Tríptico (Guzmán, 2003)

			Elementos del diseño (Ambrose y Harris. 2013, p.120)	Imagen (Ambrose y Harris. 2013)
				Tipografía (Ambrose y Harris. 2013)
				Color (Ambrose y Harris. 2013)

Tabla elaboración propia N°2

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Percepción visual	La percepción es el proceso de concentración de la actividad perceptiva en su relación con la voluntad selectiva y la lógica, lo cual da como resultado interpretación individual (Villafaña, 2007, p.23)	Es un forma de organizar lo elementos no es como ves tu sino quieres verlo, y también tienes la capacidad de interpretar de acuerdo como ingresa la información por la vista.	Percepción del color (Villafaña, 2007, p.31)	Sensación (Villafaña, 2007)
				Armonía (Villafaña, 2007)
			Percepción de la forma (Villafaña, 2007, p.47)	Forma (Villafaña, 2007)
				Tamaño (Villafaña, 2007)

Tabla de elaboración propia N°3

2.3 Población, muestra y muestreo

2.3.1 Población

La investigación que se está realizando tiene como población dos colegios del distrito de Los Olivos, Lima-Perú, que en total se da una información de 928 alumnos de 3°, 4° y 5° grado de primaria

2.3.2 Muestra

Para poder hallar la muestra se tiene que tomar una fórmula de en el cual emplee mi población que es de 928 alumnos de 3°, 4° y 5° grado de primaria

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + Z^2 p \cdot q}$$

$$n = \frac{928(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.0025 \cdot 927 + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{891.2512}{3.2779}$$

$$n = 272$$

2.3.3 Muestreo

La que técnica de muestreo utilizado para esta investigación es de probabilístico lo cual quiere decir que todos tienen la posibilidad de ser elegidos ya que tienen una probabilidad de 0, el tipo es de aleatorio simple su procedimiento se basa en asignar un número a un individuo de la población y luego por un medio mecánico (sorteo en bolsa, tablas, entre otros).

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de Datos, Validez Y Confiabilidad

2.4.1 Técnica

En esta investigación se utilizara con la técnica de las encuestas para así poder hacer una recolección de datos más detallada.

2.4.2 instrumento

El instrumento utilizado es un cuestionario conformado con 10 preguntas las cuales apoyaran al objetivo de la investigación, las alternativas están en escala de Likert

(5) muy de acuerdo

(4) de acuerdo

(3) ni de acuerdo ni en desacuerdo

(2) en desacuerdo

(1) muy en desacuerdo

La razón porque se ha elegido estas 5 alternativas es para que los niños tengan una mayor variedad de responder a las preguntas lo cual esto hará que tenga más nivel de confianza la investigación

2.4.3 Validez y confiabilidad

Para la investigación el instrumento debió de ser validado por expertos en el campo de diseño es por esa razón que se llevó una tabla donde tenía 11 ítems

las cuales verificaba el experto para poder validar el instrumento de la investigación.

Tabla de validación de experto

ITEMS	PREGUNTAS	Experto 1	
		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	
	TOTAL	10	1

Cuadro elaborado propio (tabla N°4)

Por lo tanto a este instrumento se debía elaborar una prueba binomial y es lo que se hizo y el resultado es la que se muestra en el siguiente cuadro

Prueba binomial

		Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)
Mg. Jessica Marisol Rodarte Santos	Grupo 1	si	11	1,00	,50	,001
	Total		11	1,00		
Mg. Rocio Bernaza Zavala	Grupo 1	si	11	1,00	,50	,001
	Total		11	1,00		
Mg. Ana Maria Martel Figueroa	Grupo 1	si	11	1,00	,50	,001
	Total		11	1,00		

Cuadro elaborado propio (tabla N°5)

P promedio < 0.05

Como se puede observar que la significancia es 0.001 lo cual es menor que el promedio de 0.05 eso significa que mi instrumento esta validado por el experto

Entonces ahora se debe determina la fiabilidad del instrumento por lo tanto se va a utilizar el Alfa de Cronbach lo cual se evaluó a través del programa estadístico spss

Cuadro estadístico de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,830	10

Cuadro elaborado propio (tabla N°6)

Como podemos observar en la tabla el alfa de cronbach nos arroja 0.830 por lo tanto podemos interpretar de que nuestro instrumento es de fiabilidad aceptable ya que supera el 0.75

0.25 => baja fiabilidad

0.50=> media fiabilidad

0.75 => aceptable fiabilidad

0.90 => elevada fiabilidad

Esto se puede ver en el libro de la metodología de la investigación del autor Hernández et al (2010, p.32)

2.5 Método de análisis de datos

Para realizar la operacionalización de cada variable, se tuvo que establecer dimensiones de cada uno de ellos y que estos a la vez tengan indicadores las cuales permitirán obtener un ítem y plantear las preguntas para luego ser codificado en programas estadísticos como es uno de ellos ya muy conocido la cual es el SPSS, esta nos facilita los resultados para poder analizarlos e interpretarlos.

2.5.1 Análisis descriptivo

Se Realizó el cálculo de los resultados según la encuesta realizada de 10 preguntas y 5 alternativas de respuestas a 272 alumnos.

Frecuencia de la pregunta N°1

El banner me proporciona información sobre el cuidado del agua

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	muy de acuerdo	170	62,5	62,5	62,5
	de acuerdo	90	33,1	33,1	95,6
	ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	4,4	4,4	100,0
	Total	272	100,0	100,0	

Cuadro elaborado propio (tabla N°7)

Como se puede observar en la siguiente tabla se obtuvo el resultado de los 272 alumnos encuestados donde un 62.5% de alumnos están de muy de acuerdo, un 33.1% están de acuerdo y 12% están en ni de acuerdo ni en desacuerdo en que el banner les proporciona información del tema,

Frecuencia de la pregunta N°2

El afiche me facilita entender mejor el cuidado del agua

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido muy de acuerdo	185	68,0	68,0	68,0
de acuerdo	75	27,6	27,6	95,6
ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	4,4	4,4	100,0
Total	272	100,0	100,0	

Cuadro elaborado propio (tabla N°8)

Como se puede observar en la siguiente tabla se obtuvo el resultado de los 272 alumnos encuestados donde un 68% de alumnos están de muy de acuerdo, un 27.6% están de acuerdo y 4.4% están en ni de acuerdo ni en desacuerdo en que el afiche les facilita entender el tema del cuidado del agua.

Frecuencia de la pregunta N°3

El tríptico me da información clara y sencilla de cómo cuidar el agua

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido muy de acuerdo	182	66,9	66,9	66,9
en acuerdo	79	29,0	29,0	96,0
ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	4,0	4,0	100,0
Total	272	100,0	100,0	

Cuadro elaborado propio (tabla N°9)

Como se puede observar en la siguiente tabla se obtuvo el resultado de los 272 alumnos encuestados donde un 66.9% de alumnos están de muy de acuerdo, un 29% están de acuerdo y 4% están en ni de acuerdo ni en desacuerdo en que el tríptico les da una información clara y sencilla de cómo cuidar el agua.

Frecuencia de la pregunta N°4

Los dibujos de los niños del banner me ayudan a saber si está bien o no la forma de cuidar el agua

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	muy de acuerdo	144	52,9	52,9	52,9
	de acuerdo	117	43,0	43,0	96,0
	ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	2,2	2,2	98,2
	en desacuerdo	5	1,8	1,8	100,0
	Total	272	100,0	100,0	

Cuadro elaborado propio (tabla N°10)

Como se puede observar en la siguiente tabla se obtuvo el resultado de los 272 alumnos encuestados donde un 52.9% de alumnos están de muy de acuerdo, un 43% están de acuerdo, 2.2% están en ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 1.8% están en desacuerdo en que los dibujos le ayudan a saber si está bien o no la forma de cuidar el agua.

Frecuencia de la pregunta N°5

El tipo de letra me facilita poder entender el tema sobre el cuidado del agua

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	muy de acuerdo	150	55,1	55,1	55,1
	de acuerdo	95	34,9	34,9	90,1
	ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	9,9	9,9	100,0
	Total	272	100,0	100,0	

Cuadro elaborado propio (tabla N°11)

Como se puede observar en la siguiente tabla se obtuvo el resultado de los 272 alumnos encuestados donde un 55.1% de alumnos están de muy de acuerdo, un 34.9% están de acuerdo y 9.9% están en ni de acuerdo ni en desacuerdo en que el tipo de letra le ayuda a entender sobre el cuidado del agua.

Frecuencia de la pregunta N°6

Los colores del banner me parecen atractivos y agradables

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido muy de acuerdo	145	53,3	53,3	53,3
de acuerdo	109	40,1	40,1	93,4
ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	4,4	4,4	97,8
en desacuerdo	6	2,2	2,2	100,0
Total	272	100,0	100,0	

Cuadro elaborado propio (tabla N°12)

Como se puede observar en la siguiente tabla se obtuvo el resultado de los 272 alumnos encuestados donde un 53.3% de alumnos están de muy de acuerdo, un 40% están de acuerdo, 4.4% están en ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 2.2% están en desacuerdo en que los colores del banner les parecen atractivos.

Frecuencia de la pregunta N°7

Las piezas gráficas me generan impacto sobre el cuidado del agua

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido muy de acuerdo	120	44,1	44,1	44,1
de acuerdo	118	43,4	43,4	87,5
ni de acuerdo ni en desacuerdo	34	12,5	12,5	100,0
Total	272	100,0	100,0	

Cuadro elaborado propio (tabla N°13)

Como se puede observar en la siguiente tabla se obtuvo el resultado de los 272 alumnos encuestados donde un 44.1% de alumnos están de muy de acuerdo, un 43.4% están de acuerdo y 12.5% están en ni de acuerdo ni en desacuerdo en que las piezas gráficas le den el impacto de cuidar el agua.

Frecuencia de la pregunta N°8

El orden de los objetos en las piezas graficas me permiten entender de manera fácil sobre el cuidado del agua

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido muy de acuerdo	152	55,9	55,9	55,9
de acuerdo	93	34,2	34,2	90,1
ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	7,7	7,7	97,8
en desacuerdo	6	2,2	2,2	100,0
Total	272	100,0	100,0	

Cuadro elaborado propio (tabla N°14)

Como se puede observar en la siguiente tabla se obtuvo el resultado de los 272 alumnos encuestados donde un 55.9% de alumnos están de muy de acuerdo, un 34.2% están de acuerdo, 7.7% están en ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 2.2% están en desacuerdo en que las piezas graficas le permiten entender de manera fácil sobre el cuidado del agua.

Frecuencia de la pregunta N°9

La forma rectangular del banner me permite ver las acciones de los niños de manera ordenada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido muy de acuerdo	127	46,7	46,7	46,7
de acuerdo	128	47,1	47,1	93,8
ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	4,0	4,0	97,8
en desacuerdo	6	2,2	2,2	100,0
Total	272	100,0	100,0	

Cuadro elaborado propio (tabla N°15)

Como se puede observar en la siguiente tabla se obtuvo el resultado de los 272 alumnos encuestados donde un 46.7% de alumnos están de muy de acuerdo, un 47.1% están de acuerdo, 4% están en ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 2.2% están en desacuerdo en que la forma rectangular le permite ver las acciones de los niños sobre el cuidado del agua.

Frecuencia de la pregunta N°10

Los diferentes tamaños de las piezas gráficas contribuyen a comprender el cuidado del agua

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido muy de acuerdo	182	66,9	66,9	66,9
de acuerdo	60	22,1	22,1	89,0
ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	8,8	8,8	97,8
en desacuerdo	6	2,2	2,2	100,0
Total	272	100,0	100,0	

Cuadro elaborado propio (tabla N°16)

Como se puede observar en la siguiente tabla se obtuvo el resultado de los 272 alumnos encuestados donde un 66.9% de alumnos están de muy de acuerdo, un 22.1% están de acuerdo, 8.8 están en ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 2.2% están en desacuerdo en que los diferentes tamaños

2.5.2 Análisis inferencial

2.5.2.1 Contrastación y correlación de hipótesis

Para evaluar la correlación de y poder contrastar la hipótesis se medirá las variables y las dimensiones.

Contrastación de la Hipótesis General

- H_1 : Existe la relación entre la campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual de niños de 3°, 4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.
- H_0 : No Existe la relación entre la campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual de niños de 3°, 4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.

Prueba de normalidad entre las variables campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual.

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1	,148	272	,000	,916	272	,000
V2	,167	272	,000	,860	272	,000

Cuadro elaborado propio (tabla N°17)

a. Corrección de significación de Lilliefors

Como se puede observar la prueba de normalidad determino que se aplicara el coeficiente de Pearson, ya que se ve que en ambas variables tienen una significancia de 0.000 lo cual es menor al 0.05.

Con el resultado obtenido de la prueba de normalidad ahora se demostrara la correlación de las dos variables a través de la prueba de Pearson.

- Cuadro de la correlación de las variables campaña de concientización sobre el cuidado del agua y la percepción visual.

		V1	V2
V1	Correlación de Pearson	1	,740**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	272	272
V2	Correlación de Pearson	,740**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	272	272

Cuadro elaborado propio (tabla N°18)

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

La prueba realizada de Pearson nos demuestra que tiene una correlación de 0.740, por ello se afirma que existe un correlación positiva media entre ambas variables.

Por lo tanto se acepta la hipótesis de la investigación ya que hay una significancia menor al 0.05 y se rechaza la nula, entonces podemos decir que si existe la relación entre la Campaña sobre el cuidado del agua y la

percepción visual de Niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.

2.5.2.2 contrastación de Hipótesis Específicas

Respecto a los medios visuales y la percepción del color

- H₁: Existe la relación entre medios visuales sobre el cuidado del agua y la percepción del color de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.
- H₀: No Existe la relación entre medios visuales sobre el cuidado del agua y la percepción del color de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.

Prueba de normalidad entre las dimensiones medios visuales y la percepción del color

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
D1V1	,227	272	,000	,846	272	,000
D1V2	,231	272	,000	,854	272	,000

Cuadro elaborado propio (tabla N°19)

a. Corrección de significación de Lilliefors

Como se puede observar la prueba de normalidad determino que se aplicara el coeficiente de Pearson, ya que se ve que en ambas dimensiones tienen una significancia menor al 0.05.

Con el resultado obtenido de la prueba de normalidad ahora se demostrara la correlación de las dos dimensiones a través de la prueba de Pearson.

- Cuadro de la correlación de las dimensiones medios visuales y la percepción del color

		D1V1	D1V2
D1V 1	Correlación de Pearson	1	,555**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	272	272
D1V 2	Correlación de Pearson	,555**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	272	272

Cuadro elaborado propio (tabla N°20)

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

La prueba realizada de Pearson nos demuestra que tiene una correlación de 0.555, por ello se afirma que existe un correlación positiva media entre ambas dimensiones.

Por lo tanto se acepta la hipótesis de la investigación ya que hay una significancia menor al 0.05 y se rechaza la nula, entonces podemos decir que si existe la relación entre medios visuales sobre el cuidado del agua y la percepción del color de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.

Respecto a los medios visuales y la percepción de la forma

- H₁: Existe la relación entre medios visuales sobre el cuidado del agua y la percepción de la forma de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.
- H₀: No Existe la relación entre medios visuales sobre el cuidado del agua y la percepción de la forma de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.

Prueba de normalidad entre las dimensiones medios visuales y la percepción de la forma

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
D1V1	,227	272	,000	,846	272	,000
D2V2	,296	272	,000	,784	272	,000

Cuadro elaborado propio (tabla N°21)

a. Corrección de significación de Lilliefors

Como se puede observar la prueba de normalidad determino que se aplicara el coeficiente de Pearson, ya que se ve que en ambas dimensiones tienen una significancia menor al 0.05.

Con el resultado obtenido de la prueba de normalidad ahora se demostrara la correlación de las dos dimensiones a través de la prueba de Pearson.

- Cuadro de la correlación de las dimensiones medios visuales y la percepción de la forma

		D1V1	D2V2
D1V1	Correlación de Pearson	1	,632**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	272	272
D2V2	Correlación de Pearson	,632**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	272	272

Cuadro elaborado propio (tabla N°22)

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

La prueba realizada de Pearson nos demuestra que tiene una correlación de 0.632, por ello se afirma que existe un correlación positiva media entre ambas dimensiones

Por lo tanto se acepta la hipótesis de la investigación ya que hay una significancia menor al 0.05 y se rechaza la nula, entonces podemos decir que si existe la relación entre medios visuales sobre el cuidado del agua y la percepción de la forma de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.

Respecto a los elementos del diseño y la percepción del color

- H1: Existe la relación entre elementos de diseño sobre el cuidado del agua y la percepción del color de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.

- H_0 : No Existe la relación entre elementos de diseño sobre el cuidado del agua y la percepción del color de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.

Prueba de normalidad entre las dimensiones elementos del diseño y la percepción del color

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
D2V1	,186	272	,000	,891	272	,000
D1V2	,231	272	,000	,854	272	,000

Cuadro elaborado propio (tabla N°23)

a. Corrección de significación de Lilliefors

Como se puede observar la prueba de normalidad determino que se aplicara el coeficiente de Pearson, ya que se ve que en ambas dimensiones tienen una significancia menor al 0.05.

Con el resultado obtenido de la prueba de normalidad ahora se demostrara la correlación de las dos dimensiones a través de la prueba de Pearson.

- Cuadro de la correlación de las dimensiones elementos del diseño y la percepción del color

		D2V1	D1V2
D2V1	Correlación de Pearson	1	,658**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	272	272
D1V2	Correlación de Pearson	,658**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	272	272

Cuadro elaborado propio (tabla N°24)

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

La prueba realizada de Pearson nos demuestra que tiene una correlación de 0.658, por ello se afirma que existe un correlación positiva media entre ambas dimensiones

Por lo tanto se acepta la hipótesis de la investigación ya que hay una significancia menor al 0.05 y se rechaza la nula, entonces podemos decir que si existe la relación entre medios visuales sobre el cuidado del Agua y la percepción de la forma de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.

Respecto a los elementos del diseño y la percepción de la forma

- H₁: Existe la relación entre elementos del diseño sobre el cuidado del agua y la percepción de la forma de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.
- H₀: No Existe la relación entre elementos del diseño sobre el cuidado del agua y la percepción de la forma de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.

Prueba de normalidad entre las dimensiones elementos del diseño y la percepción del color

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
D2V1	,186	272	,000	,891	272	,000
D2V2	,296	272	,000	,784	272	,000

Cuadro elaborado propio (tabla N°25)

a. Corrección de significación de Lilliefors

Como se puede observar la prueba de normalidad determino que se aplicara el coeficiente de Pearson, ya que se ve que en ambas dimensiones tienen una significancia menor al 0.05.

Con el resultado obtenido de la prueba de normalidad ahora se demostrara la correlación de las dos dimensiones a través de la prueba de Pearson.

- Cuadro de la correlación de las dimensiones elementos del diseño y la percepción de la forma

		D2V1	D2V2
D2V1	Correlación de Pearson	1	,640**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	272	272
D2V2	Correlación de Pearson	,640**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	272	272

Cuadro elaborado propio (tabla N°26)

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

La prueba realizada de Pearson nos demuestra que tiene una correlación de 0.640, por ello se afirma que existe un correlación positiva media entre ambas variables.

Por lo tanto se acepta la hipótesis de la investigación ya que hay una significancia menor al 0.05 y se rechaza la nula, entonces podemos decir que si existe la relación entre elementos de diseño sobre el cuidado del agua y la percepción de la forma de niños de 3°,4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.

2.6 aspectos éticos

Esta investigación está cumpliendo con todas las normas que establece el manual APA y de los diferentes autores que se han necesitado para la elaboración de las variables citándolos e interpretando la información brindaba por lo tanto se puede decir que este trabajo es confiable.

III RESULTADOS

PREGUNTA 1

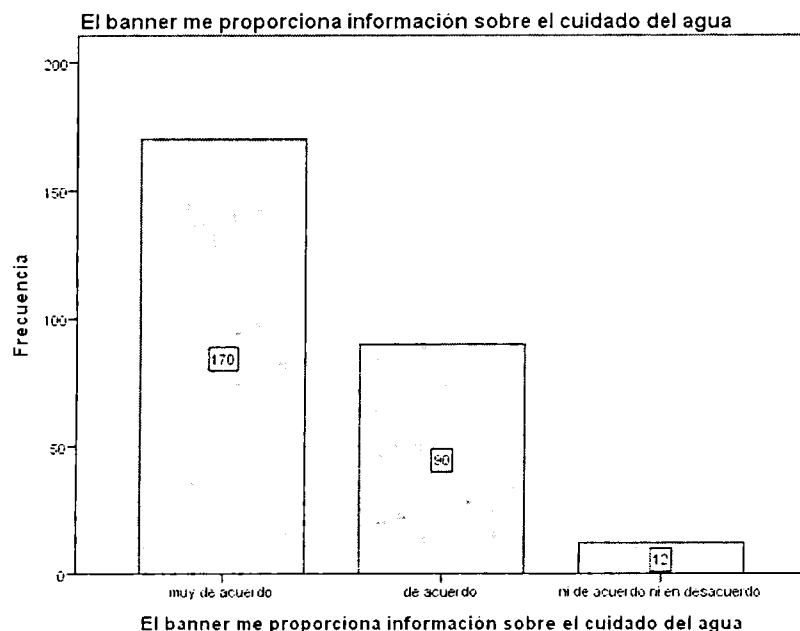


Grafico 1 - Fuente: Elaboración propia

Los medios visuales son importantes para llevar un mensaje, puede haber varias de ellas y todas sirven como comunicación visual, para poder realizar el proyecto de investigación en este caso una campaña sobre el cuidado del agua, se eligió tres piezas graficas fundamentales las cuales sirvió para obtener el resultado, entre ellas esta; el banner elemento publicitario y principal del trabajo realizado la cual tuvo como objetivo de informar acerca del tema, otra utilizada fue el afiche difunde el mensaje de la forma de cuidar el agua y finalmente el tríptico dividido en tres partes conteniendo la información necesaria para que el alumno puede tenerlo, según la contrastación específica entre la dimensión de medios visuales la cual tiene como resultado una correlación positiva media quiere decir que si existe una relación, como se dijo el banner es elemento principal de la campaña, también se puede observar en el grafico los niños encuestados dijeron que estaba de muy de acuerdo con el banner le proporciona información acerca del tema, entonces podemos decir que los medios visuales han sido muy importante ya que a través de ellos se pudo llegar de una manera directa con el público Objetivo.

PREGUNTA 4

Los dibujos de los niños del banner me ayudan a saber si está bien o no la forma de cuidar el agua

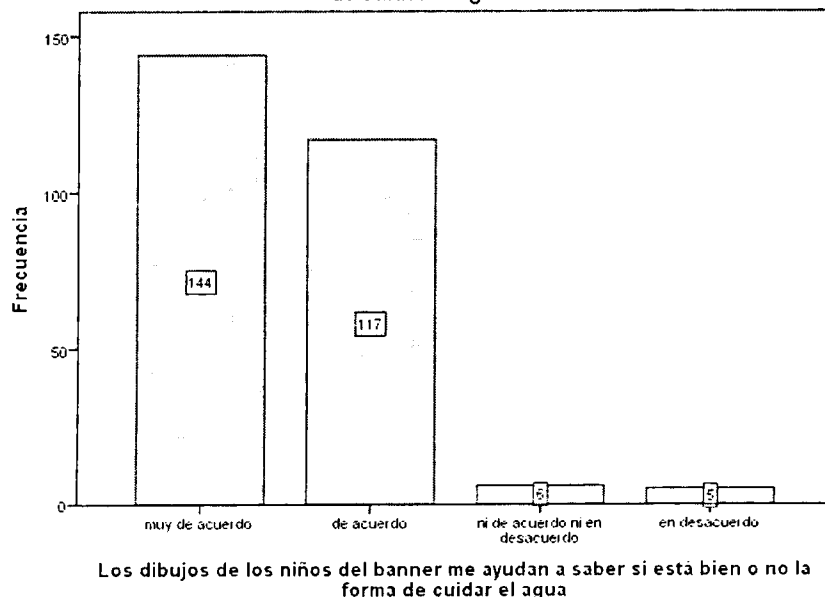


Grafico 2 - Fuente: Elaboración propia

Actualmente los elementos de diseño son prioridad en la aplicación de diferentes soportes en donde se pondrá el mensaje, para el proyecto de investigación se tomó los siguientes aspectos: la imagen se usa para poder captar al lector y aparte que le da más dinamismo a la composición es por eso que mis medios visuales conforman dibujos de las acciones de los niños sobre el cuidado del agua, otro aspecto es la tipografía normalmente son palabras en forma de frases que acompañan al arte, en el proyecto se tomó dos tipográficas una que es principal y la otra que es secundaria y finalmente el color es una experiencia visual y además que le da vida a una composición pero también existe la regla de que el color debe ser de acuerdo al tema es por eso que en la campaña realizada se respeta el color en cada pieza gráfica. En la contrastación se pudo observar que existe una correlación positiva media la cual quiere decir que si existe relación y que los niños encuestados dijeron que los dibujos si les ayudaba a saber si está bien o no la forma de cuidar el agua, por lo tanto podemos decir que los elementos de diseño contribuyeron a que la composición que fueron plasmados en las tres piezas gráficas se dieran de una manera efectiva.

PREGUNTA 8

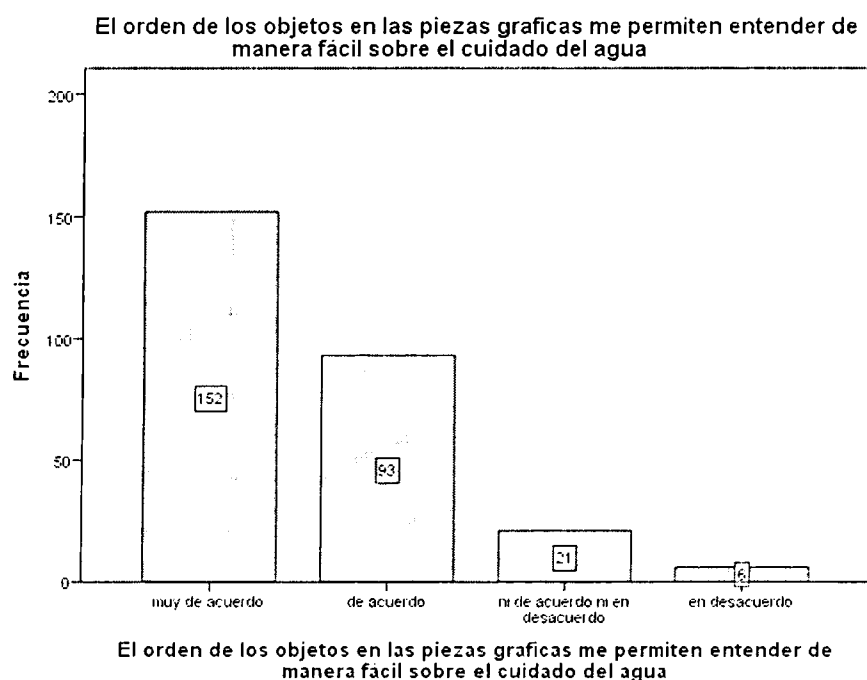


Grafico 3 - Fuente: Elaboración propia

Siguiendo con los resultados ya entrando a la segunda variable que viene a ser la percepción visual, podemos encontrar la precepción del color fuente de información que hace que todos tengamos una experiencia en común, así también se sabe que te transmite sensación y genera armonía de hecho estos son los aspectos que acompañan como indicadores a la dimensión mencionada, al percibir el color hace que genere una armonía con los objetos y esto hace que se pueda entender una información más clara, de que sirve tener unos dibujos bien realizados y que no se apliquen bien el pigmento, lo único que llevara es confundir a lector. En la contrastación obtenida el resultado que arroja es que tiene una correlación positiva media lo cual hace que haya una relación en las dimensiones, además como se puede observar en la siguiente tabla los niños encuestados dicen que están muy de acuerdo en que el orden les permitió a entender de una manera más fácil el tema del cuidado del agua por ende tanto la sensación y la armonía contribuyen a que las piezas graficas presenten una composición adecuada con la finalidad llevar el mensaje.

PREGUNTA 9

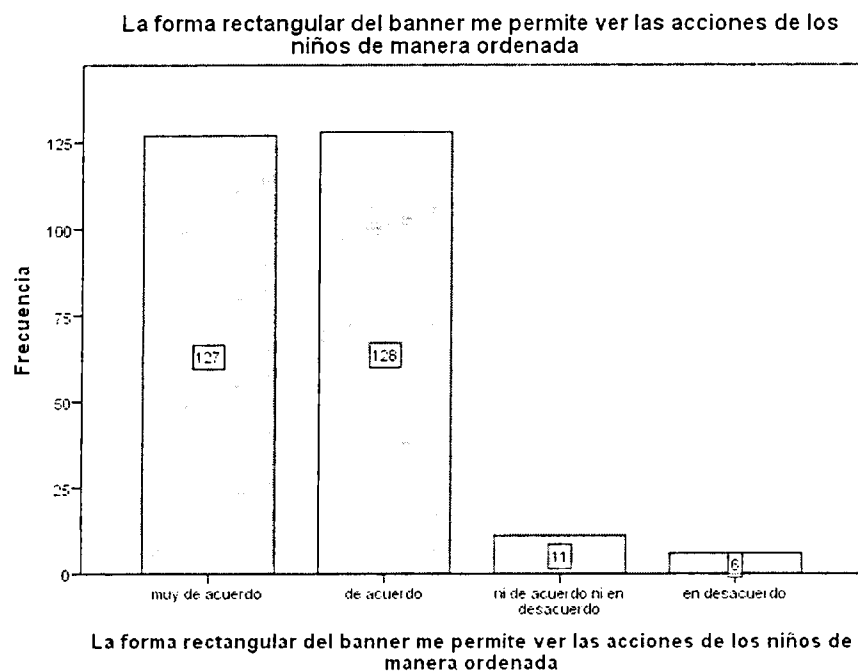


Grafico 4 - Fuente: Elaboración propia

Continuando con el desarrollo del resultado tenemos otra dimensión la percepción de la forma para determinar un objeto a través de los ojos donde podemos percibir las diferentes características que puede poseer un objeto, como el tamaño y la forma, justamente hablando de esos aspectos son los que representa a mis indicadores en esta parte del proyecto, lo que se quiere buscar es que el niño pueda percibir la forma de cómo está representado el trabajo y los tamaños que puedan tener las piezas graficas ya que no todos son iguales. Según la contrastación se obtuvo que existe una correlación positiva media la cual quiere decir que si hay una relación, en la siguiente tabla se ha podido medir que la encuesta realizada a niños mencionan que están en muy de acuerdo en que la forma del banner le permite ver las acciones más ordenadas lo que se buscó aquí es que se juegue un poco el recorrido visual es por ello que se elige uno rectangular y que de esta manera se contribuya con la diagramación del trabajo.

IV DISCUSIÓN

De los resultados adquiridos en la contrastación de las variables y dimensiones de la investigación, se tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual.

El estudio realizado por parte de Paco y Sánchez (2015) concuerdan con algunas partes de mi proyecto, si bien es cierto no toco el mismo asunto pero si pertenece al ámbito social, los autores tocaron el tema de cáncer a la mama por lo que realizaron una campaña para poder mejorar la comprensión, entonces podemos decir que ya hay un punto a favor ya que de la misma forma en mi trabajo se realizó una campaña, otros de los puntos a favores es que utilizaron una pieza gráfica que es fundamental la cual es un banner de una medida y forma casi la misma que la mía, Así también utilizaron elementos del diseño como la tipografía, el color, imagen las cuales le ayudaron al desarrollo del proyecto, siguiendo con lo parentesco es que es de enfoque cuantitativo y que se utilizó la técnica de la encuesta en escala de Likert la misma que se hizo en mi tesis, finalmente concluye de que las piezas graficas si fueron efectivas en el desarrollo del proyecto, como se puede ver el propósito realizado por parte de los autores es casi similar a la mía pero cuál es lo diferente que hace que mi indagación tome un poco más de fuerza es la población, la cantidad que manejan es de 96 familias pero dentro de ella solo tomaron como muestra a las mujeres obviamente ya que su tema era relacionado con el sector femenino a diferencia mía la cantidad que corresponde a la investigación es de 928 estudiantes con una muestra de 272 niños lo cual hace que el proyecto realizado sea más fiable, entonces estoy de acuerdo con los autores de que los medios visuales sean fundamentales para el desarrollo de una campaña y que esta ayuda a comprender mejor la información que se quiere brindar.

Siguiendo con la investigación realizada por parte de Rojas (2016) se realizó una campaña social acerca de la adopción de animales callejeros, donde se utilizaron diversos elementos gráficos para la elaboración del plan, por ende tenemos algunas similitudes las cuales hace que refuerce mi proyecto, a continuación puntos a favor en las cuales estoy en acuerdo con el autor, una

de ellas es que tiene un enfoque cuantitativo por lo tanto se utilizó las encuestas, en la elaboración de la campaña la el formato principal del autor es el afiche en un tamaño A3 gouche, haciendo una semejanza con mi esquema en la cual también integre el afiche como una de los medios visuales de importancia para la elaboración de un plan, siguiendo el contexto se creó un slogan para su proyecto y manejo colores de acuerdo al tema planteado y obviamente integro dentro de su marco teórico como son algunas elementos del diseño: la imagen, tipografía y entre otros, finalmente concluyo de que las campañas son muy importantes para solucionar algún problema social que existe hoy día ya que a través de ello se puede manejar directamente el trato con las personas y pueden apreciar el tema que se está tratando, ahora cual es lo que se hace diferente el proyecto realizado por el autor es pre-experimental ya que tuvo que realizar dos veces la encuesta la cual tal vez hace que sea un poco fiable y que utilizo una cantidad de muestra mayor a la mía sin embargo estoy de acuerdo con la conclusión que ha llegado ya que tiene unan gran similitud a la que he concluido de que las lo visual son importantes para la elaboración un plan estratégico.

Continuando con el siguiente estudio de Chigüichón (2006) se ha realizado un proyecto social para los pilotos con la finalidad de que tenga información acerca de lo importante que es registrarse en la dirección general de transportes en pocas palabras salir de lo ilegal y que de esta manera puedan ordenar las rutas y podrían evitar accidentes, si bien es cierto el autor corresponde a otra nacionalidad pero esto no quiere decir que no se haya aplicado el diseño en su trabajo ya que los elementos que componen una campaña siempre van a estar presentes en el mundo es como decir un “lenguaje universal”, por lo tanto el proyecto si me ayuda a poder hacer una comparación, entonces podemos decir algunos puntos a favor en las que se utilizaron algunos elementos de diseño como la tipografía, imagen y recalcar el uso de los medios visuales como es el afiche, el tamaño, color, composición son algunas temas que se adjuntó en el esquema y son base para que esté de acuerdo con este proyecto y que sea una de las fuentes que sustente mi tesis, finalmente se ha llegado a la conclusión de que en las piezas graficas se deben decir con claridad ya que así podrán dar una información concisa al lector, por lo que estoy de acuerdo con

el autor en que todo lo que va dentro del afiche u otro soporte gráfico debe ir una información más directa y breve para que el lector pueda tener en su mente el tema, la diferencia de la investigación con la mía está en que se va dirigida a personas ya mayores pero claro al fin al cabo es su público y que presenta una población, 928 estudiantes y una muestra de 272 niños hace que tenga mayor nivel de confianza y cabe mencionar que se utilizó más piezas graficas como un banner y trípticos y entre otras estrategias las cuales apoyaron para el logro del propósito.

Así mismo, la investigación de Reyes (2005) donde también se ha realizado una campaña para dar apoyo a proyectos comunitarios, si bien cierto el autor al igual que el anterior es de nacionalidad extranjera no quiere decir que no puede aplicar el diseño en su esquema, el trabajo elaborado por parte del autor se ha utilizado en la parte teórica temas relacionados hacia mi tesis, como los elementos del diseño, la forma de presentar las piezas gráficas, imágenes, también manejar temas como relacionados a la campaña y aparte que tomó como algo principal que es el medio visual. Una de los puntos a favor es que la investigación es de enfoque cuantitativo lo cual quiere decir que se ha realizado encuestas, el soporte gráfico elegido para el plan fue un afiche, la utilizo para llegar de una manera directa hacia su público y llevar el mensaje del trabajo que estaba realizando y el beneficio que otorgaba este, así también en la parte teórica definió algunos términos utilizados en mi proyecto de investigación, la diferencia es más que todo por la población que maneja y de utilizar diferente medio visual que he elaborado para la representación de la campaña y en caso del autor solo utilizo solo algunas que no han sido muy llamativas pero que finalmente ha llegado a la conclusión de que realizar una idea en un afiche puede ser tan efectiva en la comunicación debido a que es un breve en llevar el mensaje hacia el lector por lo tanto estoy de acuerdo con lo mencionado ya que en mi propósito también se aplicó los soportantes gráficos claro fue más que el autor en los formatos utilizados y la manera de presentarlos.

V CONCLUSIONES

Finalmente analizando la investigación que corresponde a los objetivos, resultados y contrastación de hipótesis se llegó a las siguientes conclusiones.

En síntesis podemos decir que existe la relación entre la campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual, y esto se puede evidenciar en la correlación de hipótesis (0.740) con una significancia de 0.000 la cual es menor a 0.05 con 95% de confianza la cual afirma que existe una correlación positiva media, por lo tanto quiere decir que se aprueba el hipótesis de la investigación y se rechaza la nula, gracias a ello se quiere decir que la campaña sobre el cuidado del agua logro generar una buena percepción visual a los niños lo cual quiere decir que la planificación de llevar el mensaje sobre el cuidado del agua ha funcionado.

De la misma manera, se puede concluir que existe la relación entre medios visuales (Banner, Afiche, Tríptico) sobre el cuidado del agua con la percepción del color (Sensación, Armonía), y esto se puede evidenciar en la correlación de hipótesis (0.555) con una significancia de 0.000 la cual es menor a 0.05 con 95% de confianza la cual afirma que existe una correlación positiva media por lo tanto quiere decir que se aprueba el hipótesis de la investigación y se rechaza la nula, podemos decir que las piezas graficas son muy importantes en una campaña en lo que viene de los medios visuales ya que permiten comunicar directamente con el que recibe el mensaje aparte que visualmente puedes percibir y procesar rápido la información como se sabe los medios visuales funciona bien para un mensaje directo y sobre todo si es en una campaña.

Así mismo, existe la relación entre medios visuales (Banner, Afiche, Tríptico) sobre el cuidado del agua y la percepción de la forma (tamaño, forma), y esto se puede evidenciar en la correlación de hipótesis (0.632) con una significancia de 0.000 la cual es menor a 0.05 con 95% de confianza la cual afirma que existe una correlación positiva media por lo tanto quiere decir que se aprueba el hipótesis de la investigación y se rechaza la nula, los diferentes formas y tamaños de las piezas graficas también son importantes para poder

llevar a cabo el mensaje ya que puede ser aplicado en distintos momentos y que algunos de ellos puede ser obsequiados

Por lo tanto, también se puede decir que existe la relación entre elementos de diseño (Imagen, Tipografía, Color) sobre el cuidado del agua y la percepción del color (Sensación, Armonía), y esto se puede evidenciar en la correlación de hipótesis (0.658) con una significancia de 0.000 la cual es menor a 0.05 con 95% de confianza la cual afirma que existe una correlación positiva media por lo tanto quiere decir que se aprueba el hipótesis de la investigación y se rechaza la nula, podemos decir que en la campaña realizada los elementos del diseño han sido parte importante ya que con ello se pudo llevar el mensaje de cuidar el agua y aparte de dar la sensación a través de la armonía de la composición en las piezas gráficas.

Finalmente podemos afirmar que existe la relación entre elementos del diseño (Imagen, Tipografía, Color) sobre el cuidado del agua y la percepción de la forma (tamaño, forma) y esto se puede evidenciar en la correlación de hipótesis (0.640) con una significancia de 0.000 la cual es menor a 0.05 con 95% de confianza la cual afirma que existe una correlación positiva media por lo tanto quiere decir que se aprueba el hipótesis de la investigación y se rechaza la nula, el tamaño y la forma han sido importantes para que las imágenes con las acciones de los niños, tipografías y el color se adecuen al formato y también pueda ayudar al lector a un recorrido visual ordenado y que pueda entender la información que contiene

VII RECOMENDACIONES

Al saber que la investigación realizada tiene una correlación positiva media si bien es cierto es aceptable se puede recomendar a las futuras campañas a realizarse de que se puede obtener una mayor correlación y que trabajen más en las piezas gráficas el mensaje a transmitir, así también calcular un tiempo determinado ya que a veces por razones sociales suele pasar obstáculos en las cuales la campaña a realizarse no se lleva a cabo como fue planteado desde un inicio.

Así mismo, se puede utilizar más medios visuales no solo las que se ha utilizado en este proyecto las cuales llamadas piezas gráficas, en esta investigación lo principal era un banner pero existen varias como brochure, folletos, dípticos, revistas, etc. y lo ideal sería que se pueda realizar una campaña más compleja donde se pueda aplicar más conocimiento acerca del diseño en los distintos formatos.

Continuando en lo que viene a ser los medios visuales y la percepción de la forma se puede trabajar de una manera distinta las piezas gráficas tal vez no mantener el mismo formato para todos y que de esta manera podría llamar más la atención del lector para que analice el mensaje y este sea captado ya que es fundamental, en el caso de tamaño en mi caso fueron formatos estándares pero podrían utilizar uno personalizado y en la forma del soporte se usó rectangular pero se podría a cambiar a formas más creativas.

De la misma manera en los elementos del diseño y la percepción del color se puede recomendar que se debe aplicar más y no básicamente solo en imagen. Existen muchos que pueden ayudar a tener una composición armoniosa, así también trabajar la parte del color recordemos que muchas veces el color puede influenciar el orden y captar al lector para ello deben ser adecuados y obviamente dirigido al público a la cual va la campaña.

Finalmente en elementos del diseño y percepción de la forma se puede decir utilizar unas formas más creativas podría levantar el nivel de correlación de la campaña, así también utilizando ilustraciones más elaboradas, también una tipografía más llamativa siento que ha sido un punto débil de la campaña tener en cuenta estas recomendaciones ayudaría a que la futura investigación sea más completo.

VIII REFERENCIAS

- Ambrose, G., & Harris, P. (2013). arte y diseño . madrid: pad parramon.
- Barrios Rubio, J. J. (2013). falta de concientización sobre una adecuada. universidad de itsmo - Guatemala .
- Cecilia, A. (2011). Percepción visual. S.L.
- Chigüichón, L. (2006). campaña publicitaria para concientizar a los pilotos de buses extraurbanos sobre la importancia de registrarse en la dirección general de transportes . universidad de san carlos - Guatemala.
- Clara, M. (2005). trabajo investigativo sobre percepciones, actitudes y comportamientos en niños con experiencias de maltrato. pontificia universidad javeriana - Bogota _ Colombia.
- Garcia, S. (2013). propuesta de campaña social para la concientización del virus del papiloma humano (VPH) en mujeres. Universidad Nacional Autonoma - Mexico .
- Guzmán, J. (2003). Desarrollo de campaña publicitaria. Mexico: UANL.
Recuperado de: <http://eprints.uanl.mx/5347/1/1020149150.PDF>
- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2010). Metodología de la investigación .(5 ed) Mexico : McCraw Hill.
- Lescano, P. (2013). la percepción visual en el desarrollo de los procesos cognitivos en niños de 3-5 años en el centro de desarrollo infantil "unikids" de la ciudad de ambato en el período abril-septiembre 2011. universidad técnica de Ambato - Ecuador.

- Núñez, P. (2004). percepción socio afectiva que le otorgan a su reinserción escolar los niños y niñas con maltrato infantil acogidos por la red de sename. Universidad de Chile en Santiago.
- Olivera, M. (2012). Usos y percepciones de los niños y niñas respecto a la laptop XO del Programa “Una laptop por niño”. Universidad Católica - Perú.
- Paco, K., & Sanchez , M. (2015). campaña gráfica para mejorar la comprensión sobre la prevención del cáncer de mama 2015. Universidad Señor de Sipán - peru.
- Recalde, M., & Almeida, P. (2014). Campaña de Concientización sobre el Estrés Infantil Tres Contra El Estrés... Papis, Profes y Amigos. Universidad San Francisco - Quito, Ecuador .
- Reyes, J. (2005). Campaña Publicitaria de concientización de apoyo económico para PRODIC ONG “Proyectos de Desarrollo Integral Comunitarios”. Universidad de San Carlos - Guatemala.
- Vilajoana, S. (2014). como diseñar una campaña de publicidad. España: UOC.
- Villafaña, G. (2007). Educación visual conocimientos basicos para el diseño. Mexico: Trillas.
- Recuperado de:
<https://drive.google.com/file/d/0B8a5Of47XwBxWWFbXN5NGJWaUE/view>

ANEXO 1

Instrumento de recolección de datos



ENCUESTA

Hola, Buenos días.
La presente encuesta forma parte de un proyecto de investigación.

PREGUNTAS

Ayúdame a marcar con una (X) solo una alternativa correcta, deberás responder todo el cuestionario. La información que proporcionarás es importante, es de carácter confidencial. Te agradezco anticipadamente.



ITEM	criterio				
	Muy de acuerdo (5)	De acuerdo (4)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	En desacuerdo (2)	Muy en desacuerdo (1)
El banner me proporciona información sobre el cuidado del agua					
El afiche me facilita entender mejor el cuidado del agua					
El tríptico me da información clara y sencilla de cómo cuidar el agua					
Los dibujos de los niños del banner me ayudan a saber si está bien o no la forma de cuidar el agua					
El tipo de letra me facilita poder entender el tema sobre el cuidado del agua					
Los colores del banner me parecen atractivos y agradables					
Las piezas gráficas me generan impacto sobre el cuidado del agua					
El orden de los objetos en las piezas gráficas me permiten entender de manera fácil sobre el cuidado del agua					
La forma rectangular del banner me permite ver las acciones de los niños de manera ordenada					
Los diferentes tamaños de las piezas gráficas contribuyen a comprender el cuidado del agua					

GRACIAS

ANEXO 2

Tabla de evaluación de expertos n°1



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: BERNARDA ZAVALA ROSA C.

Título y/o Grado:

Ph. D... () Doctor... () Magister... Licenciado... () Otros. Especifique

Universidad que labora:

Fecha: 19 / 07 / 17

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Campaña de concientización sobre el cuidado del agua y la percepción visual de niños de 3°, 4° y 5° grado de primaria de dos colegios del distrito de las Olivas-Lima, 2017

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		
TOTAL		10	1	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

ANEXO 3

Tabla de evaluación de expertos n°2



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Roberta Santos Jessica Marisol

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

Fecha: 13 09 2017

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Campaña de concientización sobre el cuidado del agua y la percepción visual de niños de 3°, 4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de los olivos-Lima, 2017

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		
TOTAL		10	1	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

ANEXO 4

Tabla de evaluación de expertos n°3



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: *Ana Maria Martel Figueroa*

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: *Universidad César Vallejo*

Fecha: *13, 09, 2017*

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Campaña de concientización sobre el cuidado del agua y la percepción visual de niños de 3°, 4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de los Olivos - Lima, 2017

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.

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

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

ANEXO 5

Permiso del colegio Guzman y Valle



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

CP-114-2017-ADGE/LIMA-NORTE

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

Lima, 22 de setiembre de 2017

Señora
Lilia Letona
Sub Directora de Primaria de la Institución Educativa
ENRIQUE GUZMAN Y VALLE N° 3084
Av. Naranjal Cdra. 9 - Los Olivos
Presente.-

De mi consideración:

Por medio de la presente permítame saludarla cordialmente y a la vez presentarle a nuestro estudiante; quien actualmente se encuentra matriculado en el X ciclo (semestre 2017-II) en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.


N°	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI
1	CHOQUE HUALLPA, JAVIER HILARIO	74654646

En el marco de la agenda académica, la alumna en mención solicita permiso para acceder y realizar encuestas a los alumnos de educación primaria para el Desarrollo de Proyecto de Investigación, 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,




Mg. Cecilia Brenner Galarza
Directora de la Escuela Profesional de
Arte & Diseño Gráfico Empresarial
Universidad Cesar Vallejo
Lima Norte



CBG/ccb

UCV.EDU.PE

ANEXO 6

Permiso del colegio Cueto Fernandini

UCV EDU PE

CP-092-2017-ADGE/LIMA-NORTE

ESCUELA PROFESIONAL DE
ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

Lima, 04 de setiembre de 2017

Señores
I.E. CUETO FERNANDINI
Presente.-

De mi consideración:

Por medio de la presente permitame saludarlo cordialmente y a la vez presentarle a nuestro estudiante; Quien actualmente se encuentra matriculado en el X ciclo (semestre 2017-II) en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.

1	CHOQUE HUALLPA, JAVIER HILARIO	74654646
---	--------------------------------	----------

En el marco de la agenda académica, el alumno en mención solicita permiso para acceder y realizar encuestas a los alumnos de 3°, 4° y 5° de primaria para el Desarrollo de Proyecto de Tesis, para cuyo efecto solicitamos a ustedes 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,



[Firma]
Ing. Cecilia Brenner Galarza
Rectora de la Escuela Profesional de
Arte & Diseño Gráfico Empresarial
Universidad César Vallejo
Lima Norte



*Autorizar ingreso a 21/09
a 3° C y 3° A*

[Firma]
Lic. Fátima C. Clarola Bruno
Sub Directora de Formación General
C.M. 10054298

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO



ANEXO 7

Digitalización de los datos en el SPSS

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	alumnos	Cadena	8	0	n de alumnos	Ninguna	Ninguna	8	Izquierda	Nominal	Entrada
2	banner	Numérico	8	0	banner	{0, muy de ...	Ninguna	14	Derecha	Nominal	Entrada
3	afiche	Numérico	8	0	afiche	{0, muy de ...	Ninguna	15	Derecha	Nominal	Entrada
4	triptico	Numérico	8	0	triptico	{0, muy de ...	Ninguna	15	Derecha	Nominal	Entrada
5	imagen	Numérico	8	0	imagen	{0, muy de ...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
6	tipografia	Numérico	8	0	tipografia	{0, muy de ...	Ninguna	11	Derecha	Nominal	Entrada
7	color	Numérico	8	0	color	{0, muy de ...	Ninguna	11	Derecha	Nominal	Entrada
8	sensasion	Numérico	8	0	sensasion	{0, muy de ...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
9	armonia	Numérico	8	0	armonia	{0, muy de ...	Ninguna	10	Derecha	Nominal	Entrada
10	forma	Numérico	8	0	forma	{0, muy de ...	Ninguna	10	Derecha	Nominal	Entrada
11	tamaño	Numérico	8	0	tamaño	{0, muy de ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
12	V1	Numérico	8	2		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Nominal	Entrada
13	V2	Numérico	8	2		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Nominal	Entrada
14	D1V1	Numérico	8	2		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Nominal	Entrada
15	D2V1	Numérico	8	2		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Nominal	Entrada
16	D1V2	Numérico	8	2		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Nominal	Entrada
17	D2V2	Numérico	8	2		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Nominal	Entrada
18											

	alumnos	banner	afiche	triptico	imagen	tipografia	color	sensasion	armonia	forma	tamaño
1	1	0	2	0	1	1	0	1	0	1	0
2	2	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0
3	3	1	1	2	0	2	3	2	2	3	2
4	4	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0
5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	6	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0
7	7	2	1	0	0	1	1	1	1	1	0
8	8	1	2	0	1	1	0	1	1	1	1
9	9	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0
10	10	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0
11	11	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0
12	12	2	1	0	2	1	1	2	1	0	1
13	13	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2
14	14	1	1	0	1	2	1	2	1	1	2
15	15	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
16	16	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
17	17	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1
18	18	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1
19	19	1	1	0	1	1	0	0	1	2	2
20	20	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0
21	21	0	1	0	1	1	0	2	3	1	3
22	22	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
23	23	0	1	0	0	0	1	0	2	1	0

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda												
												Visible: 17 de 17 variables
	alumnos	banner	afiche	triptico	imagen	tipografia	color	sensasion	armonia	forma	tamaño	
92	92	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	
93	93	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	
94	94	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	
95	95	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
96	96	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	
97	97	0	0	1	1	2	0	1	2	1	0	
98	98	0	0	1	1	0	1	2	0	1	0	
99	99	1	0	0	1	2	0	1	0	0	1	
100	100	1	0	0	1	2	0	1	0	1	1	
101	101	0	2	0	1	1	0	1	0	1	0	
102	102	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	
103	103	1	1	2	0	2	3	2	2	3	2	
104	104	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	
105	105	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
106	106	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	
107	107	2	1	0	0	1	1	1	1	1	0	
108	108	1	2	0	1	1	0	1	1	1	1	
109	109	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	
110	110	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	
111	111	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	
112	112	2	1	0	2	1	1	2	1	0	1	
113	113	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	
114	114	1	1	0	1	2	1	2	1	1	2	

Vista de datos Vista de variables

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda												
												Visible: 17 de 17 variables
	alumnos	banner	afiche	triptico	imagen	tipografia	color	sensasion	armonia	forma	tamaño	
251	251	0	2	0	1	1	0	1	0	1	0	
252	252	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	
253	253	1	1	2	0	2	3	2	2	3	2	
254	254	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	
255	255	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
256	256	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	
257	257	2	1	0	0	1	1	1	1	1	0	
258	258	1	2	0	1	1	0	1	1	1	1	
259	259	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	
260	260	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	
261	261	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	
262	262	2	1	0	2	1	1	2	1	0	1	
263	263	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	
264	264	1	1	0	1	2	1	2	1	1	2	
265	265	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	
266	266	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	
267	267	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	
268	268	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	
269	269	1	1	0	1	1	0	0	1	2	2	
270	270	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	
271	271	0	1	0	1	1	0	2	3	1	3	
272	272	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	
273												

Vista de datos Vista de variables

ANEXO 8

Recursos y presupuesto

El recurso para esta investigación es totalmente personal ya que todo lo que se va a gastar es propia y es por ello que se elaboró un listado de los gastos que se hicieron ya sea de las impresiones y piezas gráficas.

ACTIVIDAD	MONTO
Solicitud de asesor metodológico y jurado de 9 y 10	S/40.00
Impresión de 1 anillado Pre Sustentación	S/ 10.00
Impresión de 3 anillados 1° Sustentación 9no ciclo	S/31.00
Impresión de 1 anillado Pre Sustentación	S/10.00
Impresión de 3 anillados 2° Sustentación 9no ciclo	S/ 18.00
Pasajes	S/60.00
Impresión de 2 banner, afiche y trípticos más un polo y merchandising	S/1153.00
Impresión de 272 encuestas	S/98.00
Impresión de 3 anillados 1° Sustentación 10mo Ciclo	S/40.00
Impresión de 3 anillados 2° Sustentación 10mo Ciclo	S/40.00
TOTAL	S/ 1500.00

Cuadro elaborado propio (tabla N°27)

3.2 financiamiento

El financiamiento de la investigación es propia del investigador no interviene ningún institución u otro personaje para la elaboración de las piezas graficas las cuales corresponden a una campaña.

ANEXO 9

Brief

Brief de la campaña de concientización sobre el cuidado del agua

PÚBLICO OBJETIVO

Definición del público objetivo:

La campaña sobre el cuidado del agua, va dirigida a niños que cursan 3°, 4° y 5° grado de primaria de dos I.E. del distrito de los Olivos-Lima, 2017

Hábitos:

La campaña pretende que los niños tengan una pequeña información acerca de cuidar nuestro recurso hídrico tal vezno concientizar al 100% pero que tengan ya una idea de lo que es cuidar el agua. Ya que hoy en día se puede observar que se desperdicia mucho el agua.

A los estilos de vida a los que se dirige la campaña es a:

Escolares: Son estudiantes, con pocas responsabilidades. Su jornada está dividida entre colegio y sus amigos, así como sus pasatiempos y deportes favoritos.

La actitud negativa de esta campaña es que quizás muchos niños no estén interesados en saber que hoy en día el recurso hídrico está siendo malgastado y que existen formas de cuidarlo, además como se sabe ellos no tienen responsabilidades ya que los cubre sus padres.

La actitud positiva que puede tener el público objetivo es que a esa edad muchos niños prestan atención a lo que ven y no a lo que escuchan entonces si se

plantea una forma distinta de hacer la campaña no solo hablando sino que en los medios tengan como dibujos, etc. los niños pueden identificar y saber de qué trata y poder captar la atención y así tener una base de que cuidar el agua es importante.

POSICIONAMIENTO

Actual: existen campañas sobre el cuidado del agua donde los que realizan son como: sedapal, ministerio de educación y entre otros, pero en la mayoría son frecuentados o van dirigidos a jóvenes o personas adultas pero no en niños y en la parte grafica no existe una línea consistente que ayude con la información que se quiere brindar.

Ideal: Se espera, con la campaña, que los niños tengan una idea de cómo pueden cuidar el agua o lo que no se debe hacer, sabemos que con esta campaña no se pretende concientizar a los niños ya que mi proyecto de investigación es una correlacional, sin embargo, dar una pequeña información con un diseño distinto a lo habitual seria de una gran ayuda a los niños y que puedan cuidar nuestro recurso hídrico.

PROMESA O BENEFICIO

La campaña pretende dar información de maneras de cuidar el agua, dando una idea a los niños de lo importante que este elemento hídrico.

ARGUMENTACIÓN DE LA PROMESA

Cuando el niño o la niña comprenda las maneras de cuidar el agua tal vez en un futuro no muy lejano estaría aplicando esta información ya que desde niño recibió una pequeña información de cuidar el agua o también el niño haya compartido lo vivido en clase con sus padres o hermanos.

TONO DE COMUNICACIÓN

El tono de la campaña se va a lo gráfico, quiere decir que en las piezas graficas van a ir dibujos de niños donde se reflejan acciones del cuidado del agua

acompañado de un pequeño texto, sabemos que a esa edad llama más la atención las cosas visuales.

EJE DE CAMPAÑA

La campaña se centra en las maneras o formas que se puede cuidar el agua de esta manera el niño podría tener una idea de las acciones de cuidar el recurso hídrico.

CONCEPTO DE CAMPAÑA

La idea principal de la campaña se va a transmitir por medio de las piezas gráficas y que dentro de ellas contendrán gráficos de niños en cuidado del agua y así mismo con frases u oraciones que digan que no se hace para cuidar el elemento vital que es el agua.

COLORES UTILIZADOS EN LA CAMPAÑA

Colores principales:

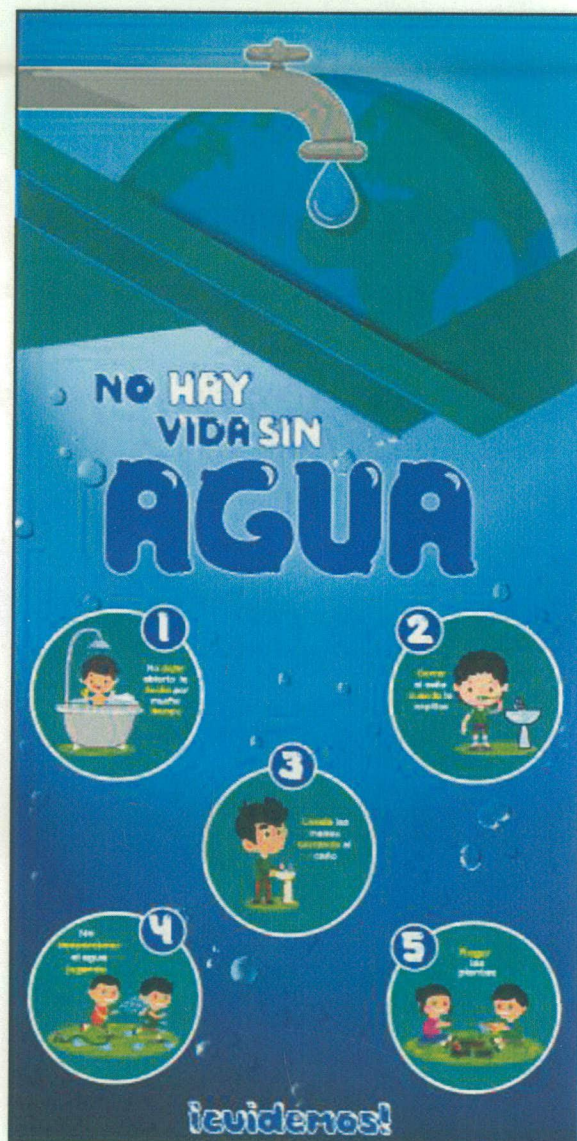


FORMATOS PUBLICITARIOS

En la campaña de concientización sobre el cuidado del agua, los formatos usados serán:

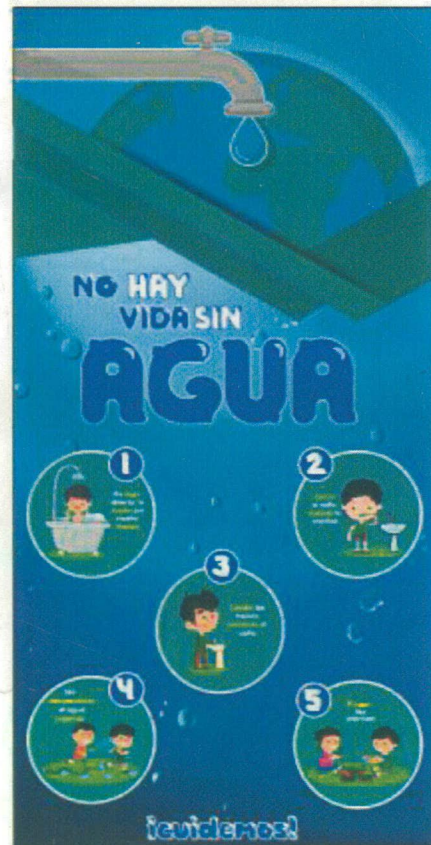
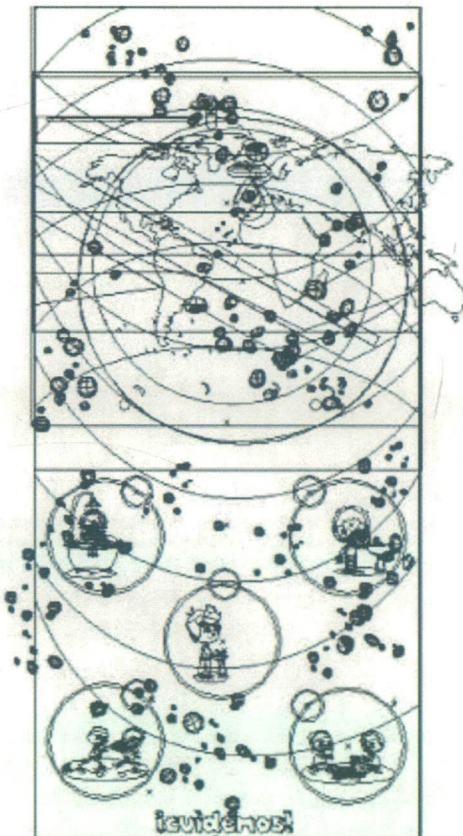
Banner: será de un gran tamaño y será la que más resalte en la campaña, su medida será de 1.60x80 cm y que estará al frente del salón de clases, su contenido básicamente está enfocado en las acciones que se deben hacer para

cuidar el agua representado mediante dibujos, los cuales me permite a que los niños puedan interactuar.



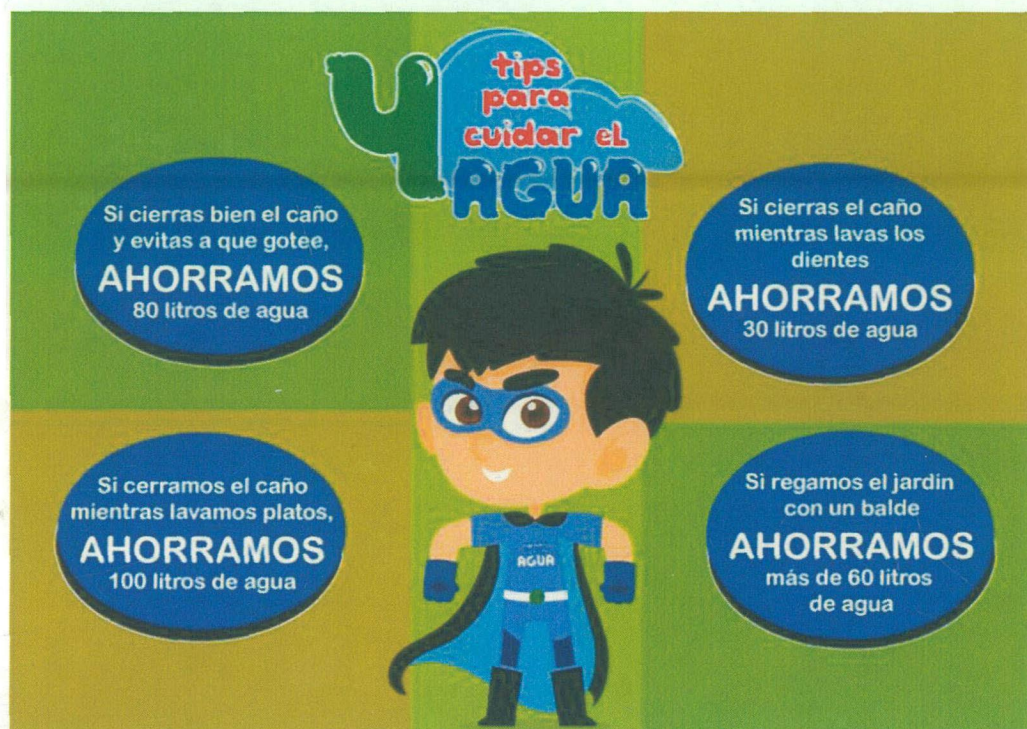


PERSONAJES DEL BANNER

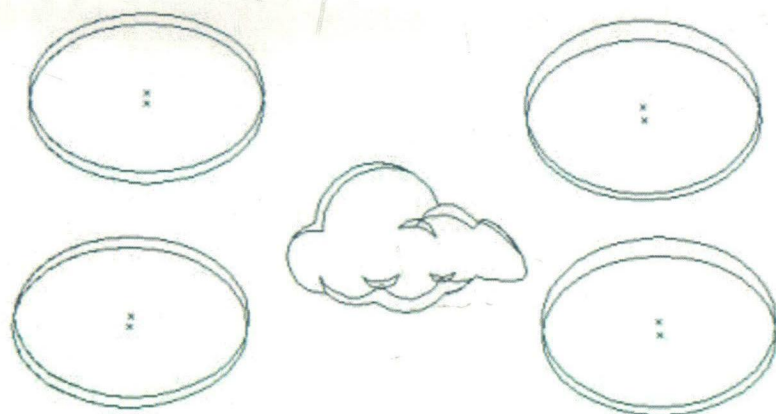
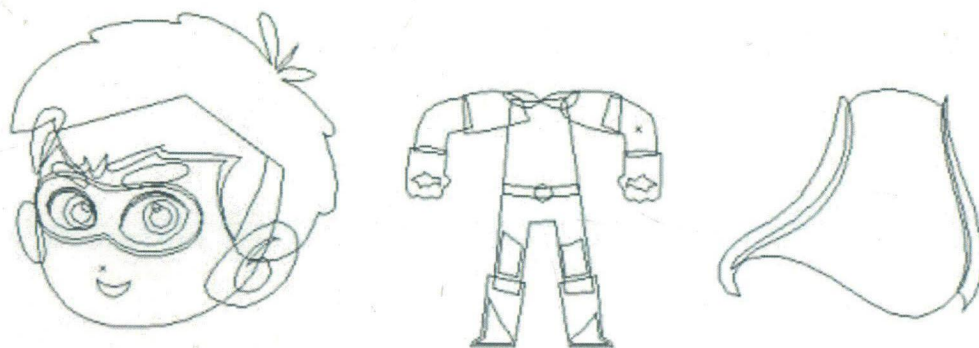
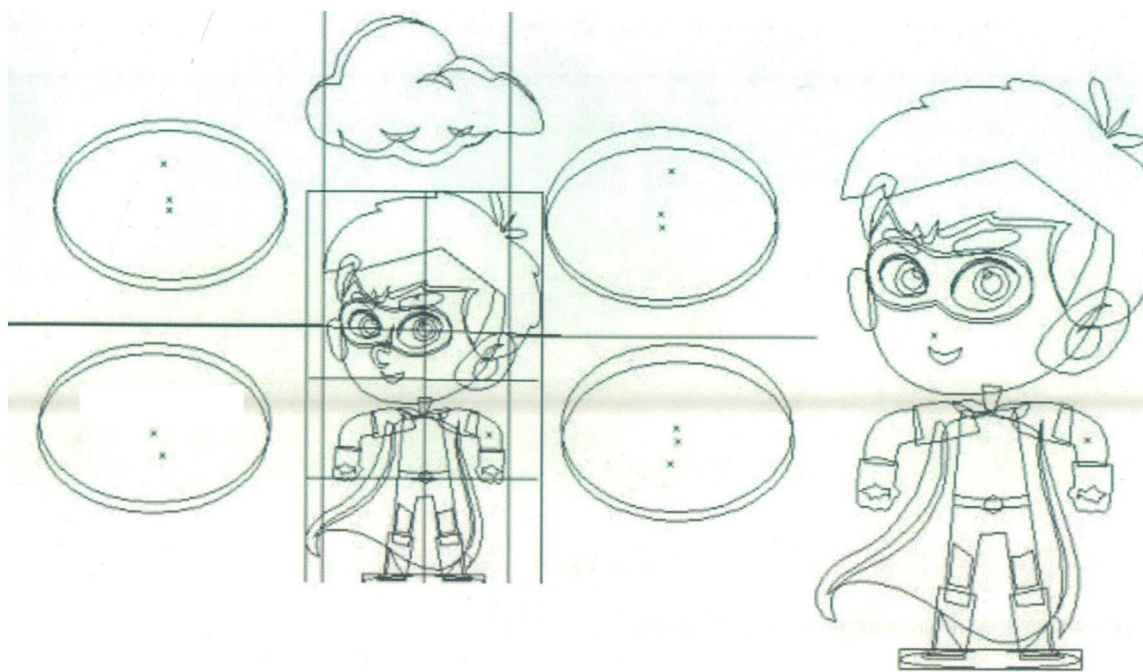


BANNER

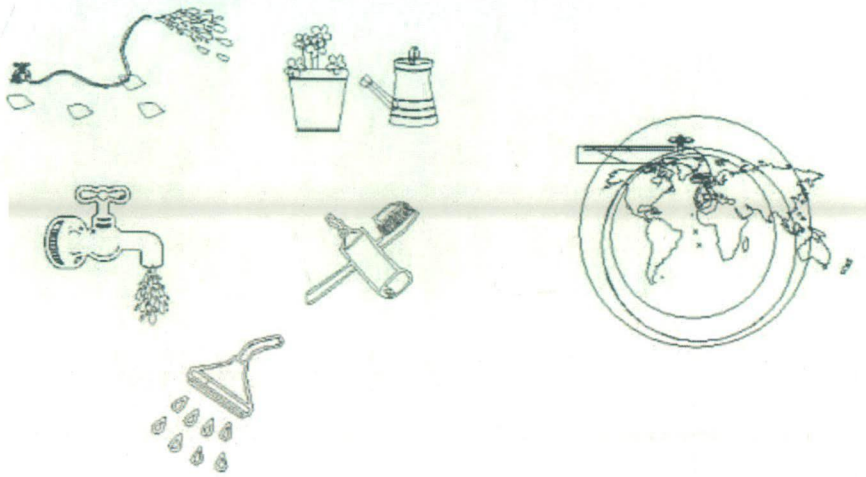
Afiche: El tamaño de un afiche será de un A3 y que ira pegado en cada salón que se exponga el tema, dentro de ella tendrá básicamente tips de cuidar el agua acompañado de un pequeño personaje en forma de un superhéroe, que le daría una sensación de que él les esté aconsejándoles el tip.



Afiche A3



Tríptico: El tamaño será de un A4 las cuales se darán a cada alumno que corresponde de la muestra, es full color, su contenido es básicamente frases acompañado de dibujos que dicen la manera de cuidar el agua.



EL SLOGAN

NO HAY VIDA SIN AGUA

Es un slogan es breve y por lo tanto fácil de memorizar. Además trata de hacer que los niños acepten la propuesta de la campaña. Es percibido con rapidez, y, es muy sencillo comprender lo que quiere lograr en el público objetivo.

Se quiere aclarar aclarar que la frase pertenece al bioquímico estadounidense Albert Szent Gyorgyi "El agua es el alma madre de la vida y la matriz, no hay vida sin agua".

PROPUESTA DE TIPOGRAFÍAS

~~NO HAY
VIDA SIN
AGUA~~

NO HAY
VIDA SIN
AGUA

~~NO HAY
VIDA SIN
AGUA~~

~~NO HAY
VIDA SIN
AGUA~~

~~NO HAY
VIDA SIN
AGUA~~

NO HAY
VIDA SIN
AGUA

TIPOGRAFÍA

Tipografía principal

Bath Time Regular

A B C D F G H

I J K L M N O

P Q R S T U V

W X Y Z

a b c d f g h

i j k l m n o

p q r s t u v

w x y z

Tipografía secundaria

Arial Rounded MT Bold

A B C D F G H

I J K L M N O

P Q R S T U V

W X Y Z

a b c d f g h

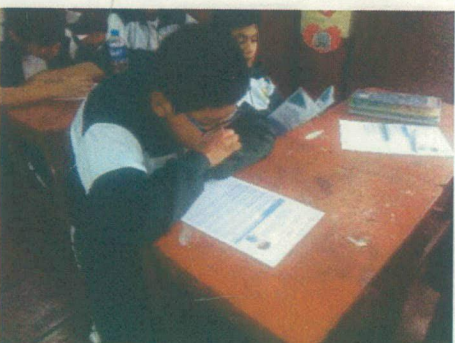
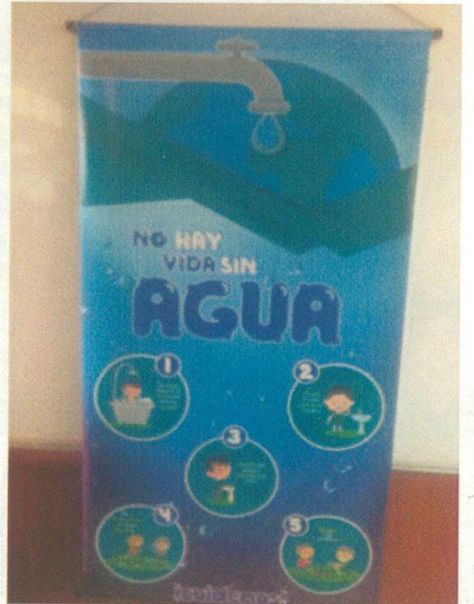
i j k l m n o

p q r s t u v

w x y z

ANEXO 10

Aplicación de las encuestas a los estudiantes



ANEXO 11

Cronograma de la campaña realizada

Actividades	día 1	día 2	día 3	día 4	día 5	día 6	día 7	día 1	día 2	día 3	día 4	día 5	día 6	día 7
Días que se presentaron la campaña														

Actividades	Duración 15 minutos
Presentación del proyecto	3 minutos
Entrega de trípticos, encuestas y afiches	1 minuto
Explicación de cada pieza grafica	5 minutos
Desarrollo de las encuestas	5 minutos
Agradecimiento al profesor	1 minuto

ANEXO 12

Gráfico de barras

Gráfico de barras de la pregunta n° 1

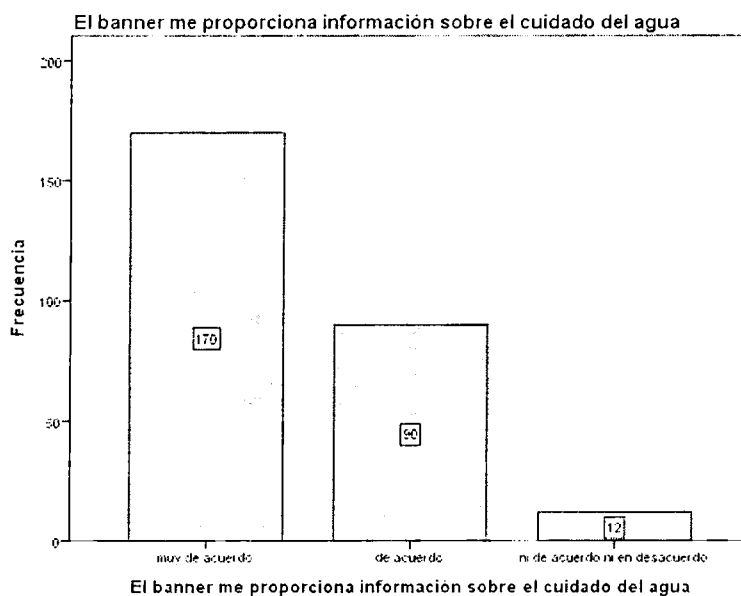


Gráfico de barras de la pregunta n° 2

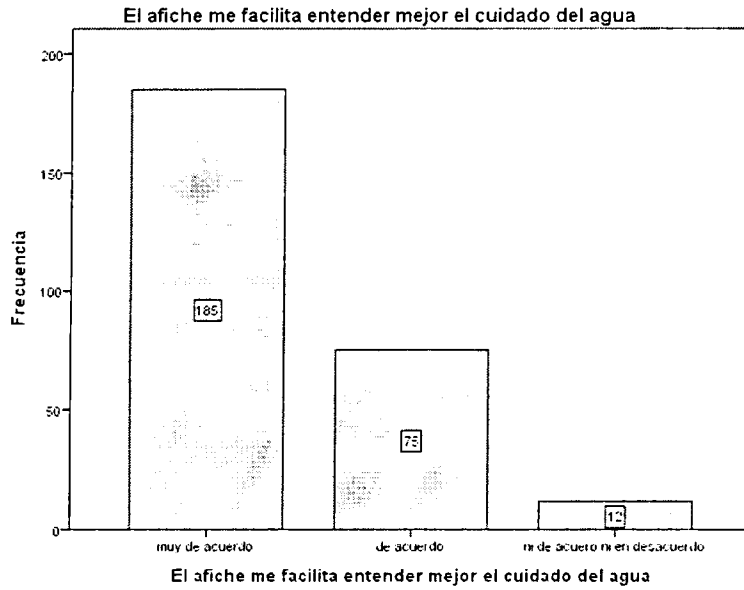


Gráfico de barras de la pregunta n° 3

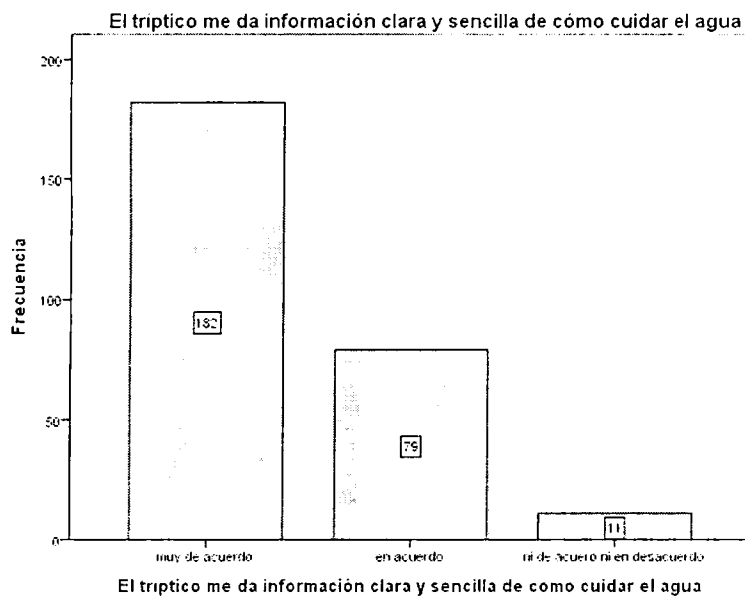
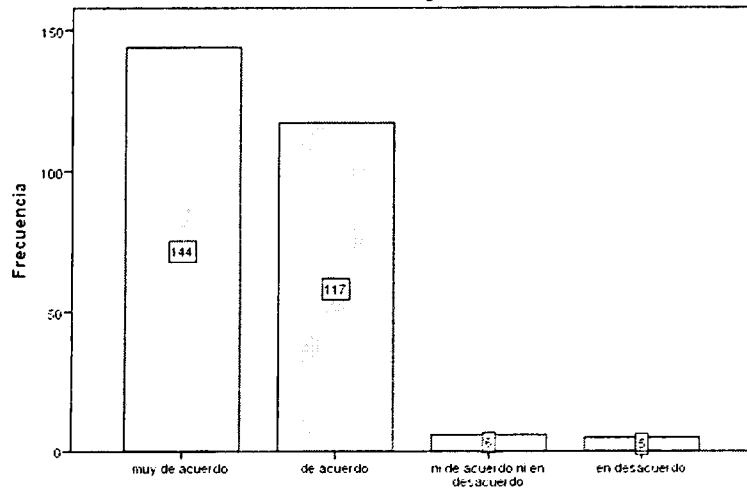


Gráfico de barras de la pregunta n° 4

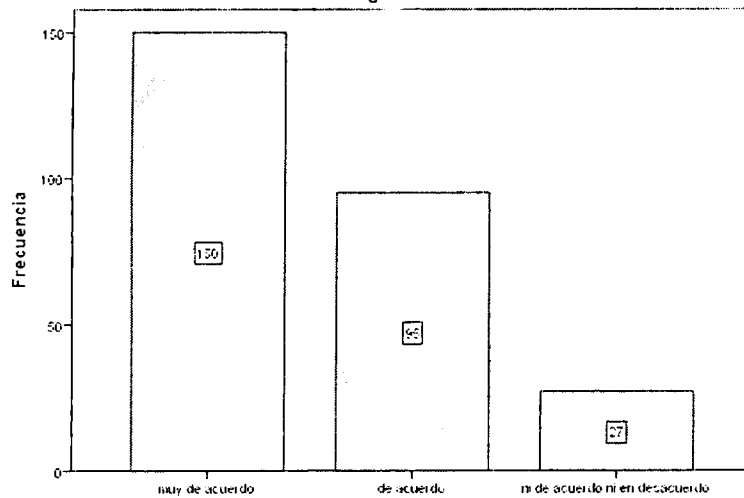
Los dibujos de los niños del banner me ayudan a saber si está bien o no la forma de cuidar el agua



Los dibujos de los niños del banner me ayudan a saber si esta bien o no la forma de cuidar el agua

Gráfico de barras de la pregunta n° 5

El tipo de letra me facilita poder entender el tema sobre el cuidado del agua



El tipo de letra me facilita poder entender el tema sobre el cuidado del agua

Gráfico de barras de la pregunta n° 6

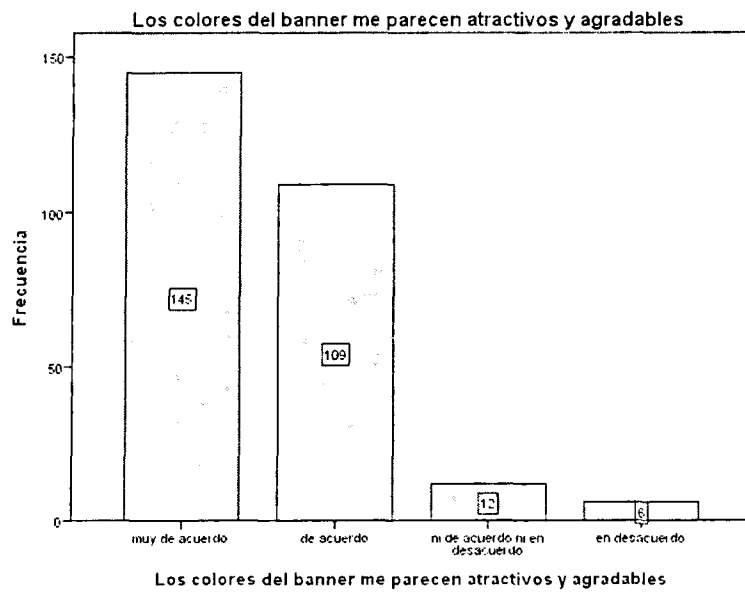


Gráfico de barras de la pregunta n° 7

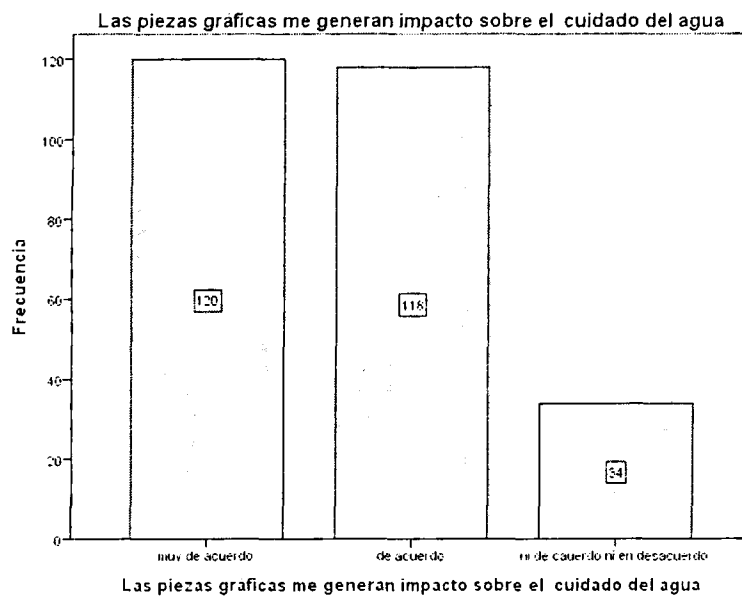


Gráfico de barras de la pregunta n° 8

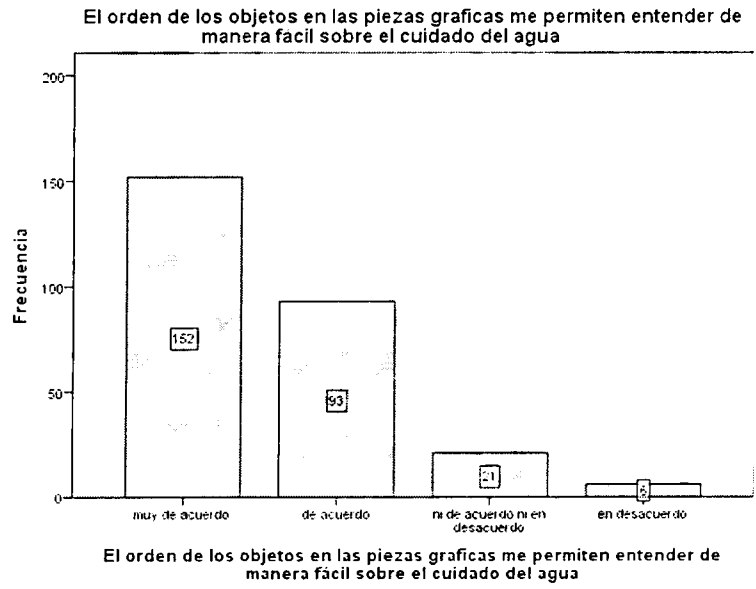


Gráfico de barras de la pregunta n° 9

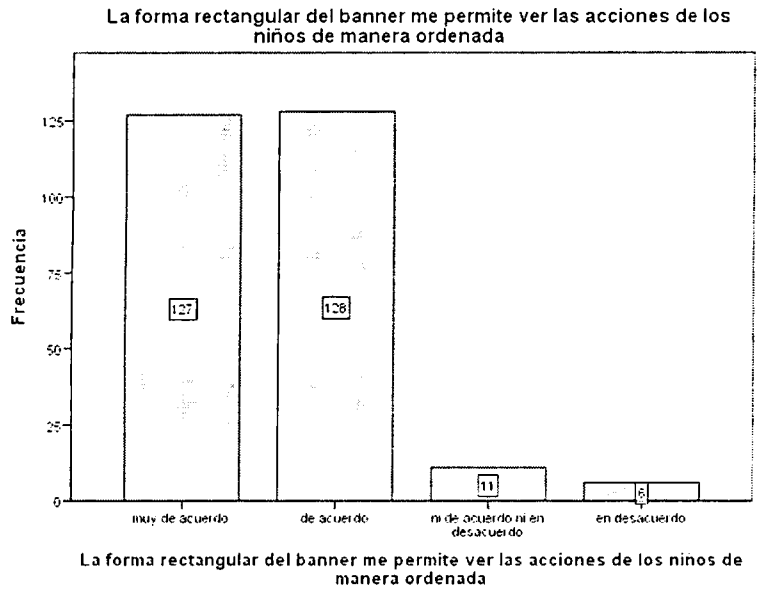
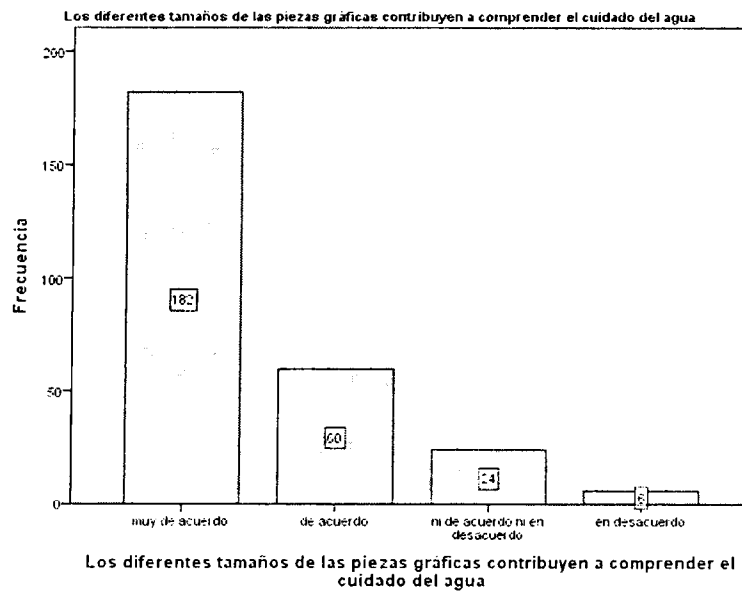


Gráfico de barras de la pregunta n° 10



ANEXO 13 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADOR	ITEMS	ESCALA DE MEDICION
Campaña sobre el cuidado del agua	La campaña está diseñada en forma estratégica para lograr un grupo de objetivos y resolver algún problema crucial. (Guzmán 2003 p 8)	Es una forma de resolver problemas a través de una estrategia en donde brindes un mensaje y que esta llegara al público objetivo	MEDIOS VISUALES (Guzmán, 2003)	- BANNER (Guzmán 2003)	El banner me proporciona información sobre el cuidado del agua	a)Muy de acuerdo b)De acuerdo c)Ni de acuerdo ni Desacuerdo d)En Desacuerdo e)Muy en Desacuerdo ORDINAL
				- AFICHE (Guzmán 2003)	El afiche me facilita entender mejor el cuidado del agua	a)Muy de acuerdo b)De acuerdo c)Ni de acuerdo ni Desacuerdo d)En Desacuerdo e)Muy en Desacuerdo ORDINAL
				- TRIPTICO (Guzmán 2003)	El tríptico me da información clara y sencilla de cómo cuidar el agua	a)Muy de acuerdo b)De acuerdo c)Ni de acuerdo ni Desacuerdo d)En Desacuerdo e)Muy en Desacuerdo ORDINAL
			ELEMENTOS DEL DISEÑO (Ambrose y Harris, 2013)	- IMAGEN (Ambrose y Harris, 2013)	Los dibujos de los niños del banner me ayudan a saber si está bien o no la forma de cuidar el agua	a)Muy de acuerdo b)De acuerdo c)Ni de acuerdo ni Desacuerdo d)En Desacuerdo e)Muy en Desacuerdo ORDINAL
				- TIPOGRAFIA (Ambrose y Harris, 2013)	El tipo de letra me facilita poder entender el tema sobre el cuidado del agua	a)Muy de acuerdo b)De acuerdo c)Ni de acuerdo ni Desacuerdo d)En Desacuerdo e)Muy en Desacuerdo ORDINAL

				- COLOR (Ambrose y Harris, 2013)	Los colores del banner me parecen atractivos y agradables	a)Muy de acuerdo b)De acuerdo c)Ni de acuerdo ni Desacuerdo d)En Desacuerdo e)Muy en Desacuerdo ORDINAL
Percepción visual	La percepción es el proceso de concentración de la actividad perceptiva en su relación con la voluntad selectiva y la lógica, lo cual da como resultado interpretación individual (Villafaña 2007, p.13)	Es un forma de organizar o elementos no es como ves tu sino que eres ver o, y también tenes la capacidad de interpretar de acuerdo como ingreso a información por la vista.	PERCEPCIÓN DEL COLOR (Villafaña, 2007)	- SENSACION (Villafaña, 2007)	Las piezas gráficas me generan impacto sobre el cuidado del agua	a)Muy de acuerdo b)De acuerdo c)Ni de acuerdo ni Desacuerdo d)En Desacuerdo e)Muy en Desacuerdo ORDINAL
				- ARMONÍA (Villafaña, 2007)	El orden de los objetos en las piezas graficas me permiten entender de manera fácil sobre el cuidado del agua	a)Muy de acuerdo b)De acuerdo c)Ni de acuerdo ni Desacuerdo d)En Desacuerdo e)Muy en Desacuerdo ORDINAL
			PERCEPCION DE LA FORMA (Villafaña, 2007)	- FORMA (Villafaña, 2007)	La forma rectangular del banner me permite ver las acciones de los niños de manera ordenada	a)Muy de acuerdo b)De acuerdo c)Ni de acuerdo ni Desacuerdo d)En Desacuerdo e)Muy en Desacuerdo ORDINAL
				TAMAÑO (Villafaña, 2007)	Los diferentes tamaños de las piezas gráficas contribuyen a comprender el cuidado del agua	a)Muy de acuerdo b)De acuerdo c)Ni de acuerdo ni Desacuerdo d)En Desacuerdo e)Muy en Desacuerdo ORDINAL

ANEXO MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Campaña sobre el cuidado del agua y la percepción visual de niños 3º, 4º y 5º grado de primaria de dos I.E del distrito de Los Olivos-Lima, 2017

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGIA	POBLACION	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Problema general ¿Cuál es la relación entre la Campaña sobre el cuidado de Agua y la percepción visual de niños de 3º, 4º y 5º grado de primaria de dos I.E del distrito de Los Olivos-Lima, 2017?</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre la Campaña sobre el cuidado de Agua y la percepción visual de niños de 3º, 4º y 5º grado de primaria de dos I.E del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.</p>	<p>Hipótesis general H0: Existe la relación entre campaña sobre el cuidado agua y la percepción visual niños de 3º, 4º y 5º grado primaria de dos I.E del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.</p> <p>Hipótesis específicas H1: Existe la relación entre medios visuales sobre el cuidado del agua y la percepción del color de niños de 3º, 4º y 5º grado de primaria de dos I.E del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.</p> <p>H2: Existe la relación entre medios visuales sobre el cuidado del agua y la percepción de la forma de niños de 3º, 4º y 5º grado</p>	<p>Campaña</p>	<p>1)medios visuales</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banner 2. Afiche 3. Tríptico <p>2) elementos de diseño</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Imagen 2. tipografía 3. color 	<p>Diseño</p> <p>No experimental</p> <p>Nivel</p> <p>Cuasiexperimental</p> <p>Tipo</p> <p>Aplicada</p> <p>Según el lugar</p> <p>De campo</p>	<p>Población N: población está conformada por 928 alumnos de 3º, 4º y 5º grado de primaria de dos I.E del distrito de Los Olivos-Lima, 2017</p> <p>Muestra M: muestra siendo de acuerdo a mi población sería de 272 alumnos de 3º, 4º y 5º grado de primaria de dos I.E del distrito de Los Olivos-Lima, 2017</p>	<p>Encuestas</p> <p>ESTADISTICOS Los datos serán procesados con el software estadístico SPSS 22</p>
<p>Problemas específicos ¿Cuál es la relación entre medios visuales sobre el cuidado de Agua y la percepción del color de niños de 3º, 4º y 5º grado de primaria de dos I.E del distrito de Los Olivos-Lima, 2017?</p>	<p>Objetivos específicos 1. Determinar la relación entre medios visuales sobre el cuidado del Agua y la percepción del color de niños de 3º, 4º y 5º grado de primaria de dos I.E del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.</p>	<p>H0: Existe la relación entre medios visuales sobre el cuidado del agua y la percepción de la forma de niños de 3º, 4º y 5º grado</p>	<p>Percepción visual</p>	<p>1)percepción de color</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sensación 2. Armoría <p>2)percepción de la forma</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Forma 2. Tamaño 			
<p>¿Cuál es la relación entre medios visuales sobre el</p>	<p>Determinar la relación entre medios visuales sobre el cuidado del Agua y la</p>						

<p>cuidado de Agua y a percepción de la forma de niños de 3º, 4º y 5º grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017?</p> <p>¿Cuáles la relación entre elementos de diseño sobre el cuidado de Agua y la percepción del color de niños de 3º, 4º y 5º grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017?</p> <p>¿Cuáles la relación entre elementos del diseño sobre el cuidado de Agua y la percepción de la forma de niños de 3º, 4º y 5º grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017?</p>	<p>percepción de la forma de niños de 3º, 4º y 5º grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.</p> <p>Determinar la relación entre elementos de diseño sobre el cuidado del Agua y la percepción del color de niños de 3º, 4º y 5º grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.</p> <p>Determinar la relación entre elementos de diseño sobre el cuidado del Agua y la percepción de la forma de niños de 3º, 4º y 5º grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.</p>	<p>de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.</p> <p>H: Existe la relación entre elementos de diseño sobre el cuidado del agua y la percepción de color de niños de 3º, 4º y 5º grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.</p> <p>H: Existe la relación entre elementos de diseño sobre el cuidado del agua y la percepción de la forma de niños de 3º, 4º y 5º grado de primaria de dos I.E. del distrito de Los Olivos-Lima, 2017.</p>					
---	--	--	--	--	--	--	--