

**FACULTAD DE EDUCACIÓN E IDIOMAS**

**COMPLEMENTACIÓN ACADÉMICA MAGISTERIAL**



**TESINA**

**ANUNCIOS TELEVISIVOS Y LOS HABITOS DE ALIMENTACIÓN  
EN LOS ESTUDIANTES DEL TERCER GRADO DE PRIMARIA DE  
LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA “ISABEL LA CATÓLICA”- LA  
VICTORIA, 2013.**

**AUTORA:**

Br. KARYM GISSELLE ARAZELY TRIGO GALLEGOS

**ASESOR:**

Mgtr. JUAN HUGO RAMOS GONZALES

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

ATENCIÓN INTEGRAL DEL INFANTE, NIÑO Y ADOLESCENTE.

**LIMA-PERÚ**

**2014**

## **DEDICATORIA**

A mi madre, Consuelo, porque creyó en mí, dándome ejemplos dignos de superación y entrega. A mis hijos André y Félix, mi fuerza para seguir adelante.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por darnos salud, motivación y fuerza para seguir en el intento de lograr nuestras metas.

A la Universidad César Vallejo, formadora de profesionales comprometidos con la Educación Peruana, teniendo como ejemplo al gran vate universal César Vallejo.

A la Unidad Académica Profesional de Complementación Académica Magisterial, a las autoridades y docentes, por su constante preocupación por el Magisterio

A todos mis compañeros y amigos, por compartir momentos inigualables de aprendizaje y amistad.

Mi eterno agradecimiento a las autoridades, docentes, padres de familia y estudiantes de la Institución Educativa “Isabel la Católica”- La Victoria, en especial a los estudiantes del tercer grado de primaria, por permitirnos realizar nuestro estudio de investigación y brindarnos todo su apoyo y su valiosa información de manera sincera y desinteresada.

Finalmente, a todas aquellas personas que de una u otra manera colaboraron en la ejecución de este trabajo.

**La autora**

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento a las normas establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para optar el título de Licenciada en Educación Inicial, pongo a su disposición, para su revisión y correspondiente evaluación, la Tesina titulada “Anuncios televisivos y los hábitos de alimentación en los estudiantes del tercer grado de primaria de la Institución Educativa “Isabel la Católica”- La Victoria, 2013.

El presente trabajo consta de cuatro capítulos:

- Capítulo I ASPECTOS GENERALES DE LA TESINA
- Capítulo II PLAN DE INVESTIGACIÓN
- Capítulo III METODOLOGÍA
- Capítulo IV RESULTADOS  
CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS  
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Con este trabajo pretendemos determinar la importancia que presentan los anuncios televisivos y los hábitos de alimentación que servirá como punto de partida para las futuras investigaciones.

Por lo expuesto, esperando que el presente trabajo se ajuste a las exigencias establecidas, quedo agradecida por la atención y a la espera de sus sugerencias.

Atentamente

La autora.

## ÍNDICE

	<b>Pág.</b>
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Presentación.....	iv
Índice.....	v
Índice de tablas.....	vii
Índice de figuras .....	viii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
Introducción.....	xi
<b>I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	
1.1 Planteamiento del problema.....	14
1.2 Formulación del problema.....	18
1.3 Justificación.....	18
1.4 Limitaciones.....	19
1.5 Objetivos.....	21
1.5.1 Objetivo general.....	21
1.5.2 Objetivos específicos.....	21
<b>II. MARCO TEÓRICO</b>	
2.1 Antecedentes.....	23
Internacionales.....	23
Nacionales.....	24
2.2 Bases teóricas.....	26
2.2.1 Los anuncios televisivos.....	26
2.2.2 El rol de la televisión.....	28
2.2.3 La publicidad.....	31
2.2.4 La publicidad en la televisión.....	32
2.2.5 La publicidad de alimentos dirigidos los niños.....	33
2.2.6 Influencia de la televisión para consumo de alimentos Publicitarios.....	34
2.2.7 Publicidad y consumo de comida chatarra.....	35

2.2.8	El hábito.....	38
2.2.9	Hábitos alimenticios.....	40
2.2.10	Pirámide nutricional.....	42
2.2.11	Pirámide de la publicidad infantil.....	42
2.2.12	Alimentación saludable.....	43
2.3	Definición de términos.....	43
<b>III. MARCO METODOLÓGICO</b>		
3.1	Hipótesis.....	46
3.2	Variables.....	46
3.2.1	Definición conceptual.....	46
3.2.2	Definición operacional.....	48
3.3	Metodología.....	49
3.3.1	Tipo de investigación.....	49
3.3.2	Diseño.....	49
3.4	Población y muestra.....	49
3.4.1	Población.....	50
3.4.2	Muestra .....	50
3.5	Método de investigación.....	51
3.6	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	51
3.6.1	Validez y confiabilidad.....	51
3.6.1.1	Validez.....	51
3.6.1.2	Confiabilidad.....	53
3.7	Métodos de análisis de datos.....	56
<b>IV. RESULTADOS</b>		
4.1	Descripción de los Resultados.....	58
4.2	Prueba de hipótesis.....	64
4.3	Discusión.....	71
CONCLUSIONES.....		74
SUGERENCIAS.....		75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		76
ANEXOS.....		79

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Definición operacional de las variables.....	47
Tabla 2. Validación de expertos.....	52
Tabla 3. Prueba piloto.....	54
Tabla 4. Estadísticos de fiabilidad para los anuncios televisivos.....	54
Tabla 5. Estadísticos de fiabilidad para los hábitos alimenticios.....	55
Tabla 6. Cronograma de tareas a ejecutar en este período.....	56
Tabla 7. Recursos estadísticos.....	57
Tabla 8. Anuncios televisivos.....	59
Tabla 9. Los medios televisivos.....	60
Tabla 10. La publicidad.....	61
Tabla 11. Hábitos de alimentación.....	62
Tabla 12. Chatarra.....	63
Tabla 13. Saludable.....	64
Tabla 14. Distribución de datos para la prueba de normalidad, según Shapiro-Wilk, para los anuncios televisivos y los Hábitos de alimentación.....	65
Tabla 15. Prueba de hipótesis general.....	66
Tabla 16. Prueba de la hipótesis 1.....	68
Tabla 17. Prueba de hipótesis específica 2.....	70

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Anuncios televisivos.....	59
Figura 2. Los medios televisivos.....	60
Figura 3. La publicidad.....	61
Figura 4. Hábitos de alimentación.....	62
Figura 5. Chatarra.....	63
Figura 6. Saludable.....	64
Figura 7. Relación entre los anuncios televisivos y los alimentos chatarra.....	67
Figura 8. Relación entre los anuncios televisivos y los alimentos saludables.....	69
Figura 9. Relación entre los anuncios televisivos y los alimentos saludables.....	71



## RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es determinar la relación que existe los anuncios televisivos y los hábitos de alimentación en los estudiantes del tercer grado de primaria de la Institución Educativa “Isabel la Católica”- La Victoria, 2013.

La investigación se desarrolló bajo un diseño descriptivo-correlacional con enfoque cuantitativo. Se utilizó el método descriptivo. La muestra está conformada por 25 estudiantes. Para obtener la información requerida, previamente se demostró la validez y confiabilidad de los instrumentos, mediante la técnica de opinión de expertos y KR-20 (Richardson Kuder). Se utilizó la técnica de la observación y su instrumento, la ficha de observación.

De acuerdo a los resultados, se comprobó la hipótesis y el objetivo general del estudio. Llegando a la conclusión que existe una correlación positiva alta entre los anuncios televisivos y los hábitos de alimentación. (Rho de Spearman 0,820).

Finalmente se llegó a la conclusión de que hay una alta correlación positiva entre los anuncios televisivos y los hábitos alimenticios en los estudiantes del tercer grado de primaria de la Institución Educativa “Isabel la Católica”– La Victoria, 2013. Esto indica que se confirma la hipótesis y objetivo general del estudio.

**Palabras claves:** anuncios televisivos, los hábitos de alimentación.

## ABSTRACT

The objective of this research is to determine the relationship television commercials and eating habits of students in third grade in School "Isabel La Católica" - Victoria, 2013.

The research was conducted under a descriptive correlational design with a quantitative approach. The descriptive method was used. The sample consists of 25 students. To obtain the required information, previously the validity and reliability of the instruments was demonstrated using the technique of expert opinion and KR -20 (Kidder Richardson). The art of observation and instrument observation sheet was used.

According to the results, the hypothesis and the overall objective of the study found. Concluding that there is a high positive correlation between television advertising and food habits. (Spearman rho 0.820).

Finally concluded that there is a high positive correlation between television commercials and eating habits in students of the third grade of School "Isabella." - Victoria, 2013. This indicates that confirms the assumptions and general objective of the study.

**Keywords:** television ads, feeding habits.