



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

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

“ Relación entre la Campaña Gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable en niños de 4° a 6° de primaria de dos colegios en Comas-Lima-Norte-2017”

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

AUTORA

Claudia Esthefani Penas Quesada

ASESOR

Miguel Antonio Cornejo Guerrero, Ph.D.

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

PRESIDENTE

Primer jurado

Miguel Antonio Cornejo Guerrero, Ph. D

SECRETARIO

Segundo jurado

Mg. Juan Apaza Quispe

VOCAL

Tercer jurado

Mg. Rocío Bernaza Zabala

DEDICATORIA

Este presente trabajo se lo dedico a mis padres, hermanos y enamorado que con su apoyo y bendición incondicional que me brindaron me apoyaron para seguir día a día, para alcanzar mis metas y poder así desarrollarme profesionalmente.

AGRADECIMIENTO

Agradezco bastante a dios por poder darme la fuerza de seguir a pesar de todo. A mis padres por el apoyo que me brindan. Al profesor Miguel Cornejo por su apoyo. Finalmente a mis hermanas, enamorado que me apoyaron, motivaron para poder realizar esta investigación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Penas Quesada Claudia Esthefani con DNI N° 70025038, 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, 17 de Mayo del 2017

Claudia Esthefani Penas Quesada

ÍNDICE

CARÁTULA.....	I
PÁGINA DEL JURADO.....	II
DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	V
PRESENTACIÓN.....	VI
INDICE	
RESUMEN	
I. INTRODUCCIÓN	
1.1. Realidad Problemática.....	13
1.2. Trabajos Previos.....	14
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	17
1.4. Formulación del problema.....	22
1.5 Justificación de estudio.....	24
1.6 Objetivos.....	25
1.7 Hipótesis.....	26
II. MÉTODO	
2.1. Diseño, tipo y nivel de investigación.....	29
2.2. Variables y operalización de variables.....	30
2.3. Población, muestra y muestreo.....	34
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	34
2.5. Métodos de análisis de datos.....	37
2.6. Aspectos éticos.....	66

III. RESULTADOS	67
IV. DISCUSIÓN	72
V. CONCLUSIÓN	76
VI. RECOMENDACIONES	79
VII. REFERENCIAS	80

ANEXOS

- ✓ Matriz de Consistencia
- ✓ Matriz de Operacionalización de Variables
- ✓ Instrumento
- ✓ Validación del instrumentos
- ✓ Carta de permiso de la institución
- ✓ Data
- ✓ Cronograma de ejecución
- ✓ Producto (Brief)
- ✓ Registro de Campo

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Diseño, tipo y nivel de investigación	29
Tabla 2. Clasificación de variables	30
Tabla 3. Operacionalización de variables	32
Tabla 4. Cuadro de validación del Instrumento de recolección de datos	35
Tabla 5. Cuadro de prueba binomial	36
Tabla 6. Cuadro estadístico de fiabilidad	36
Tabla 7. Frecuencia de la variable X. Campaña gráfica	38
Tabla 8. Frecuencia de la variable Y. Consumo Responsable	38
Tabla 9. Frecuencia de la pregunta n° 1	39
Tabla 10. Frecuencia de la pregunta n° 2	40
Tabla 11. Frecuencia de la pregunta n° 3	41
Tabla 12. Frecuencia de la pregunta n° 4	42
Tabla 13. Frecuencia de la pregunta n° 5	43
Tabla 14. Frecuencia de la pregunta n° 6	44
Tabla 15. Frecuencia de la pregunta n° 7	45
Tabla 16. Frecuencia de la pregunta n° 8	46
Tabla 17. Frecuencia de la pregunta n° 9	47
Tabla 18. Frecuencia de la pregunta n° 10	48
Tabla 19. Frecuencia de la pregunta n° 11	49
Tabla 20. Frecuencia de la pregunta n° 12	50
Tabla 21. Prueba de normalidad de las variables: Campaña Gráfica y Consumo Responsable.	51
	52

Tabla 22. Cuadro de correlación: Campaña Gráfica y Consumo Responsable.	
Tabla 23. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Creación de campaña y Medio ambiente.	53
Tabla 24. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Creación de campaña y Medio ambiente.	53
Tabla 25. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Creación de campaña y Huella ecológica.	54
Tabla 26. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Creación de campaña y Huella ecológica.	55
Tabla 27. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Creación de campaña E impacto ambiental.	56
Tabla 28. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Creación de campaña e impacto ambiental.	56
Tabla 29. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Elementos de campaña y medio ambiente.	57
Tabla 30. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Elementos de campaña y medio ambiente.	58
Tabla 31. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Elementos de campaña y Huella ecológica.	59
Tabla 32. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Elementos de campaña y huella ecológica.	59
Tabla 33. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Elementos de campaña e Impacto ambiental.	60
Tabla 34. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Elementos de campaña e Impacto ambiental.	61
Tabla 35. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Responsabilidad ecológica y Medio ambiente.	62
Tabla 36. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Responsabilidad ecológica y medio ambiente.	62
Tabla 37. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Responsabilidad ecológica y Huella ecológica.	63
	64

Tabla 38. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Responsabilidad ecológica y huella ecológica.	
Tabla 39. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Responsabilidad ecológica E impacto ambiental.	65
Tabla 40. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Responsabilidad ecológica e impacto ambiental.	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Frecuencia de la pregunta n° 1	39
Gráfico 2. Frecuencia de la pregunta n° 2	40
Gráfico 3. Frecuencia de la pregunta n° 3	41
Gráfico 4. Frecuencia de la pregunta n° 4	42
Gráfico 5. Frecuencia de la pregunta n° 5	43
Gráfico 6. Frecuencia de la pregunta n° 6	44
Gráfico 7. Frecuencia de la pregunta n° 7	45
Gráfico 8. Frecuencia de la pregunta n° 8	46
Gráfico 9. Frecuencia de la pregunta n° 9	47
Gráfico 10. Frecuencia de la pregunta n° 10	48
Gráfico 11. Frecuencia de la pregunta n° 11	49
Gráfico 12. Frecuencia de la pregunta n° 12	50

RESUMEN

La presente investigación planteó encontrar la relación entre de la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable en niños de 4º a 6º de primaria en dos colegios en Comas- Lima-Norte-2016. El siguiente estudio tiene un enfoque cuantitativo-descriptivo, de tipo no experimental y comprende un diseño correlacional.

Para llevarla a cabo, se contó con una muestra de 278 alumnos de una población finita de 1000 estudiantes entre los 7 a 13 años, de cuarto a sexto de primaria. Se desarrolló un muestreo aleatorio simple y se ejecutó la técnica de la encuesta conformada por 12 preguntas respectivamente con alternativas de escala de Likert.

Los datos recopilados pasaron a través de un análisis estadístico, donde se utilizó el software IBM SPSS Statistics 20.0. Por lo tanto, permitió encontrar la correlación de hipótesis de las variables arrojando una correlación de 0.626 con una significancia de 0.000 que es menor al 0,01 con un 99% de confianza. Por lo tanto, se afirmó que existe una correlación positiva media entre las dos variables. De esta manera, se rechaza la hipótesis nula y se afirma la hipótesis de investigación en el nivel de 0.01 (1% de error).

Palabras Clave: Campaña gráfica, reciclaje, consumo responsable, cambios de hábitos.

ABSTRACT

The present research aimed to find the relationship between the graphic campaign for paper recycling and responsible consumption in children from 4th to 6th grade in two schools in Comas-Lima-Norte-2016. The following study has a quantitative-descriptive approach, of non-experimental type and comprises a correlational design.

To carry it out, there was a sample of 278 students from a finite population of 1000 students between the ages of 7 and 13, from fourth to sixth grade. A simple random sampling was performed and the survey technique was performed, consisting of 12 questions, respectively, with Likert scale alternatives.

The data collected passed through a statistical analysis, where the IBM SPSS Statistics 20.0 software was used. Therefore, it allowed to find the hypothesis correlation of the variables yielding a correlation of 0.626 with a significance of 0.000 that is less than 0.01 with a 99% confidence. Therefore, it was stated that there is a mean positive correlation between the two variables. In this way, the null hypothesis is rejected and the research hypothesis is affirmed at the level of 0.01 (1% error).

Keywords: Graphic campaign, recycling, responsible consumption, changes in habits.