



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**Campaña de sensibilización de reciclaje y conciencia  
ambiental en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E.  
José Abelardo Quiñones N°1138 Ate, 2019**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

**AUTOR:**

Montoya Lujan, Gerzon David (ORCID:0000-0001-7047-3477)

**ASESORA:**

Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa (ORCID:0000-0003-4279-0154)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Comunicación para el Desarrollo Humano

LIMA – PERÚ

2020

## **Dedicatoria**

Dedico este informe a quienes en algún momento de la historia pasaron su vida luchando y preservando de alguna manera el medio ambiente. A quienes fueron asesinados injustamente por defender la vida natural y a quienes entienden que somos parte de la naturaleza mas no dueños de ella.

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por brindarme sabiduría, salud y paciencia para terminar este trabajo.

Agradezco a mi asesora y a todos los docentes que conocí en toda mi formación universitaria que me regalaron sus conocimientos para corregir y fortalecer los míos. Gracias también por toda la paciencia y exigencia académica que me brindaron durante todo el proceso, y a quienes formaron parte de mi vida universitaria.

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>5</b>
<b>III. METODOLOGÍA.....</b>	<b>22</b>
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	22
3.2 Operacionalización de variables.....	23
3.3 Población, muestra.....	24
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección, validez y confiabilidad.....	25
3.5 Procedimiento.....	28
3.6 Métodos de análisis de datos.....	28
3.7 Aspectos éticos.....	28
<b>IV. RESULTADOS.....</b>	<b>30</b>
<b>V. DISCUSIÓN.....</b>	<b>45</b>
<b>VI. CONCLUSIONES.....</b>	<b>47</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>49</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>50</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>56</b>

## Índice de tablas

Tabla N° 1: Validez de expertos.....	26
Tabla N° 2: Rango de coeficiente.....	26
Tabla N° 3: Confiabilidad de campaña de sensibilización de reciclaje.....	26
Tabla N° 4: Confiabilidad de conciencia ambiental.....	27
Tabla N° 5: Análisis descriptivo de campaña de sensibilización de reciclaje.....	29
Tabla N° 6: Análisis descriptivo de conciencia ambiental.....	30
Tabla N° 7: Tabla de dimensión etapas de conciencia ambiental.....	31
Tabla N° 8: Tabla de dimensión componentes ambientales.....	32
Tabla N° 9: Tabla de dimensión valores ambientales.....	33
Tabla N° 10: Tabla de cruzada de variable campaña de sensibilización de reciclaje y conciencia ambiental.....	34
Tabla N° 11: Tabla cruzada de variable campaña de sensibilización de reciclaje y dimensión etapas de conciencia ambiental.....	35
Tabla N° 12: Tabla cruzada de variable campaña de sensibilización de reciclaje y dimensión componentes ambientales.....	37
Tabla N° 13: Tabla cruzada de variable campaña de sensibilización de reciclaje y dimensión valores ambientales.....	38
Tabla N° 14: Tabla de nivel de coeficiente de correlación.....	39
Tabla N° 15: Tabla de correlación de hipótesis general.....	40
Tabla N° 16: Tabla de correlación de hipótesis específica 1.....	41
Tabla N° 17: Tabla de correlación de hipótesis específica 2.....	42
Tabla N° 18: Tabla de correlación de hipótesis específica 3.....	43

## Índice de figuras

Gráfico N° 1: Gráfico de frecuencia de la variable campaña de sensibilización de reciclaje.....	29
Gráfico N° 2: Gráfico de frecuencia de la variable conciencia ambiental.....	30
Gráfico N° 3: Gráfico de frecuencia de la dimensión etapas de conciencia ambiental.....	31
Gráfico N° 4: Gráfico de frecuencia de la dimensión componentes ambientales.....	32
Gráfico N° 5: Gráfico de frecuencia de la dimensión valores ambientales.....	33
Gráfico N° 6: Gráfico de recuento de variable campaña de sensibilización de reciclaje y variable conciencia ambiental.....	34
Gráfico N° 7: Gráfico de recuento de variable campaña de sensibilización de reciclaje y dimensión etapas de conciencia ambiental.....	36
Gráfico N° 8: Gráfico de recuento de variable campaña de sensibilización de reciclaje y dimensión componentes ambientales.....	37
Gráfico N° 9: Gráfico de recuento de variable campaña de sensibilización de reciclaje y dimensión valores ambientales.....	38

## RESUMEN

El presente informe de investigación recibe por título: Campañas de sensibilización de reciclaje y conciencia ambiental en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019, precisa su objetivo general en determinar la relación entre la campaña de sensibilización de reciclaje y la conciencia ambiental en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019. El instrumentó a usar fue un cuestionario basado en la escala de Likert para las variables campañas de sensibilización de reciclaje y la de conciencia ambiental. Tras ser empleado, el cuestionario fue sujeto a los correspondientes análisis para concretar su confiabilidad y validez.

Para la sección metodológica, se determinó que la investigación consistiese en ser aplicada con un nivel correlacional y de enfoque cuantitativo. Por su parte, el diseño empleado es no experimental de corte transversal, y para la población, se tomó a todos los 82 estudiantes que cursan el quinto de secundaria, ya que es de muestra censal. Por otro lado, la técnica a usar para la recopilación de información fue el cuestionario, el cual fue correctamente validado mediante el juicio de expertos, estableciendo así la confiabilidad por medio de la estadística fiabilidad Alfa de Cronbach. Los resultados mostraron la relación estadística y positivamente moderada ( $0,651$ ,  $p < 0,05$ ) y proporcionalmente directa entre campaña de sensibilización de reciclaje y conciencia ambiental en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019. Asimismo, el informe concluyó con la existencia de una relación directa entre la campaña de sensibilización de reciclaje y la conciencia ambiental en los escolares.

**Palabras clave:** Campaña de sensibilización, conciencia ambiental, estudiantes.

## **ABSTRACT**

This research report titled: Recycling awareness campaigns and environmental awareness among students in the fifth year of secondary school in the I.E. José Abelardo Quiñones N ° 1138 Ate, 2019, specifies his general objective in determining the relationship between the recycling awareness campaign and environmental awareness in students of the fifth year of high school in the I.E. José Abelardo Quiñones N ° 1138 Ate, 2019. The instrument to use was a questionnaire based on the Likert scale for the variable recycling awareness campaigns and the environmental awareness campaign. After being used, the questionnaire was subjected to the corresponding analyzes to determine its reliability and validity.

For the methodological section, it was determined that the research has an applied character with a correlational level and a quantitative approach. For its part, the design used is non-experimental, with a cross-section, and for the population, all 82 students in the fifth year of high school were taken, since it is a census sample. On the other hand, the technique to be used for the collection of information was the questionnaire, which was correctly validated by expert judgment, thus establishing reliability using the Cronbach's Alpha reliability statistic. The results showed a statistically and positively moderate (0.651,  $p < 0.05$ ) and proportionally direct relationship between recycling awareness campaign and environmental awareness in students in the fifth year of secondary school in the I.E. José Abelardo Quiñones N ° 1138 Ate, 2019. Likewise, the report concluded with the existence of a direct relationship between the recycling awareness campaign and environmental awareness in students.

**Keywords:** Awareness campaign, environmental awareness, students.



## I. INTRODUCCIÓN

El informe de investigación se encuentra ligada a una problemática que no se ve a diario en nuestro entorno, se trata sobre las campañas de sensibilización de reciclaje y la conciencia ambiental, en este caso, llevado a un sector específico como son los alumnos de una institución educativa. La importancia de este tema, debe ser la para cada integrante de la sociedad, pues, en la actualidad no se le da el valor necesario y que merece en nuestro país.

En el último siglo, el problema con el medio ambiente nos corresponde a todos. Conforme el tiempo transcurre, este problema contribuye a consecuencias que afectan las futuras generaciones. Puesto que, degradar y destruir recursos también generan caos y más pobreza en muchos lugares del mundo. Actualmente, no se puede tratar estos problemas lentamente porque esas acciones que se realizan en contra del medio ambiente, trae aún más problemas y aunque sean locales, siempre son de carácter mundial.

Controlar los residuos se tornó una dificultad en todo el mundo, puesto que, es un conflicto para los países desarrollados debido a que la población sigue aumentando, se opta por la migración a lugares completamente urbanizados, existe ineficacia de los rubros industriales, los diversos modelos de consumo, el desarrollo de la calidad de vida, etcétera. Todo ello asciende junto con los desechos sólidos. Para ello, se presenta a través de campañas la acción de reciclar y los tratamientos a los residuos sólidos como medida de sensibilizar a la población y posteriormente, generar conciencia de este hecho ambiental, el cual nos conllevará a tener la capacidad de las mejoras sanitarias para preservar el medio ambiente.

Saez (2014) señaló que, en nuestro país, se utilizan las calles, los ríos, desmontes (restos de piedras y arena generada en las construcciones de inmuebles) o lugares abandonados como depósito y botaderos de basura sin que las leyes rijan en esos puntos críticos, no nos tomamos la molestia de ejecutar acciones como clasificar o separar los desechos, y que este comportamiento sirva de ayuda al medio ambiente. Por otro lado, existen los populares recicladores que trabajan recorren nuestras calles y esos mismos puntos críticos ganándose – a través de los residuos– la vida. A pesar de ser una acción correcta, exponen su

integridad y su salud en este oficio, pues tampoco existen leyes o beneficios de parte de los centros educacionales particulares o del propio estado que beneficien a este tipo de trabajadores; esto revela nuestra falta de compromiso y conciencia con el manejo de los residuos que son nuestros.

Esta conciencia que se menciona, forma a las personas y/o a los distintos colectivos a preocuparse por la condición actual del medio ambiente y las consecuencias que esta traerá. Y es justamente, conocer sobre estos temas que se puede enseñar a terceros o elaborar estrategias que capten la atención (como lo son las campañas) para que el mensaje de conciencia sea favorable y el receptor asuma el compromiso con el medio ambiente.

Además, el Ministerio de Educación (MINEDU) mediante la norma dentro de la Normativa 28044: Ley General de Educación, estimó que la enseñanza en nuestro país posee al habitante como el eje y medio principal de cambio educativo a través de la conciencia ambiental para ejercer virtudes apegadas al respeto, conservar y cuidar el entorno natural ya que es un aval para que se desarrolle nuestra vida.

Esto lo demuestra las cifras del Ministerio del Ambiente (MINAM, 2016) sobre estadísticas de administración integral de los residuos (reciclaje) dado que los residuos del año 2014 ascendieron a 7,5 millones de toneladas, pero que menos del cincuenta por ciento (50%) se colocaron en los respectivos rellenos sanitarios. Con ello, queda demostrado que la problemática en temas contaminación, la falta de campañas y conciencia ambiental para con la salud pública es un tema no importante en nuestro país.

Para evitar esos datos negativos, las campañas de sensibilización de reciclaje y la conciencia ambiental se deben de formar desde el campo educativo. Las instituciones educativas – a través de sus políticas ambientales – deberían de promover más estrategias llena de metas y objetivos para orientar y fortalecer el vínculo del estudiante con el medio ambiente, y mediante estas, también crear un lazo entre institución, estudiante y familia para que lo aprendido se lleve a cabo con acciones en su casa o su comunidad.

Reciclar genera cambios positivos en el ser humano, considerando lo anterior, se planteó el siguiente problema

### **Problema general**

- ¿Qué relación existe entre la campaña de sensibilización de reciclaje y la conciencia ambiental en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019?

### **Problemas específicos**

- ¿Cómo se relaciona la campaña de sensibilización de reciclaje con las etapas de conciencia ambiental en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019?
- ¿Cómo se relaciona la campaña de sensibilización de reciclaje con los componentes ambientales en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019?
- ¿Cómo se relaciona la campaña de sensibilización de reciclaje con los valores ambientales en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019?

El trabajo de investigación encontró su **justificación teórica** en la creación de conocimientos para realizar estudios a futuro donde el tema sea profundizado. Por su parte, **la justificación práctica** tuvo como base los resultados del informe que relevaron la opinión de escolares del quinto de secundaria sobre campaña de sensibilización de reciclaje y la conciencia ambiental en los que ellos son los actores principales. Por último, **la justificación metodológica** de este estudio buscó ser detallado para proceder al uso de las herramientas de investigación, dado que es de carácter cuantitativo para esta sociedad de cambios constantes.

La investigación fue sujeta a los siguientes objetivos:

### **Objetivo general**

- Determinar la relación de campaña de sensibilización de reciclaje y la conciencia ambiental en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.

## **Objetivos específicos**

- Identificar la relación entre la campaña de sensibilización de reciclaje y las etapas de conciencia ambiental en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.
- Establecer la relación entre campaña de sensibilización de reciclaje y los componentes ambientales en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.
- Analizar la relación entre la campaña de sensibilización de reciclaje y los valores ambientales en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.

Las hipótesis que se plantearon fueron las siguientes:

## **Hipótesis general**

- Existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje con la conciencia ambiental en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.

## **Hipótesis específicas**

- Existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje con las etapas de conciencia ambiental en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.
- Existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje con los componentes ambientales en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.
- Existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje con los valores ambientales en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.

## II. MARCO TEÓRICO

A nivel nacional, este informe encontró soporte en los siguientes estudios realizados: Bravo, Calixto y Romero (2019), *Conciencia ambiental y cuidado del medio ambiente en los estudiantes del 5° grado “A” de primaria de la institución educativa integrado “Julio Benavides Sanguinetti” – Distrito de Ambo, provincia de Huánuco – 2018*, tesis de bachiller, Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco; cuyo objetivo se basó en precisar la relación entre la conciencia ambiental y el cuidado del medio ambiente en los escolares del 5°A. El método empleado para la investigación es correlacional, el diseño aplicado es no experimental. La población consta de 35 escolares del quinto grado A de primaria. Su instrumento consistió de dos cuestionarios de 14 y 20 preguntas respectivamente. Se concluyó con la existencia de evidencias para asegurar que la conciencia ambiental y el cuidado del medio ambiente tienen una relación significativa.

Noceda (2018), *Aplicación del taller de reciclaje para desarrollar la conciencia ambiental en los estudiantes del 3° y 4° grado de primaria, I.E. N° 86902 del Caserío de San Pedro de Ichón – Huacchis, en el año 2018*, tesis de licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Chacas; cuyo objetivo se basó en determinar si la aplicación del taller de reciclaje es favorable para el desarrollo de la conciencia ambiental en los estudiantes. El método empleado para esta investigación es cualitativo pre-experimental, el diseño aplicado es experimental. Su población consta de 34 escolares. Su instrumento consistió en un cuestionario. Se concluyó con que aquellos alumnos se encontraban con nivel bajo de conocimiento sobre conciencia ambiental y tras el desarrollo del taller, se alcanzó un nivel significativo sobre conciencia ambiental.

Vilca (2018), *Infografía sobre el reciclaje y el aprendizaje en los estudiantes del 1° al 5° de secundaria de la I.E. Manuel Seoane Corrales de Ventanilla, Callao – 2018*, tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo, Lima; cuyo objetivo se basó en establecer la relación entre una infografía sobre reciclaje y el aprendizaje en los alumnos del 1° al 5°. El método empleado para la investigación es cuantitativo-correlacional, el diseño aplicado constó en ser no experimental-transversal. La

población consta de 274 estudiantes. Su instrumento consistió en un cuestionario de 13 preguntas. Se concluyó con que la infografía sobre el reciclaje guarda relación con el aprendizaje de los escolares.

Castillo (2017), *Cultura ambiental, uso y manejo del agua potable en la Universidad Continental – 2016*, tesis de magíster, Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo; cuyo objetivo se basó en determinar la relación entre la cultura ambiental y el uso y manejo del agua potable en los alumnos de ingeniería ambiental. El método empleado para la investigación es descriptivo-correlacional, el diseño aplicado es no experimental descriptivo-correlacional. La población consta de 271 universitarios. Su instrumento consistió en un cuestionario. Se concluyó con que la cultura ambiental se relaciona favorablemente en el uso y manejo del agua potable en los estudiantes de ingeniería ambiental.

Estrada e Yindigoyen (2017). *Educación ambiental y conservación del medio ambiente en los alumnos del cuarto grado de primaria de la I.E. 6069 UGEL 001 de Villa el Salvador, Lima. 2016*, tesis de magíster, Universidad César Vallejo, Perú; cuyo objetivo se basó en precisar el vínculo entre la educación ambiental y conservación del medioambiental en los alumnos del 4° grado. El método empleado para la investigación es hipotético-deductivo, el diseño aplicado es no experimental. La población consta de 40 alumnos. Su instrumento está compuesto por un cuestionario de 20 preguntas. Se concluyó con la existencia de pruebas que afirman que la educación ambiental se asocia notablemente con la preservación del medio ambiente.

Dávalos (2016), *La elaboración de materiales educativos con recursos reciclables para el fortalecimiento de la conciencia ambiental en los niños y niñas de 4 años “b” de la I.E.I. n° 279 del barrio Villa Paxa Puno– 2015*, tesis de licenciamiento Universidad Nacional del Altiplano, Puno; cuyo objetivo se basó en precisar la utilización de elementos reciclables como medio educativo y el apoyo para fortalecer una conciencia ambiental de los menores. El método empleado para la investigación es experimental, el diseño aplicado cuasi experimental. La población consta con 119 niños y niñas. Su instrumento consistió en la observación. Se concluyó con que no debe importar características como edad o nivel social en el que nos encontremos, pues, se puede educarse para disminuir desde este

momento los elementos que contaminan, debido a que forma parte de uno de las inmensas dificultades que perjudica el medio ambiente.

Por su parte, el ámbito internacional respaldó este trabajo con los siguientes estudios: Bravo (2017), *Diseño de estrategias de sensibilización para el uso de materiales reciclables y reciclados en el diseño y la construcción*, tesis de maestría, Universidad del Norte, Colombia; su objetivo fue diseñar las estrategias de sensibilización a fin de emplear elementos reciclables y los ya reciclados en el diseño y construcción, dirigido para los profesionales de Ingeniería civil y Arquitectura. El método de investigación es cuantitativo y cualitativo, el diseño aplicado es descriptivo-experimental. La población fue 150 profesionales. El instrumento utilizado fue la encuesta y entrevista. Se concluyó que, aunque existe una fuerte tendencia de enseñar sobre el uso de los materiales, sí es posible el diseñar estrategias que sugieran a los profesionales (involucrados) el cómo aprovechar los materiales que se reciclan.

Gómez (2016), *Diagnostico del impacto del plástico-botellas sobre el medio ambiente: Un estado del arte*, tesis de título, Universidad Santo Tomás, Colombia; cuyo objetivo fue determinar el nivel de impresión que deja el uso de materiales como el plástico y las botellas en la comunidad, regiones y el mundo, y así elaborar ideas para fortalecer el ámbito ambiental. Su método es descriptivo, y su diseño es transversal. La población fue de 20 expertos relacionados con el tema del medio ambiente. El instrumento utilizado fue una encuesta. Se concluyó que la situación entre los materiales plásticos y las botellas tienen años como problema y que ningún Estado le ha brindado la importancia necesaria a este tema significativo en la actualidad.

Chicaizagarcias y Gonzales (2016), *Análisis de los desechos de botellas plásticas de los habitantes de Bastión Popular de Guayaquil*, tesis de título, Universidad de Guayaquil, Ecuador; cuyo objetivo fue analizar y evaluar los desperdicios de botellas plásticas en los pobladores y proponer un diseño de ladrillos de plástico. El método de investigación es cuantitativo y cualitativo, el diseño de investigación es exploratorio y descriptivo. La población es de 382 habitantes de Bastión Popular. Los instrumentos utilizados fueron las encuestas y entrevistas. Se concluyó con la necesidad de impulsar reciclaje desde instituciones

educativas para crear y desarrollar cultura verde a través de un estudio sobre lo positivo que es utilizar nuevamente los desechos, y de la búsqueda de actuales mercados para los nuevos negocios que se dediquen a la recuperación y reúso de materiales como nueva materia prima.

Ballestas, Blanco y Gil (2016), *Diseño de una campaña de reciclaje desde la fuente y aprovechamiento de los residuos sólidos en el barrio Villas de Aranjuez de Cartagena*, tesis de título, Universidad de Cartagena, Colombia; cuyo objetivo fue impulsar la cultura verde y beneficiarse con la reutilización de los desechos sólidos desde la raíz mediante un proyecto de campaña gráfica. El método de investigación es mixto. La población fue de 205 personas pertenecientes a la manzana 1C de Villas de Aranjuez. El instrumento utilizado fue encuestas y entrevistas. Se concluyó que es posible aceptar que la creación del proyecto gráfico resulta un procedimiento que sirve a comunidad para conducirlos a un nuevo conocimiento de compromiso responsable de cultura ambiental a través de reciclaje, y así beneficiarse con la reutilización de residuos del hogar como industriales.

Herrera (2015), *Formación en valores para generar conciencia ambiental en la comunidad educativa de CDI Champinerito de la ciudad de Ibagué*, tesis de licenciatura, Universidad de Tolima, Colombia; cuyo objetivo fue implementar estrategias de carácter pedagógico que contengan valores ambientales. El método de investigación es cualitativo. La población son niños desde los 4 a 7 años de la CDI Chapinerito. El instrumento utilizado fue la observación y encuestas cerradas. Se concluyó con el logro del implemento de estrategias pedagógicas que se diseñaron para poder crear los valores ambientales en aquella comunidad educativa.

Acerca de las teorías relacionadas para el presente informe, fue la **teoría de desarrollo sostenible** que, según Foladori y Tommasino (como se citó en Alaña, Capa y Sotomayor, 2016, p. 94) se simplifica a tres principales bases: sustentabilidad exclusivamente ecológica, sustentabilidad social con límites y la coevolución de sociedad con la naturaleza.



El ámbito de la comunicación en función a esta teoría, forma parte también de la campaña de sensibilización, pues, simplifica y permite promover la actividad en los estudiantes como los valores e identidad, además de la transparencia con la que se realiza dentro de su propia institución. Por otro lado, la comunicación sirve como un agente de control en la investigación ya que evalúa, cuantifica el modelo que emplea la entidad y estudia los resultados del aprendizaje de los menores para sensibilizarlos con acciones favorables al medio ambiente.

A su vez, según el MINAM (2016) nos menciona que son parte de un gran y necesario progreso de acuerdos sobre decisiones y acciones que no se pueden postergar porque son temas de desarrollo para la economía, integración social, el cuidado ambiental y la paz (p. 7).

En síntesis, esta teoría nace del informe Bruntland en 1987 para cambiar la mentalidad con acciones y educar a través del medio ambiente. Entonces, los medios (físico u oral) que emplea la institución tienen un rol claro e importante, pues, son quienes difunden todo el proceso de comunicación desde el intercambio de información hasta el cambio en los estudiantes, dado que el fin es crear una conciencia verde, pero para conseguirlo, se utilizan las herramientas o estrategias planificadas responsablemente, y de esta manera, conseguir el objetivo de desarrollo sostenible con el ambiente.

La siguiente teoría empleada para el informe es la **teoría de las actitudes de Hovland**, que, para ello, será el centro de estudios (a través de sus representantes) quienes asuman la función de emisor y evaluarán los resultados presentados por quienes cumplen el papel de receptores, los estudiantes. Y serán los primeros ya mencionados quienes lleguen a determinar si se está cumpliendo parte de los objetivos que hayan trazado y de cómo esas acciones realizadas por los alumnos están generando el cambio de sus actitudes en ellos, favoreciendo además la imagen de la institución.

Según Cornejo (2014), explicó que cuenta con seis etapas, las cuales son cambio de conducta objetivo, acto emisor, llegada del mensaje, alcanzar el objetivo, el mensaje pasar a ser aceptado por el receptor y, perdurar y permanecer (p.22).

Desarrollo conceptual de la variable **campañas de sensibilización**: Existe la capacidad de elaborar un mensaje de distintas maneras y a través de diversos medios durante un periodo determinado o a la brevedad posible, estas estrategias que se planifican tienen la intención de cumplir con las metas u objetivos que nos podamos trazar. Todo este proceso lo podemos denominar como 'campaña', ya que nos permite expresar una acción mediante un mensaje y tiempo determinado hacia un público en específico.

Según Castañeda (como se citó en Dávila, 2017, p. 22) la define como un conjunto de actividades de acciones informativas y formativas, de sensibilización y movilización social que generan cambios de ideas y prácticas que aquejan a una comunidad o país, etc.

Para Mozombite (2018) este tema tiene como base una mezcla entre los objetivos, las metas y las actividades dentro de un escenario de políticas ambientales (p. 6).

Sensibilización, como tal, abarca diversos tipos de actividades cuyo objetivo es concientizar sobre situaciones e integrar factores de suma importancia para lograr un cambio en base al compromiso con métodos o herramientas necesarias para buscar la mejora en las actitudes, asumir responsabilidades que sean positivas ante la sociedad y la calidad de vida individual.

Elaborar programas o campañas de sensibilización implica que formaremos de valores y acciones positivas a la persona y sus acciones con su entorno. En los escolares, desarrollar esos valores les permitirá una mejor relación social en el presente -y cuando ejerzan acciones de una persona mayor de edad- entablarán un lazo con estos principios obtenidos, pues serán necesarios para su desenvolvimiento en cualquier lugar determinado.

Desarrollo conceptual de la primera dimensión **canales de comunicación** de la primera variable campañas de sensibilización: En la antigüedad, la forma de comunicarse no fue mediante el habla. El uso de expresiones del rostro, los movimientos del cuerpo, la simbología y las pinturas rupestres intuían que la comunicación evolucionaría.

Según Ongallo (como se citó en Gavidia y Gómez, 2017) para una buena comunicación deben existir canales adecuados que garanticen la participación e implicancia de todos los grupos de interés (p. 28).

Esta comunicación nace por la urgencia de establecer una relación, convencer y crecer. A primera instancia, surge de la prontitud por transmitir lo que se piensa, se siente, etcétera. Por otro lado, prima la urgencia de transformar el pensamientos de los demás y lograr la igualdad o similitud con el nuestro. Por último, la predisposición de prolongar esta comunicación como algo autóctono, que es poder informar.

Desarrollo conceptual del primer indicador **escritos** de la primera dimensión canales de comunicación: Para Balarezo (2014), con una buena comunicación escrita se puede cambiar la forma de pensar y actuar a nivel interior y exterior, generando así actitudes positivas (p. 35).

Una comunicación escrita lo constituyen un emiteinte y el receptor, ambos deberán de conocer el código que se está utilizando para que la interlocución sea sólida. En esta relación, será el emisor quien redacte el mensaje mientras que el receptor lo recepciona, lo lee a través de un documento físico como una hora, alguna pantalla o cualquier objeto en el que se pueda escribir.

Desarrollo del segundo indicador **visuales** de la primera dimensión canales de comunicación: El canal visual resalta por su relación con las imágenes. Este medio tiene gran variedad de códigos y vínculos con los signos que nos permite interpretar lo que vemos. Pensamos en gráficos como una representación de alguna idea o varias simultaneas, se cambian aquellas imágenes para conocer o desviarnos de algún tema en específico y en el ámbito de las post producciones, se quitan o añaden más de ellas juntándolas para crear una representación nueva.

Para Meza (2018), las imágenes son materiales que se han dispuesto a ser importantes para la comunicación y emisión de la información entre individuos, generando el uso frecuente de este elemento dentro de los procesos comunicativos (p. 4).

Desarrollo del tercer indicador **orales** de la primera dimensión canales de comunicación: Los canales orales permiten la innovación en la publicidad. Los recursos sonoros como la voz, los efectos, la música y el silencio la vuelven un medio creativo, pero su empleo depende del público al que se encuentra dirigido, el horario de emisión y la reacción del oyente frente a lo que el emisor exponga.

Para definir el canal oral, Ruiz (2015) nos explicó que es una herramienta que brinda diversas alternativas creativas en la publicidad mediante los efectos de sonido, música y silencio y hacen que sea un medio muy rico u creativo (p. 40).

Desarrollo conceptual de la segunda dimensión **tipos de reciclaje** de la primera variable campañas de sensibilización: El reciclaje se presenta como una opción de cuidado ambiental. A través de esta opción, individual o colectivamente, se da un valor y un uso más a los recursos que desperdiciamos, además, promueve una mejora en la calidad del ambiente. Los recursos que se reciclan, pueden optar un sinnúmero de formas, pues se pueden transformar en elementos derivados de su material o en otros distintos (según tenga destinado en alguna campaña o centro especializado de reciclaje).

Según Agency (2016) este proceso reúne y procesa materiales que de alguna manera terminarán siendo asignados como desechos y se convertirán en artículos nuevos.

Reciclar se presenta como una opción ante los desechos, porque mediante procesos se pueden transformar en alguna materia prima ante la posibilidad de que algún recurso natural sufra escases. Esto representa una forma correcta y muy útil de eliminar la basura acumulada, además de extender la vida natural o darle un respiro a la extracción de los recursos limitados.

Desarrollo del primer indicador **plástico** de la segunda dimensión tipos de reciclaje: Según Línea Verde (2018), procesar el plástico se basa en la recolección, separación y clasificación para luego ser limpiado y por último obrar para fundirlo.

Reciclar se presenta como una opción ante los desechos, porque mediante procesos se pueden transformar en alguna materia prima ante la posibilidad de que algún recurso natural sufra escases. Esto representa una forma correcta y muy útil

de eliminar la basura acumulada, además de extender la vida natural o darle un respiro a la extracción de los recursos limitados.

Desarrollo del segundo indicador **batería y pilas** de la segunda dimensión tipos de reciclaje: Las baterías y pilas son altamente contaminantes independientemente de los tipos y marcas que existan. Sus compuestos son tóxicos y muy dañinos para el ecosistema, en especial las que contienen al mercurio como su elemento, el níquel, el manganeso y el zinc.

Línea Verde (2018) dijo que es fundamental en dirección al cuidado medioambiental procesar este componente, debido a que habitualmente estos materiales son creados con elementos tóxicos que son perjudiciales si se desechan en el ecosistema.

Desarrollo conceptual del tercer indicador **papel** de la segunda dimensión tipos de reciclaje: La elaboración de este material implica el uso de fibras vegetales para crear planchas muy delicadas. La utilidad o periodo de uso que se le da al papel es de muy corta duración, pues, una vez utilizados terminan transformándose como basura. Desechar este producto genera un costo de energías, impacto en la economía y en el medio ambiente, pues, el desperdicio de este elemento no se debería aceptar.

Línea Verde (2018) indicó que este material se sujeta a procedimientos para desunir las fibras de los que está hecho y transformarlos en pasta de papel, la cual se usa como elemento primordial en la técnica de fabricar papel.

Desarrollo del cuarto indicador **vidrio** de la segunda dimensión tipos de reciclaje: La importancia del reciclaje de este material es que no cambia su calidad al momento de ser procesado. Además, permite que se reduzca el valor monetario de la energía para las empresas de este rubro, pues, las máquinas procesadoras expanden su tiempo de utilidad.

Para Línea Verde (2018), si este elemento se recicla ahorramos aproximadamente un 30% de la energía necesaria que se utiliza para producir nuevos vidrios

Desarrollo conceptual de la tercera dimensión **acciones** de la primera variable campañas de sensibilización: Las acciones de reciclar, crean un vínculo con el problema y surge una identidad para actuar en el tratamiento sobre los residuos, como, por ejemplo, la separación de estos, significa poseer sensibilización ambiental. Y son las instituciones educativas quienes está desarrollando con más frecuencia esta actividad, pues así promueven una educación ambiental y actitudes positivas de los estudiantes para con el medio ambiente. Esto luego de generar una sensibilización en el educado y pueda contribuir a una futura participación social en su comunidad u hogar de forma eficaz y sobresaliente en temas de desechos sólidos.

La escuela de ideas sanas EROSKI, es un método fácil que favorece la resolución de conflictos que nacen a partir de la vida moderna. Con ello se salvan enormes porciones de bienes naturales que no son renovables puesto que los procedimientos productivos usan elementos reciclados (p. 4).

Las acciones las podemos integrar de nuestros hábitos. La finalidad es lograr la paz y la buena relación de la humanidad, la población absoluta y el entorno verde, pues aportando un desenvolvimiento humano en todo su potencial y obtener el espíritu social, logrará mejorar su calidad de vida. Y esta será de gran aporte, pues contribuye a una mejor formación e ideas del mundo mediante un análisis más profundo y verdadero que pueda la persona pueda emplear. Esto permitirá evaluar hasta dónde quieres llegar y las consecuencias o beneficios de sus actos ante el ambiente, teniendo en mente que su accionar dependerá para las generaciones futuras.

Desarrollo conceptual del primer indicador **comunicar** de la tercera dimensión acciones: La abundante información que conlleva lo relacionado al medio ambiente y su cuidado permiten que la comunicación de este tipo se abra a múltiples posibilidades para no tener un concepto único, pero todas coinciden en un punto común que es comunicar.

Aparicio (2016) indicó que genera preparación y enseña a encontrar información apropiada a fin de asimilar acertadamente los acontecimientos y

entender los problemas ambientales para brindar diagnósticos optando elecciones correctas (p. 228).

Desarrollo conceptual del segundo indicador **participar** de la tercera dimensión acciones: Aquella relación entre comunicación y objetivos también dependerá de la participación individual y colectiva. Pues, esta etapa exige participar activamente y de manera crítica desde un punto de vista a favor del medio ambiente. Teniendo en cuenta ello, la cultura forma parte de la vida y el lazo social con cada uno de nuestros semejantes, es por eso, que se requiere el apoyo de todo tipo para resolver, elaborar campañas y generar conciencia; esto incluye al tema de educación.

Según Sereviche, Gómez y Jaimes (2016) las cuestiones ambientales abarcan una parte polémica en el análisis social dado que incluye la cooperación de distintos representantes, que dentro de la investigación, elaboran un conjunto de actitudes que guardan relación y otras no (p. 268).

Desarrollo conceptual del tercer indicador **evaluar** de la tercera dimensión acciones: La evaluación es una herramienta que también enseña y cumple con su objetivo de expandir los conocimientos adquiridos gracias a las campañas de sensibilización de reciclaje y la posterior concientización ambiental. La educación siempre será el método clave para lograr cada objetivo planteado y debido a eso es que surge la obligación de una educación ambiental.

Según ESAP (2016), esta etapa evalúa inmediatamente el escenario a fin de comprender la información adquirida y la modificación de los hábitos que ocasionan efectos desfavorables (p. 3).

Desarrollo conceptual de la segunda variable **conciencia ambiental**: Si se tiene la intención de actuar a favor del ambiente, la conciencia ambiental es nuestro aliado, pues como resultado, se encuentra asociado (como su nombre lo dice) al medio ambiente. Además de ser cognitivo, es un elemento afectivo y también intelectual; es conocer los problemas o consecuencias que trae las acciones humanas en contra del ambiente y saber qué actitudes tomar a través de este conocimiento.

Pisfil (2015), conceptualiza el término como el conocimiento sobre el efecto de las actividades que tiene la humanidad en su hábitat (p.13).

La conciencia ambiental es conocer y sensibilizarnos sobre las situaciones que afectan el ambiente. Implica preocuparnos individual y conjuntamente por la calidad de nuestro entorno cercano o lejano y entender el porqué de estos problemas. Gracias a la conciencia, podemos determinar si las demás personas son conscientes o no sobre este conflicto ambiental y el apoyo que nos brindan para ser parte de la solución o participar de una manera individual ante otros tipos de problemas ambientales.

Desarrollo conceptual de la primera dimensión **etapas** de la segunda variable conciencia ambiental: Para desarrollar una correcta conciencia ambiental, debemos partir sobre actividades que realizaremos, analizando cada etapa. No implica si se es mayor o menor de edad, pues todas las personas son participes. Las etapas de la conciencia ambiental son determinadas por nuestro desarrollo moral sobre la situación o problema en nuestra comunidad. Partiendo desde ahí, nuestras acciones pasarán por un proceso con el fin de solucionar y actuar positivamente con el medio ambiente.

Para Morachimo (como se citó en Alva, Trejo y Rojas, 2018, p. 50) cada una de estas etapas tienen que ver con lo físico, lo cognitivo y lo moral de la humanidad, desde un menor a una persona adulta ya sean visitantes, escolares o miembros de las comunidades locales.

Desarrollo del primer indicador **sensibilización – motivación** de la primera dimensión etapas: A pesar de las distintas maneras que existen de reciclar y así colaborar con el medio ambiente, existe quienes no toman conciencia de los problemas ambientales ni el daño que generamos en contra de nosotros. Así que, la fomentación de campañas para motivar y lograr concientizar mediante la participación, permitirá que se puedan comprometer con acciones y lo desarrollen en su comunidad.

Morachimo (como se citó en Alva, Trejo y Rojas, 2018, p. 50) explicó que, para conseguirlo se debe motivar la exploración medioambiental (panoramas, actividades de los pobladores, etcétera) a fin de provocar el sentido de curiosidad,



la estimulación de las emociones para sensibilizar mediante los rasgos e investigación de lo que se observó.

Desarrollo conceptual del segundo indicador **capacidades desarrolladoras** de la primera dimensión etapas: Permite un análisis de carácter más riguroso, pues, se presenta con características de método científico, pero con la finalidad de adoptar el conocimiento y actuar de acuerdo a lo aprendido.

Morachimo (como se citó en Alva, Trejo y Rojas, 2018, p. 51) indicó que, genera métodos de aprendizaje, de actuar y convivir, o sea, atribuciones como aprender a buscar datos, crear hipótesis, estimular estrategias para vivir pasivamente en el entorno, valores y proteger la variedad de las culturas, entre otros.

Desarrollo conceptual del tercer indicador **acción voluntaria – participación** de la primera dimensión etapas: Para Morachimo (como se citó en Alva, Trejo y Rojas, 2018, p.51), es tiempo de ejecutar el compromiso atribuido previamente.

Desarrollo conceptual de la segunda dimensión **componentes ambientales** de la segunda variable conciencia ambiental: Contestar correctamente o incorrectamente a una situación, dependerá de la actitud que tenga la persona. El componente ambiental es un plus, pues existen amplias situaciones de suma importancia que tienen que ver el cómo se clasifica y cómo se pueden diferenciar los distintos problemas medioambientales.

Para Estrada e Indigoyen (2017) es una capacidad individual destinada a elementos, acontecimientos o seres humanos, y se prepara enfocándose sobre competencias cognitivas, afectivas y conativas (p. 26).

Se relaciona los componentes ambientales con la actitud de la persona ante la situación, pues esa disposición (sea positiva o no) está asociada a características de cognición, afecto y procedimientos conativos.

Desarrollo conceptual del primer indicador **afectivo** de la segunda dimensión componentes ambientales: El lado sensible de la conciencia ambiental forma parte también de la ética sobre medio ambiente. Pues, demuestra una clara

adicional en la forma de pensar, ya que, muestra el lado humano y las actitudes e información que adquiere son en contra de los problemas medioambientales. Además, se crea un vínculo influyente en cada comportamiento que la persona realice en su comunidad y otros actos que tengan que ver con la preservación natural.

Estrada e Indigoyen (2017) indicaron que son los sentimientos, emociones quienes respaldan o difieren lo que creemos con favoritismos o inclinaciones, sentires y sensaciones que se expresan de forma corporal o susceptible frente al entorno ambiental (p. 27).

Desarrollos del segundo indicador **cognitivo** de la segunda dimensión componentes ambientales: La cognición es un grupo de ideas que revelan el grado de aprendizaje y desempeño. Relacionándolo al tema de conciencia ambiental, no es un asunto cualquiera, sino, uno actual y de carácter vital. El lado cognitivo ambiental se asocia a los hechos, las diversas opiniones, valores y expectativas que se evalúan en la actitud con el medio ambiente; entonces, si destacamos representará un gran valor individualmente o de forma colectiva si se trabaja en equipo.

Para Estrada e Indigoyen (2017) la dimensión cognitiva, relaciona el saber, el control medioambiental, las convicciones, dado que adjudica una enseñanza para con el ambiente y nace la obligación de llevar a cabo una enseñanza ecológica (p. 27).

Desarrollo del tercer indicador **activo** de la segunda dimensión componentes ambientales: El componente activo se vincula a la intención, el tiempo empleado en un problema, y es ahí, donde nace nuestro verdadero lazo con la situación. Lo activo, participativo, tiene características de reacciones que dependen del contexto. Lo activo se asocia a la actitud y este componente servirá para intervenir en nuestras conductas y decisiones.

Según Cruz (2017) es ejercer acciones y actitudes ambientales con responsabilidad personal y grupal, aun en momentos arduos o dificultosos. Se dice de conductas (p. 41).

Desarrollo conceptual de la tercera dimensión **valores ambientales** de la segunda variable conciencia ambiental: Los daños que causa el ser humano a la tierra se torna cada vez más preocupante y esto se ve poco a poco en más zonas o grupos sociales. Un aumento significativo de problemas medioambientales y a diferencia de años anteriores, hoy nos da a entender que se está analizando la situación y que debemos de tener una reflexión individual que se asocie a nuestras actividades diarias y otros aspectos sociales para que sea un impacto ambiental y poder participar activamente como medio de cambio.

Pinto (2016) nos explicó que es necesario impulsar una variación en las acciones y desarrollo personal y colectivo para que se facilite adquirir modos de convivencia sostenible, y de esta manera avanzar en la conexión del hombre y del medio ambiente (p. 40).

Tomando en cuenta lo anterior, la complicación ambiental es un asunto sumamente profundo y se deben tomar salidas de la misma intensidad. Las respuestas que duren y se establezcan en un plazo largo, no podrá ser efectivas si no se elaboran soluciones que transformen la vida de cada uno. Y esto conlleva a una reflexión individual que nos concientice a evaluarnos, evaluar la sociedad y analizar las acciones que serán necesarias para vivir en un lugar lleno de justicia, solidaridad y con un bienestar medioambiental.

Desarrollo del primer indicador **respeto** de la tercera dimensión valores ambientales: Las instituciones educativas han suscitado interés en promover una educación ambiental relacionado con los temas de contaminación, el cuidado, el aprovechamiento de recursos y el resguardo de las distintas variedades o clases de vida que moran, es decir, ha tomado mucha importancia que se establezca la relación entre hombre y naturaleza.

Según Pinto (2016) el respeto abarca perspectivas vinculadas al hombre: al planeta, la convivencia, su opción a elegir, inclinación sexual, variedad cultural, etcétera (p. 40).

Desarrollo del segundo indicador **compromiso** de la tercera dimensión valores ambientales: El compromiso ambiental tiene como pilar, respetar y conservar el medio ambiente, tener el conocimiento de saber lo devastados que

puede ser la naturaleza luego de no medir nuestras acciones que vayan en contra. Es rechazar toda imposición de actitudes negativas personales o hábitos erróneos en contra de la ecología y los que forman parte de ellos como la fauna y flora.

Teruel (como se citó en Cabana, 2017, p. 35), indicó que, forma parte de la inquietud por el ambiente y además, cierta opción de actividades para la protección de este, en el cual se incorpora lo racional y las emociones al tema ambiental dado que son pilares para convivir.

Desarrollo del tercer indicador **responsabilidad** de la tercera dimensión valores ambientales: Para Navarro (como se citó en Cabana 2017, p. 36), el individuo comprometido se encarga de su existencia y se responsabiliza de acciones propias llevando a cabo sus deberes.

Este valor que genera la conciencia ambiental fortalece a la persona en su lado ético y moral, pues, la paz y seguridad necesita como plataforma nuestros conocimientos, ya que, con ellos podemos realizar acciones obligatorias o deberes individuales y colectivos para la conservación natural.

Desarrollo del cuarto indicador **conservación** de la tercera dimensión valores ambientales: Según Pinto (2016) la conservación tiene que asegurar el cuidado de la vida, el planeta y la protección de las herencias culturales e históricas.

Un valor como la conservación implica tener entre nuestras manos el futuro. El medio ambiente no depende de nosotros, es todo lo contrario, nosotros dependemos del medio ambiente, pues, este nos ofrece los recursos necesarios que terminan satisfaciendo nuestras necesidades. Y, si no se toman medidas que conserven todos los aspectos que conforman el ambiente en sí, será perjudicial para sobrevivir.

### **III. METODOLOGÍA**

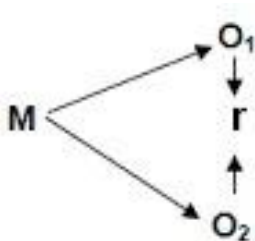
#### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

El enfoque de estudio fue **cuantitativo**, ya que, Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionaron lo siguiente: Es progresiva y justificativa. Cada fase anticipa a la siguiente y no suprimimos evitar los espacios, la estructura es severa, aunque desde luego, podemos predeterminar una etapa (p. 80). El actual informe de investigación es de carácter cuantitativo porque se recolectó los datos que se utilizaron para medir las variables. Además, explica la autentico escenario de la sociedad bajo un panorama externo como objetivo. Su intención fue encontrar las mediciones precisas o los indicadores sociales a través de la conclusión general de los resultados de la población.

Tipo de investigación **aplicada**. Hernández, Fernández y Baptista (2014) dijeron que la producción de teorías (básico) y la respuesta a conflictos (aplicado) son propósitos fundamentales que una investigación lleva a cabo (p. 24). Este presente informe de investigación tuvo como fin la obtención y colección de informaciones para elaborar un soporte de conocimientos que se añaden a datos obtenidos.

Es de **nivel correlacional**. Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) las investigaciones con esta característica intentan contestar interrogantes que más adelante ayudarán a obtener respuesta predecible (p. 81). El informe presentado es correlacional porque se asoció a la unidad de análisis que es determinado por un patrón que lo pronostica la sociedad.

Diseño de investigación es el estudio **no experimental**, como lo plantearon Hernández, Fernández y Baptista (2014): no modifica ni de forma casual la unidad de análisis para observar su efecto. Se observa rarezas naturales que suceden en su entorno y luego ser estudiados (p. 149). No se realizó adulteración alguna o modificación de la unidad de análisis porque la información que se ofrece es verídica.



Para lo cual:

M= muestra.

O<sub>1</sub>= Campaña de sensibilización de reciclaje.

O<sub>2</sub>= Conciencia ambiental.

R= Correlación de variables.

Por último, este informe tiene **corte transversal**, dado que Hernández, Fernández y Baptista (2014) dijeron que se obtienen información dentro de un determinado periodo exclusivo. Tiene el objetivo de detallar las variables además de examinar sus incidencias y correlación en el tiempo asignado (p. 154). Esto indica que la recopilación fue obtenida en un plazo asignado cuyo propósito fue verificar las variables y la posterior investigación de sus componentes.

### 3.2 Operacionalización de variables

**Variable independiente:** La campaña de sensibilización de reciclaje.

**Definición conceptual:** Mozombite (2018) nos dio a entender que se entiende que la sensibilización ambiental posee características a través de un plan para lograr objetivos, metas y actividades dentro del marco que brindan las políticas medioambientales. Esta se encuentra orientada para que la población tome conciencia de este gran problema a fin de modificar sus patrones de conducta mediante mayores responsabilidades y participando constantemente para encontrar soluciones grupales para respetar, cuidar y proteger el ambiente (p. 6).

**Definición operacional:** La campaña de sensibilización de reciclaje tiene una estrategia grupal clara y concisa, además de un orden y actividades integradas a este que permite procesar información y generar acciones favorables al medio ambiente.

**Dimensiones e indicadores:** La primera dimensión es canales de comunicación, cuenta con 3 indicadores: Escritos, visuales y orales.

La segunda dimensión es tipos de reciclaje, cuenta con 4 indicadores: Plásticos, batería y pilas, papel y vidrio.

La tercera dimensión es acciones, cuenta con 3 indicadores: Comunicar, participar y evaluar.

**Variable dependiente:** Conciencia ambiental.

**Definición conceptual:** Para Villarnil (2018) conocer y sensibilizarse con las cuestiones ambientales forma parte de la intranquilidad de la población por el medioambiente, la verificación y asimilación de estos problemas; eso es conciencia ambiental (p. 44).

**Definición operaciones:** Las ideas de una persona, su organización, el grupo o la humanidad entera tienen que estar convencidas que los recursos deben resguardarse y ser utilizadas de manera racional para que el presente y el futuro no tengan consecuencias.

**Dimensiones e indicadores:** La primera dimensión es etapas de conciencia ambiental, cuenta con 3 indicadores: Sensibilización-motivación, capacidades desarrolladoras y acción voluntaria y participación.

La segunda dimensión es componentes ambientales, cuenta con 3 indicadores: Afectivo, cognitivo y activo.

La tercera dimensión es valores ambientales, cuenta con 3 indicadores: Respeto, responsabilidad y compromiso.

Para la **escala** y valores empleados en el informe, se utilizó los de **Likert** que, según Hernández, Fernández y Baptista (2014) son un grupo de ítems que tienen características de aseverar o discrepar solicitando que la persona indique su respuesta según los puntos o categorías establecidas en la escala. Cada alternativa señala un valor numérico (p. 238).

Las alternativas aplicadas en el instrumento son: 1. Nunca, 2. Casi nunca, 3. Siempre, 4. Casi siempre y 5. Siempre.

### **3.3. Población y muestra**

#### **Población censal**

Conforme con lo revelado por Hernández, Fernández y Baptista (2014) el poblamiento son en conjunto aquellos quienes coinciden con unas determinadas

características (p. 206). La población que se tomó en cuenta fueron todos los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, que fueron un total de 82 alumnos.

### **Muestra censal**

El presente informe lleva consigo una encuesta realizada al 100% de los alumnos, es decir, los 82 estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138, para lo que se toma la población total de este grado distribuidos en las secciones A, B y C. Tal como lo dijo López (como se citó en Ramírez, 2018) este tipo de muestra es la cantidad que constituye al total de la población (p. 123).

### **Criterios de inclusión**

- Estudiantes del colegio I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 que son parte del quinto de secundaria, distribuidos por secciones A, B y C mixto de mujeres y varones.
- Estudiantes dentro del rango de 15 a 17 años.

### **Criterios de exclusión**

- Estudiantes no pertenecientes a la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 no pertenecientes al quinto grado de secundaria entre varones y mujeres.
- Estudiantes que no pertenezcan al rango de 15 a 17 años.
- Estudiantes de otras instituciones educativas.

### **Unidad de análisis**

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) en esencia existe subconjuntos acerca de la comunidad sobre la que se está interesada, y a quienes se van a investigar (p. 206). Se ocupó a modo de muestra a los alumnos de todos los quintos grados de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, que representaron un total de 82. Se resalta que los estudiantes son de los grados divididos en A, B y C.

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



La técnica asignada radicó en ser una **encuesta**, pues, para López y Fachelli (2015) es un método particularmente que nos ayudará a reunir datos de información mediante el cuestionario. La cual nos proporcionará los datos con respecto a nuestras variables (p. 8). La encuesta fue la técnica aplicada. De igual manera, se hizo uso del software SPSS con el fin de proceder con la recopilación de información y resultados.

El instrumento fue un **cuestionario**, que, según López y Fachelli (2015) es un discurso, que detalladamente estará las preguntas para medir las respuestas a las personas que se encuestará. Tiene que estar enlazado con los hechos de la vida social. (p. 22). Este instrumento se utilizó para calcular las respuestas de los encuestados. Se realizó a través de un papel en el que se registraron las preguntas de uso en una encuesta de 20 preguntas.

### **Validez**

Para la validación, se empleó el contenido de nuestro instrumento tras la validez del juicio de expertos, que, para Soriano (2014) están capacitados para la valoración de la estructura y el modo individual de cada párrafo integrado dentro de la técnica empleada (p. 25).

Por su parte, Escurra (como se citó en Carbajal y Tamari, 2017, p. 658) califica que el coeficiente V de Aiken es el estadista más conveniente a fin de evaluar la validez de contenido. Además, para Merino y Livia (como se citó en Carbajal y Tamari, 2017, p. 658) la evaluación tiene que ser mayor a .70 con el propósito de considerar como aceptable el ítem.

Validez de los instrumentos, según expertos:

**Tabla 1:** *Validación de expertos*

Experto	Campaña de sensibilización de reciclaje			Condición final
	Pertinencia	Relevancia	Claridad	
Dra. Zulema Leiva Bazán	SÍ	SÍ	SÍ	Aplicable
Dr. Juan Antón Llanos	SÍ	SÍ	SÍ	Aplicable
Mg. Luis Ramos Chávez	SÍ	SÍ	SÍ	Aplicable
	Conciencia ambiental			Condición final
	Pertinencia	Relevancia	Relevancia	
Dra. Zulema Leiva Bazán	SÍ	SÍ	SÍ	Aplicable
Dr. Juan Antón Llanos	SÍ	SÍ	SÍ	Aplicable
Mg. Luis Ramos Chávez	SÍ	SÍ	SÍ	Aplicable

## Confiabilidad

De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 200) la confiabilidad es el grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes. Sintetizando lo expresado, la confiabilidad surge a partir de un objeto de estudio que es medido en varias ocasiones con el mismo instrumento y por ende, se obtienen los mismos resultados.

**Tabla 2:** Rango de coeficientes – Alfa de Crombach

Rangos de $\alpha$	Magnitud
> 0,90	Excelente
0,80 - 0,89	Bueno
0,70 - 0,79	Aceptable
0,60 - 0,69	Cuestionable
0,50 - 0,59	Pobre
< 0,50	Inaceptable

Fuente: George y Mallery (como se citó en Gómez, Cerrada y Rangel, 2017).

Resultados de confiabilidad:

Variable 1: Campaña de sensibilización de reciclaje

**Tabla 3:** Tabla de Alfa de Crombach para campaña de sensibilización de reciclaje

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,814	10

Fuente: Elaboración individual.

La cifra establecida por el Alfa de Cronbach para la variable campaña de sensibilización de reciclaje es 0,814. Esto demuestra la confiabilidad del instrumento realizado hacia esta variable ya que el valor es muy cercano a uno.

Variable 2: Conciencia ambiental

**Tabla 4:** *Tabla de Alfa de Crombach para conciencia ambiental*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,825	9

Fuente: Elaboración individual.

La cifra establecida por el Alfa de Crombach para la segunda variable conciencia ambiental es 0,825. Esto demuestra la confiabilidad del instrumento realizado hacia esta variable ya que el valor es muy cercano a uno.

### **3.5 Procedimientos:**

Luego de haber finalizado con la recolección y el proceso debido de los datos, se comenzó con una de las etapas más importantes de este informe que son los respectivos análisis de datos. Este estudio explica cómo se determinó y analizó las herramientas de estadística empleadas para ser ejecutadas en este informe.

Sin embargo, debido al estado de emergencia decretado por el presidente en el mes de marzo, la recolección de datos tuvo que ser vía online. La técnica y el instrumento no se modificaron mas sí el medio, dejando de ser presencial para optar por el medio digital.

### **3.6 Métodos de análisis de datos**

En este estudio se empleó el sistema estadístico, tablas, los gráficos del programa SPSS.

SPSS es un software de estadística informativa muy empleado que tiene como característica una gran capacidad para el proceso amplio de bases de datos y un fácil análisis de resultados.

Según Salazar y Castillo (2018) la estadística descriptiva deja estudiar completamente el grupo de datos de los que se obtienen conclusiones tras la conceptualización y de la recolección de información recibida (p. 14).

A su vez, Salazar y Castillo (2018) también mencionaron que la estadística inferencial detalla los valores de aquellos resultados que se consiguieron de la muestra (p. 14).

### **3.7 Aspectos éticos**

Los aspectos referentes a la ética, son principios de dedicación, responsabilidad, esfuerzo y empeño que se emplearon para lograr el objetivo planteado al iniciar esta investigación. De tal modo, este trabajo se desarrolló sobre fuentes y bases teóricas como respaldo y mayor grado de confiabilidad, y así impedir que la información presentada sea reproducida sin autorización.

Es de suma importancia resaltar el empleo de las citas de los autores y la información expuesta en este trabajo de investigación de acuerdo al manual APA, la cual se podrá acceder para su respectiva visualización en la parte de las referencias bibliográficas.

## IV. RESULTADOS

### Análisis descriptivos

Para el presente capítulo, se dispone de las tablas de frecuencia y gráficos que son producto de la información aplicada. Los siguientes resultados determinaron la relación existente de variables.

#### Variable 1: Campaña de sensibilización de reciclaje

Tabla 5: Análisis descriptivo de campaña de sensibilización de reciclaje

CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DE RECICLAJE					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,2	1,2	1,2
	Casi nunca	4	4,9	4,9	6,1
	A veces	32	39,0	39,0	45,1
	Casi siempre	38	46,3	46,3	91,5
	Siempre	7	8,5	8,5	100,0
	Total		82	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

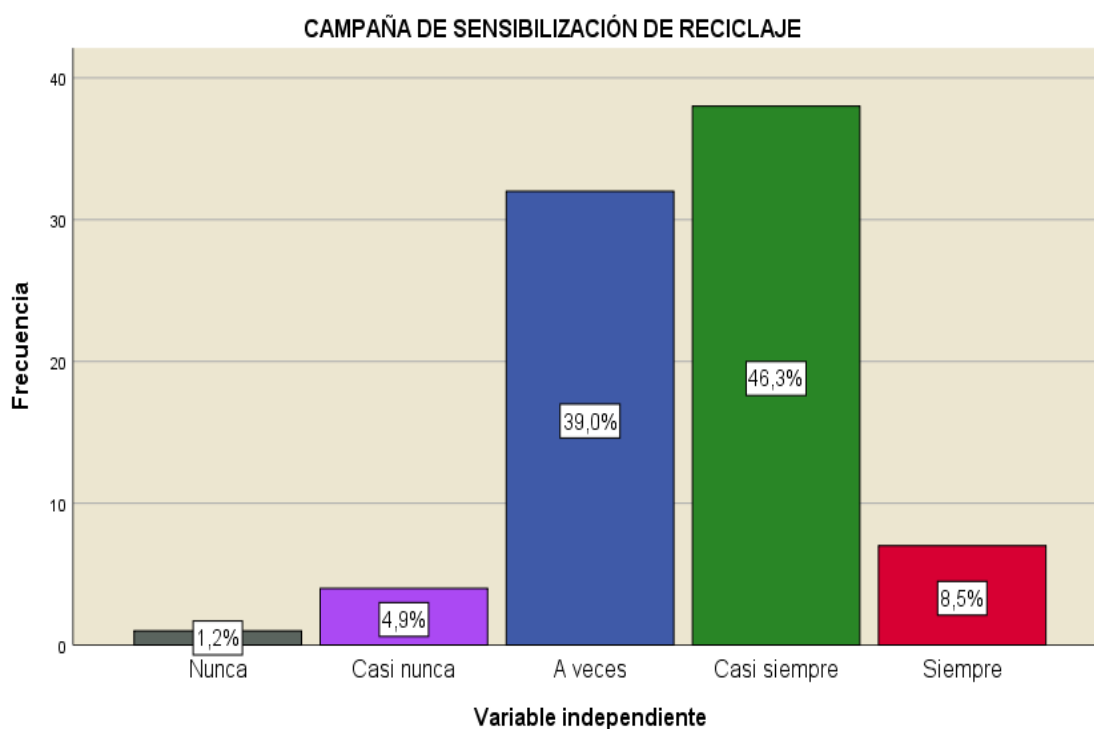


Gráfico 1. Gráfico de frecuencia de la variable campaña de sensibilización de reciclaje

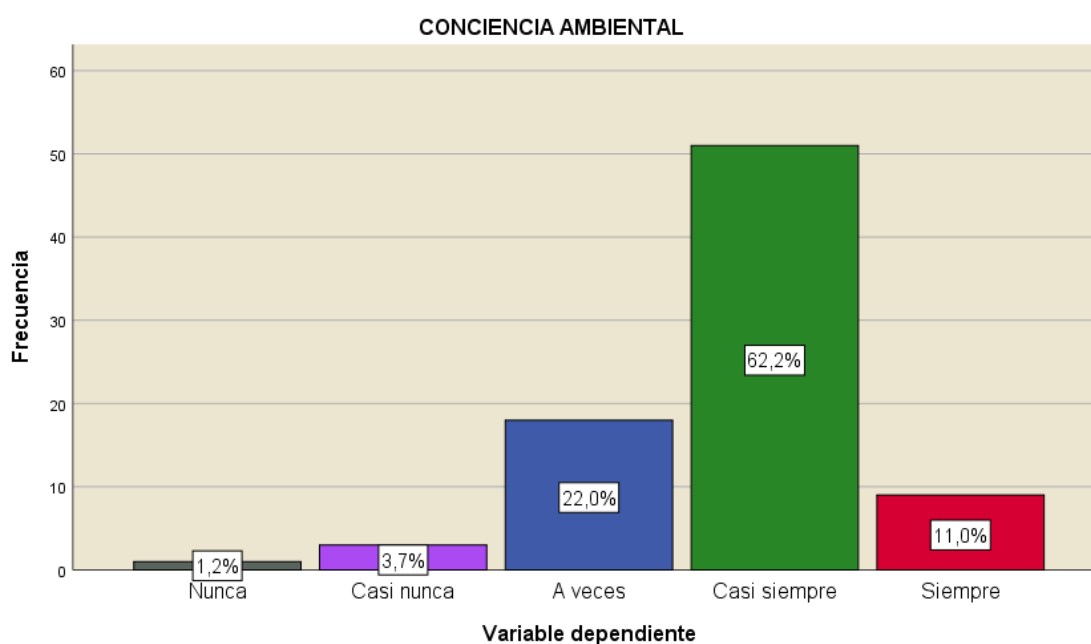
**Interpretación:** Según la información que se registró es de la muestra de los 82 estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N°1138. El 100% de los encuestados registra los siguientes resultados sobre la variable campaña de sensibilización de reciclaje donde el 1,2% optó por la opción nunca, 4,9% por casi nunca, 39% por a veces, 46,3% casi siempre y 8,5% por la opción siempre.

**Variable 2: Conciencia ambiental**

**Tabla 6:** Análisis descriptivo de conciencia ambiental

CONCIENCIA AMBIENTAL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,2	1,2	1,2
	Casi nunca	3	3,7	3,7	4,9
	A veces	18	22,0	22,0	26,8
	Casi siempre	51	62,2	62,2	89,0
	Siempre	9	11,0	11,0	100,0
	Total		82	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.



**Gráfico 2.** Gráfico de frecuencia de la variable conciencia ambiental

**Interpretación:** Según la información que se registró es de la muestra de los 82 estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N°1138. El 100% de los encuestados registra los siguientes resultados sobre la variable conciencia ambiental donde el 1,2% optó por la opción nunca, 3,7% por casi nunca, 22% por a veces, 62,2% casi siempre y 11% por la opción siempre.

**Por dimensiones:**

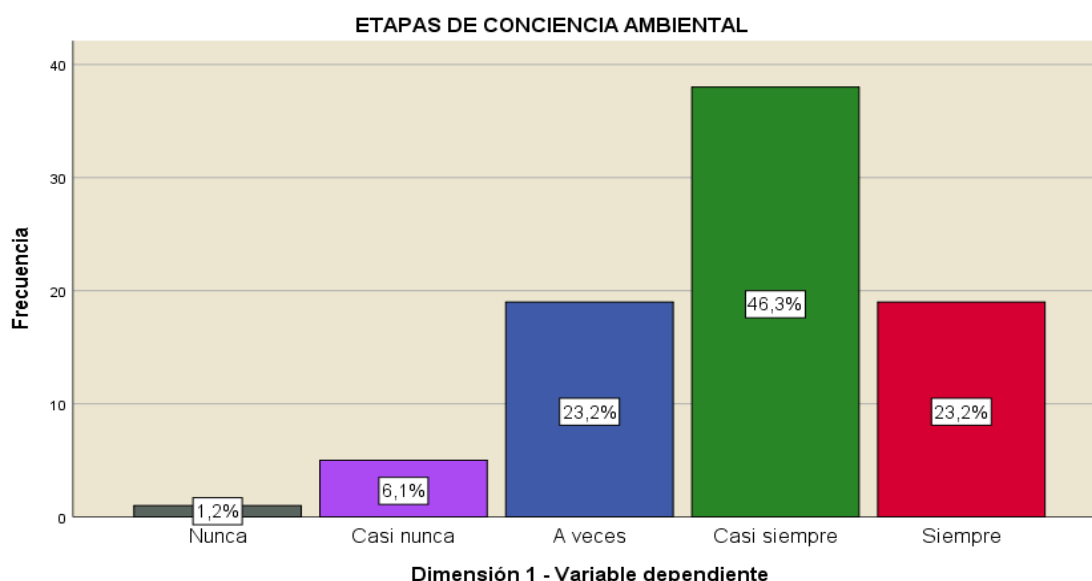
Los siguientes resultados demuestran cómo se relaciona la campaña de sensibilización con las siguientes dimensiones:

**DIM 1: Etapas de conciencia ambiental**

*Tabla 7: Tabla de dimensión etapas de conciencia ambiental*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,2	1,2	1,2
	Casi nunca	5	6,1	6,1	7,3
	A veces	19	23,2	23,2	30,5
	Casi siempre	38	46,3	46,3	76,8
	Siempre	19	23,2	23,2	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.



*Gráfico 3. Gráfico de frecuencia de la dimensión etapas de conciencia ambiental.*

**Interpretación:** Según la información que se registró es de la muestra de los 82 estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N°1138. El 100% de los encuestados registra los siguientes resultados sobre la dimensión etapas de conciencia ambiental donde el 1,2% optó por la opción nunca, 6,1% por casi nunca, 23,2% por a veces, 46,3% casi siempre y 23,2% por la opción siempre.

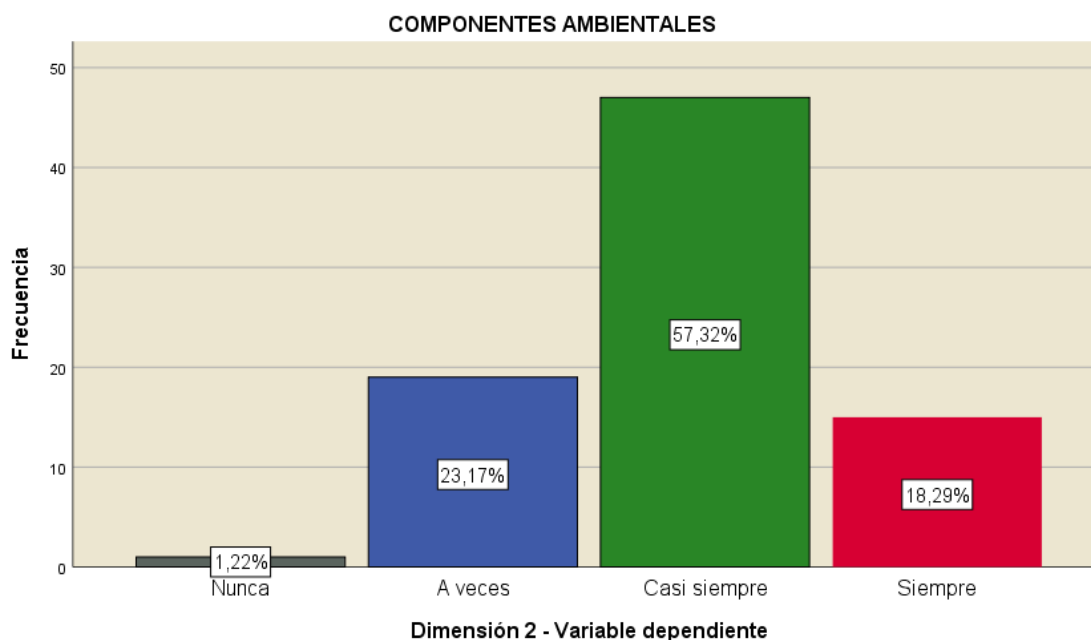
## DIM 2: Componentes ambientales

**Tabla 8:** Tabla de dimensión de componentes ambientales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,2	1,2	1,2
	A veces	19	23,2	23,2	24,4
	Casi siempre	47	57,3	57,3	81,7
	Siempre	15	18,3	18,3	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 4.** Gráfico de frecuencia de la dimensión componentes ambientales



**Interpretación:** Según la información que se registró es de la muestra de los 82 estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N°1138. El 100% de los encuestados registra los siguientes resultados sobre la dimensión



componentes ambientales donde el 1,22% optó por la opción nunca, 23,17% por a veces, 57,32% por casi siempre, 18,29% por la opción siempre.

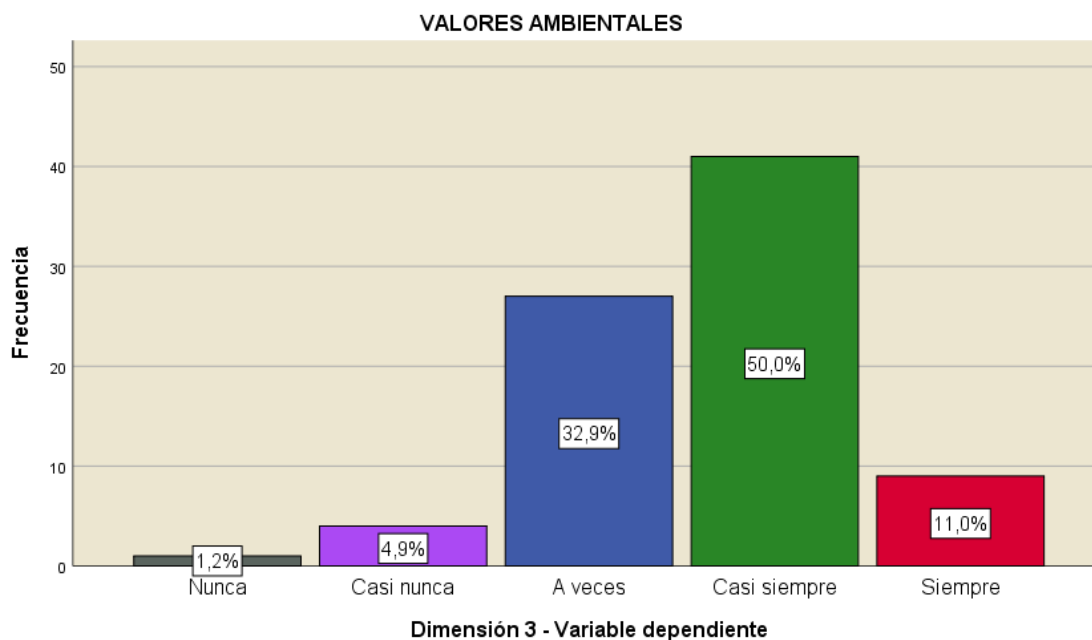
### DIM 3: Valores ambientales

Tabla 9: Tabla de dimensión valores ambientales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,2	1,2	1,2
	Casi nunca	4	4,9	4,9	6,1
	A veces	27	32,9	32,9	39,0
	Casi siempre	41	50,0	50,0	89,0
	Siempre	9	11,0	11,0	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 5. Gráfico de frecuencia de la dimensión valores ambientales



**Interpretación:** Según la información que se registró es de la muestra de los 82 estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N°1138. El 100% de los encuestados registra los siguientes resultados sobre la dimensión valores ambientales donde el 1,2% optó por la opción nunca, 4,9% por casi nunca, 32,9% por a veces, 50% casi siempre y 11% por la opción siempre.

## Tablas cruzadas

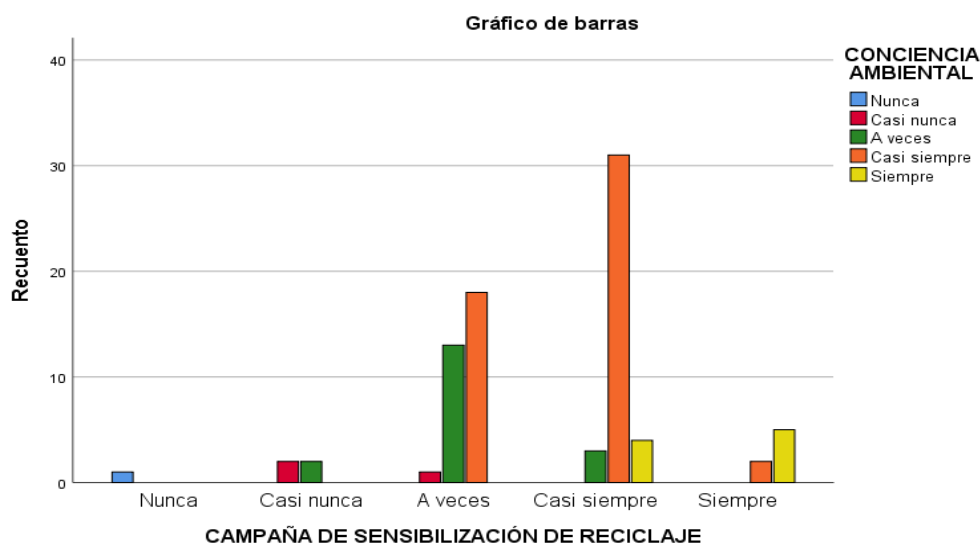
**Tabla cruzada V1\*V2:** Campaña de sensibilización de reciclaje\*Conciencia ambiental

**Tabla 10:** Tabla cruzada variable campaña de sensibilización de reciclaje y variable conciencia ambiental

**Tabla cruzada CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DE RECICLAJE\*CONCIENCIA AMBIENTAL**

			CONCIENCIA AMBIENTAL					Total
			Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	
CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DE RECICLAJE	Nunca	Recuento	1	0	0	0	0	1
		% del total	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%
	Casi nunca	Recuento	0	2	2	0	0	4
		% del total	0,0%	2,4%	2,4%	0,0%	0,0%	4,9%
	A veces	Recuento	0	1	13	18	0	32
		% del total	0,0%	1,2%	15,9%	22,0%	0,0%	39,0%
	Casi siempre	Recuento	0	0	3	31	4	38
		% del total	0,0%	0,0%	3,7%	37,8%	4,9%	46,3%
	Siempre	Recuento	0	0	0	2	5	7
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%	6,1%	8,5%
	Total	Recuento	1	3	18	51	9	82
		% del total	1,2%	3,7%	22,0%	62,2%	11,0%	100,0%

Fuente: Elaboración individual.



*Gráfico 6. Representación tabla cruzada de variable campaña de sensibilización de reciclaje y variable conciencia ambiental*

**Interpretación:** Según indica el cuadro cruzado, el 37,8% (31) de los estudiantes del a institución educativa José Abelardo Quiñones N° 1138, consideraron que la campaña de sensibilización de reciclaje casi siempre coincide con la conciencia ambiental; mientras que el 22% (18) tomaron en cuenta a veces para la campaña de sensibilización de reciclaje y el mismo 22% tomó a casi siempre para la

conciencia ambiental. Por otro lado, el 6,1% de los estudiantes de quinto grado de secundaria indican que siempre coinciden las variables campañas de sensibilización de reciclaje y conciencia ambiental. Por su parte, el 2,4% de la comunidad estudiantil manifestó que casi nunca coinciden las variables, y a su vez el 2,4% optó por casi nunca para la campaña de sensibilización de reciclaje y de igual manera para la opción a veces en conciencia ambiental. Por último, el 1,2 % manifestó que nunca la campaña de sensibilización de reciclaje coincide con la conciencia ambiental.

**Tabla cruzada V1\*D1:** Campaña de sensibilización de reciclaje\*Etapas de conciencia ambiental

**Tabla 11:** *Tabla cruzada de campaña de sensibilización de reciclaje y etapas de conciencia ambiental*

**Tabla cruzada CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DE RECICLAJE\*ETAPAS DE CONCIENCIA AMBIENTAL**

			ETAPAS DE CONCIENCIA AMBIENTAL					Total
			Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	
CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DE RECICLAJE	Nunca	Recuento	1	0	0	0	0	1
		% del total	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%
	Casi nunca	Recuento	0	3	1	0	0	4
		% del total	0,0%	3,7%	1,2%	0,0%	0,0%	4,9%
	A veces	Recuento	0	1	15	15	1	32
		% del total	0,0%	1,2%	18,3%	18,3%	1,2%	39,0%
	Casi siempre	Recuento	0	1	3	23	11	38
		% del total	0,0%	1,2%	3,7%	28,0%	13,4%	46,3%
	Siempre	Recuento	0	0	0	0	7	7
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	8,5%	8,5%
	Total	Recuento	1	5	19	38	19	82
		% del total	1,2%	6,1%	23,2%	46,3%	23,2%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

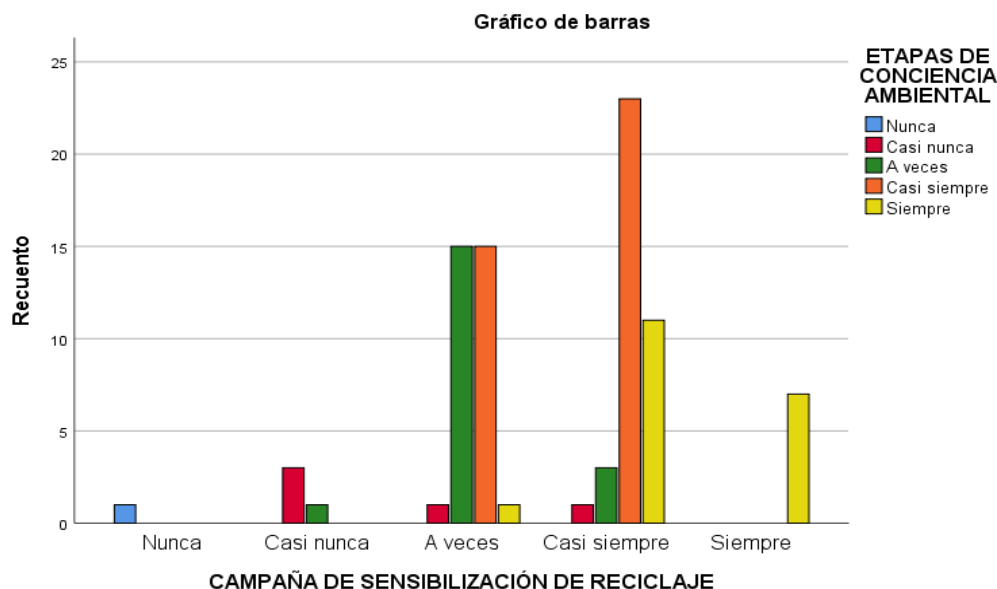


Gráfico 7. Gráfico de recuento de variable campaña de sensibilización de reciclaje y dimensión etapas de conciencia ambiental.

**Interpretación:** En el siguiente cuadro cruzado sobre la variable campañas de sensibilización de reciclaje y la dimensión etapas de conciencia ambiental, podemos ver que, el 28% de los estudiantes coinciden con que casi siempre se relaciona la campaña de sensibilización de reciclaje con las etapas de conciencia ambiental. Mientras que el 18,3% optó por la opción a veces para la campaña de sensibilización de reciclaje, el mismo 18,3% eligió casi siempre para las etapas de conciencia ambiental. Otro 18,3% consideró a la campaña de sensibilización de reciclaje como a veces, y, de igual manera, el 18,3% a veces para las etapas de conciencia ambiental. Por su parte, el 8,5% de los estudiantes escogieron siempre para la campaña de sensibilización de reciclaje, y, de la misma forma, 8,5% siempre para las etapas de conciencia ambiental. Por otro lado, el 1,2% de los estudiantes manifestaron que nunca se relaciona la campaña de sensibilización de reciclaje con las etapas de conciencia ambiental.

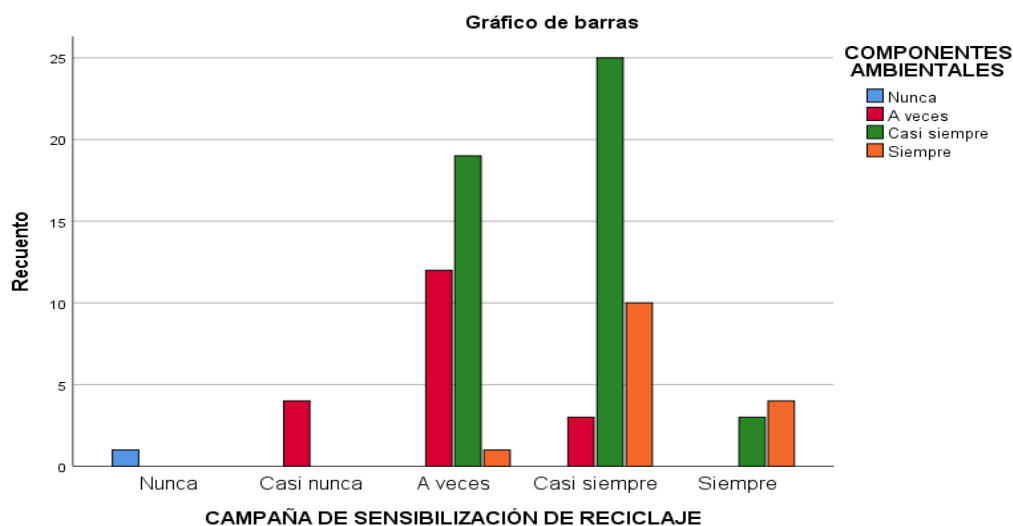
**Tabla cruzada V1\*D2:** Campaña de sensibilización de reciclaje\*Componentes ambientales.

**Tabla 12:** Tabla cruzada de variable de campaña de sensibilización de reciclaje y dimensión componentes ambientales

**Tabla cruzada CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DE RECICLAJE\*COMPONENTES AMBIENTALES**

			COMPONENTES AMBIENTALES				Total
			Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	
CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DE RECICLAJE	Nunca	Recuento	1	0	0	0	1
		% del total	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%
	Casi nunca	Recuento	0	4	0	0	4
		% del total	0,0%	4,9%	0,0%	0,0%	4,9%
	A veces	Recuento	0	12	19	1	32
		% del total	0,0%	14,6%	23,2%	1,2%	39,0%
	Casi siempre	Recuento	0	3	25	10	38
		% del total	0,0%	3,7%	30,5%	12,2%	46,3%
Siempre	Recuento	0	0	3	4	7	
	% del total	0,0%	0,0%	3,7%	4,9%	8,5%	
Total		Recuento	1	19	47	15	82
		% del total	1,2%	23,2%	57,3%	18,3%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.



**Gráfico 8.** Gráfico de recuento de variable campaña de sensibilización de reciclaje y dimensión componentes ambientales

**Interpretación:** En la siguiente tabla cruzada de la variable campaña de sensibilización y la dimensión componentes ambientales, el 30,5% (25) de los estudiantes coinciden que casi siempre existe relación entre la campaña de sensibilización y la variable componentes ambientales. El 23,2% (19) optó por la opción a veces para la campaña de sensibilización y casi siempre para componentes ambientales. Mientras que el 4,9% de los estudiantes coinciden en la alternativa siempre para la campaña de sensibilización y los componentes

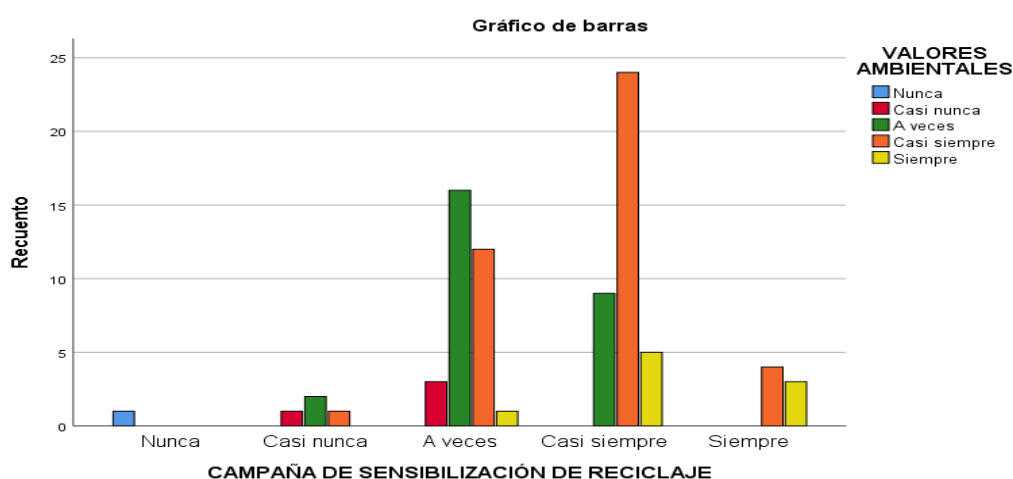
ambientales. Por su parte, el 4,9% opinó casi nunca para la campaña de sensibilización y 4,9% para a veces en componentes ambientales. Por otro lado, el 1,2% coinciden en la escala de nunca para la variable campaña de sensibilización ambiental y la dimensión componentes ambientales.

**Tabla cruzada V1\*D3:** Campaña de sensibilización de reciclaje\*Valores ambientales.

**Tabla 13:** Tabla cruzada de variable campaña de sensibilización de reciclaje y dimensión valores ambientales

			VALORES AMBIENTALES					Total	
			Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre		
CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DE RECICLAJE	Nunca	Recuento	1	0	0	0	0	1	
		% del total	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	
	Casi nunca	Recuento	0	1	2	1	0	4	
		% del total	0,0%	1,2%	2,4%	1,2%	0,0%	4,9%	
	A veces	Recuento	0	3	16	12	1	32	
		% del total	0,0%	3,7%	19,5%	14,6%	1,2%	39,0%	
	Casi siempre	Recuento	0	0	9	24	5	38	
		% del total	0,0%	0,0%	11,0%	29,3%	6,1%	46,3%	
	Siempre	Recuento	0	0	0	4	3	7	
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	4,9%	3,7%	8,5%	
	Total		Recuento	1	4	27	41	9	82
			% del total	1,2%	4,9%	32,9%	50,0%	11,0%	100,0%

Fuente: Elaboración individual.



**Gráfico 9.** Gráfico de recuento de variable campaña de sensibilización de reciclaje y dimensión valores ambientales

**Interpretación:** En el respectivo cuadro cruzado de la variable campaña de sensibilización y la dimensión valores ambientales, el 29% de los estudiantes coincidieron que casi siempre se relaciona la campaña de sensibilización con los valores ambientales. Mientras 19% optó por la alternativa a veces para la campaña

de sensibilización de reciclaje y los valores ambientales. Por su parte, el 4,9% de los estudiantes escogió la opción siempre en la campaña de sensibilización de reciclaje y casi siempre para los valores ambientales. Por otro lado, el 2,4% eligió casi nunca en la campaña de sensibilización de reciclaje y a veces para los valores ambientales. Por último, el 1,2% de los estudiantes coinciden que nunca hay relación entre la campaña de sensibilización y los valores ambientales

### Prueba de hipótesis general

A fin de comparar las hipótesis recurrimos a la muestra de Spearman dado que, ambas variables son cualitativas.

**Tabla 14:** Tabla de nivel del coeficiente de correlación

Valor	Criterio
$R = 1,00$	Correlación grande, perfecta y positiva
$0,90 \leq r < 1,00$	Correlación muy alta
$0,70 \leq r < 0,90$	Correlación alta
$0,40 \leq r < 0,70$	Correlación moderada
$0,20 \leq r < 0,40$	Correlación muy baja
$r = 0,00$	Correlación nula
$r = -1,00$	Correlación grande, perfecta y negativa

Fuente: Sánchez (2015)

### Hipótesis general:

Existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje y conciencia ambiental en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.

**H0:** No existe relación real y significativa entre campaña de sensibilización de reciclaje y conciencia ambiental en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.

**H1:** Sí existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje y conciencia ambiental en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.

Valor de significancia: 0,05.

Regla de decisión:

Si, Sig.  $e < \text{Sig. } i$ , entonces se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ .

Si, Sig.  $e > \text{Sig. } i$ , entonces se rechaza la  $H_1$  y se acepta la  $H_0$ .

**Tabla 15:** *Tabla de correlación de hipótesis general*

			<b>Correlaciones</b>	
			CAMPAÑA DE SENSIBILIZA CIÓN DE RECICLAJE	CONCIENCIA AMBIENTAL
Rho de Spearman	CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DE RECICLAJE	Coeficiente de correlación	1,000	,651**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	82	82
	CONCIENCIA AMBIENTAL	Coeficiente de correlación	,651**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	82	82

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** En el recuadro anterior evidencia que el coeficiente relacional de Rho de Spearman es 0,651, que indica que la correlación es moderada. A su vez, se muestra que la significancia es de 0,000 siendo menos a 0,05; entonces, se descarta la hipótesis nula aceptando la hipótesis altera. Dicho de otro modo, existe relación real y significativa campañas de sensibilización de reciclaje y conciencia ambiental en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.

### **Prueba de hipótesis específicas**

**Hipótesis específica 1:** Existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje con las etapas la conciencia ambiental en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje con las etapas de la conciencia ambiental en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.



**H1:** Sí existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje con las etapas de la conciencia ambiental en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.

Valor de significancia: 0,05.

Regla de decisión:

Si, Sig.  $e < \text{Sig. } i$ , entonces se rechaza la H0 y se acepta la H1.

Si, Sig.  $e > \text{Sig. } i$ , entonces se rechaza la H1 y se acepta la H0.

**Tabla 16:** Tabla de correlación de hipótesis específica 1

			<b>Correlaciones</b>	
			CAMPAÑA DE SENSIBILIZA CIÓN DE RECICLAJE	ETAPAS DE CONCIENCIA AMBIENTAL
Rho de Spearman	CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DE RECICLAJE	Coeficiente de correlación	1,000	,674**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	82	82
	ETAPAS DE CONCIENCIA AMBIENTAL	Coeficiente de correlación	,674**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	82	82

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** El cuadro indica que el coeficiente de correlación de Rho Spearman es 0,674, que indica la correlación es moderada. A su vez, muestra que la significancia es de 0,000 siendo menos que 0,05; entonces, se descarta la hipótesis nula aceptando la hipótesis alterna. Dicho de otro modo, existe una relación directa y significativa entre campaña de sensibilización de reciclaje y las etapas de conciencia ambiental en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.

**Hipótesis específica 2:** Existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje y los componentes ambientales en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.

**H0:** No existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje y los componentes ambientales en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.

**H1:** Existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje y los componentes ambientales en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.

Valor de significancia: 0,05.

Regla de decisión:

Si, Sig.  $e < \text{Sig. } i$ , entonces se rechaza la H0 y se acepta la H1.

Si, Sig.  $e > \text{Sig. } i$ , entonces se rechaza la H1 y se acepta la H0.

**Tabla 17:** Tabla de correlación de hipótesis específica 2

			CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DE RECICLAJE	COMPONENTES AMBIENTALES
Rho de Spearman	CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DE RECICLAJE	Coefficiente de correlación	1,000	,583**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	82	82
	COMPONENTES AMBIENTALES	Coefficiente de correlación	,583**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	82	82

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

**Interpretación:** El cuadro indica que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,583, que indica la correlación es moderada. A su vez, la significancia es 0,000 que es menos que 0,05; entonces descartamos la hipótesis nula aceptando la hipótesis alterna. Dicho de otro modo, existe relación directa y significativa entre campaña de sensibilización de reciclaje y los componentes ambientales en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.

**Hipótesis específica 3:** Existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje con los valores ambientales en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.

**H0:** No existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje con los componentes ambientales en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.

**H1:** Sí existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje con los componentes ambientales en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.

Valor de significancia: 0,05.

Regla de decisión:

Si, Sig.  $e < \text{Sig. } i$ , entonces se rechaza la H0 y se acepta la H1.

Si, Sig.  $e > \text{Sig. } i$ , entonces se rechaza la H1 y se acepta la H0.

**Tabla 18:** Tabla de correlación de hipótesis específica 3

Correlaciones			CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DE RECICLAJE	VALORES AMBIENTALES
Rho de Spearman	CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DE RECICLAJE	Coefficiente de correlación	1,000	,519**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	82	82
	VALORES AMBIENTALES	Coefficiente de correlación	,519**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	82	82

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

**Interpretación:** El cuadro indica que el coeficiente de correlación de Rho Spearman es 0,519, que indica la correlación es moderada. A su vez, la significancia es de 0,00 que es menos que 0,05; entonces, descartamos la hipótesis nula aceptando la hipótesis alterna. Dicho de otro modo, existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje y los valores ambientales estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.

## V. DISCUSIÓN

Tras la obtención de los datos al ejecutar la técnica de estadística con el software SPSS V25 y de esta manera, conseguir los estadísticos que describen las variables de este informe y el contraste de hipótesis conforme al problema y objetivos del estudio, se considera:

De acuerdo a los datos recolectados, el objetivo general establecido de determinar la relación existente entre campaña de sensibilización de reciclaje y conciencia ambiental en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019; y, por otro lado, la hipótesis general (existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje y la conciencia ambiental en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019) demostró que se acepta la hipótesis alterna, la cual establece la existencia de una relación entre la campaña de sensibilización y la conciencia ambiental.

El resultado de la explicación estadística de la primera variable campaña de sensibilización, adjunta en la tabla 1 de resultados, 1 (1,2%) de los estudiantes comprenden el grado de nunca en la variable campaña de sensibilización, siendo la menor influyente; por su parte, 38 (46,3%) al grado casi siempre, siendo este el mayor influyente. Este análisis lo respalda Castañeda (como se citó en Dávila, 2017, p.22) quien señaló que es una mezcla de oficios y acciones que informan para formar, de sensibilización y congregación colectiva que desencadenan modificaciones de ideas y prácticas que agobian a un sector o estado, etc.

El resultado de la explicación estadística de la segunda variable conciencia ambiental, adjunta en la tabla 2 de resultados, 1(1,2%) de los estudiantes comprenden el grado de nunca en la variable conciencia ambiental, siendo la menor influyente; por su parte, 51 (62,2%) al grado casi siempre, siendo este el mayor influyente. Este análisis lo respalda Pisfil (2015) donde mencionó que es un conocimiento sobre el efecto de las actividades que tiene la humanidad en su hábitat (p. 13).

A fin de diferenciar la hipótesis general, adjunta en la tabla 10 de resultados, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman muestra la relación

estadística y significativa moderada (0.651) siendo proporcionalmente directa entre campaña de sensibilización de reciclaje y conciencia ambiental. A su vez, dado que  $p\_valor < 0,05$  descartamos la hipótesis nula aceptando la hipótesis general. Este análisis se asemeja al empleado por Bravo, Calixto y Romero (2019) quienes hallaron una relación significativa (0,452,  $p < 0,005$ ).

A fin de diferenciar la hipótesis específica 1, adjunta en la tabla 11 de resultados, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman muestra la relación estadística y significativa moderada (0.674) siendo proporcionalmente directa entre campaña de sensibilización de reciclaje y etapas de conciencia ambiental. A su vez, dado que  $p\_valor < 0,05$  descartamos la hipótesis nula aceptando la hipótesis general. Este análisis se asemeja a lo empleado por Estrada e Yndigoyen (2017) quienes hallaron una correlación moderada (0,699,  $p < 0,05$ ); respaldado por Zeballos (2005).

A fin de diferenciar la hipótesis específica 2, adjunta en la tabla 12 de resultados, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman muestra la relación estadística y significativa moderada (0.583) siendo proporcionalmente directa entre campaña de sensibilización de reciclaje y componentes ambientales. A su vez, dado que  $p\_valor < 0,05$  descartamos la hipótesis nula aceptando la hipótesis general. Este análisis se asemeja a lo empleado por Vilca (2018) quien halló una correlación positiva media (0,540,  $p < 0,05$ ); respaldado por Cerón y Melgarejo (2014).

A fin de diferenciar la hipótesis específica 3, adjunta en la tabla 13 de resultados, el coeficiente de correlación de Rho de Spearman muestra la relación estadística y significativa moderada (0.519) siendo proporcionalmente directa entre campaña de sensibilización de reciclaje y valores ambientales. A su vez, dado que  $p\_valor < 0,05$  descartamos la hipótesis nula aceptando la hipótesis general. Este análisis se asemeja a lo empleado por Castillo (2017) quien halló una vinculación directa y de relación favorable (0,638  $p < 0,05$ ).

## VI. CONCLUSIONES

Tras realizar el informe de investigación, se pudo concluir que:

1. De acuerdo al objetivo general, se determinó la existencia de una relación directa entre campaña de sensibilización de reciclaje y la conciencia ambiental en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019. Los datos probaron que la correlación es moderada y directa positivamente. Esto se consiguió dado que la campaña de sensibilización nos permite expresar una acción mediante un mensaje y tiempo determinado hacia un público en específico con el objetivo de concientizar sobre situaciones de suma importancia para lograr cambios individuales y colectivos medioambientales.
2. Conforme al objetivo específico 1, se demostró que existe relación directa entre campaña de sensibilización de reciclaje y etapas de conciencia ambiental en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019. Los datos confirmaron que la correlación es moderada y directa positivamente. Esto se consiguió dado que las etapas de conciencia ambiental son determinadas por nuestro desarrollo moral sobre la situación o problema en nuestra comunidad y que partiendo desde ahí, nuestras acciones pasarán por un proceso como la campaña de sensibilización de reciclaje con el fin de solucionar y actuar positivamente con el medio ambiente.
3. En base al objetivo específico 2, se corroboró que existe relación directa entre campaña de sensibilización de reciclaje y componentes ambientales en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. N° 1138 Ate, 2019. Los datos evidenciaron que la correlación es moderada y directa positivamente. Esto se consiguió dado que los componentes ambientales contestan correctamente o incorrectamente una situación, dependerá de la actitud que tenga la persona en una campaña de sensibilización de reciclaje, pues, esa disposición asocia sus características para diferenciar los problemas ambientales.

4. Concorde al objetivo específico 3, se establece que existe relación directa entre campaña de sensibilización y valores ambientales en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019. Los datos revelaron que la correlación es moderada y directa positivamente. Esto se consiguió dado que los valores ambientales permiten una reflexión individual que se asocia a nuestras actividades diarias y otros aspectos sociales para que este impacto sea positivo gracias a la campaña de sensibilización de reciclaje.
  
5. Por último, concluimos que se consiguieron los objetivos determinados en el informe de investigación, esto incentiva a analizar la campaña de sensibilización como medio para la conciencia ambiental.

## VII. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones para posteriores investigaciones son:

1. En base a los datos de investigación, de manera general se recomienda a la I.E. José Abelardo Quiñones fortalecer la campaña de sensibilización de reciclaje, ya que esto permitiría una mayor conexión y responsabilidad con el medio ambiente a un plazo corto, beneficiando al aprendizaje, los valores, la identidad y el vínculo para la toma de conciencia y acciones a favor del ambiente.
2. Conforme a los datos del primer objetivo, se recomienda a la I.E. José Abelardo Quiñones incentivar a las demás instituciones educativas de la comunidad a elaborar campañas de reciclaje para la formación de sus alumnos mediante una educación verde, y a su vez, participen para que se sientan comprometidos, que exploren con el fin de desarrollar conocimientos y lo practiquen según la información que obtuvieron
3. Conforme a los datos del segundo objetivo, se recomienda a la I.E. José Abelardo Quiñones a probar con otras secciones y niveles con las que cuenta. Es decir, llevar esta campaña de sensibilización de reciclaje a los demás estudiantes que no pertenecen al último año de secundaria, así, generaría mayor plus en las actitudes del estudiante y conozcan las ideas que ellos tienen sobre preservación natural escuchando sus opiniones y/o expectativas tanto personales o en conjunto, así se sabrá qué medidas tomar y se elaborará una estrategia en base a sus criterios.
4. Conforme a los datos del tercer objetivo, se recomienda a la I.E. José Abelardo Quiñones elaborar mayores campañas de sensibilización de reciclaje y llegar a que se transforme en una rutina diaria para saber el compromiso de los estudiantes, la responsabilidad en cumplir lo que se establezca, conserven esas actitudes garantizando que el respeto e interés con el medio ambiente no se pierda y se fortalezca la relación que todo ser humano tiene con este medio.



5. Probar con distintos métodos educativos con la finalidad de instaurar conciencia verde y mostrar una educación medioambiental, dado que es sumamente importante porque se estaría actuando desde la raíz de la sociedad para que con vistas al futuro, ellos se integren con nuevos valores y una mejor relación con la naturaleza, adaptando y aportando cambios positivos en sus hábitos.

## REFERENCIAS

- Agency (2016), United States environmental protection (2016). *Recuperado de* <https://www.epa.gov/recycle/recycling-basics>.
- Alaña, T., Capa, L. y Sotomayor, J. (2017). *Desarrollo sostenible y evolución de la legislación ambiental en las MIPYMES del Ecuador*. *Universidad y Sociedad*, 9(1), 91-99. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/>
- Aparicio, R. (2016). *Comunicación y sociedad*. Universidad Veracruzana. Nueva época, 25, 209-235.
- Balarezo, B. (2014). *La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive*. (Tesis de título, Universidad Técnica de Ambato). (Acceso 13 de setiembre de 2019).
- Baldeon, B., Alvarez, I. (2018). *La cultura ambiental en el hábito de selección de residuos sólidos en estudiantes del distrito de Carhuamayo*. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión). (Acceso 20 de setiembre de 2019).
- Ballestas, L., Blanco, R. y Gil, F. (2016). *Diseño de una campaña de reciclaje desde la fuente y aprovechamiento de los residuos sólidos en el barrio Villas de Aranjuez de Cartagena*. (Tesis de bachillerato, Universidad de Cartagena). (Acceso 13 de setiembre de 2019).
- Bravo, A. (2017). *Diseño de estrategias de sensibilización para el uso de materiales reciclables y reciclados en el diseño y la construcción*. (Tesis de maestría, Universidad del Norte). (Acceso 13 de setiembre de 2019).
- Bravo, G., Calixto, G. y Romero, S. (2019). *Conciencia ambiental y el cuidado del medio ambiente en los estudiantes del 5to grado "A" de primaria de la Institución Educativa integrado "Julio Benavides Sanguinetta"-Distrito de Ambo, provincia de Huánuco – 2018*. (Tesis de bachiller, Universidad Nacional Hermilio Valdizán). (Acceso 13 de setiembre de 2019).

- Cabana, A. (2017). *Conciencia ambiental, valores y ecoeficiencia en la Gerencia de Servicios a la Ciudad y Medio Ambiente. Lima Cercado. 2016.* (Tesis de doctorado, Universidad César Vallejo). (Acceso 13 de setiembre de 2019).
- Castañeda Pastor, J. (2017). *Manual de campañas para la movilización y la transformación social.* Recuperado de [https://developmentneedscitizens.files.wordpress.com/2017/02/manual-de-campac3b1as\\_jorgecastac3b1eda.pdf](https://developmentneedscitizens.files.wordpress.com/2017/02/manual-de-campac3b1as_jorgecastac3b1eda.pdf)
- Castillo, M. (2017). *Cultura ambiental, uso y manejo del agua potable en la Universidad Continental – 2016.* (Tesis de magister, Universidad Nacional del Centro del Perú). (Acceso 13 de setiembre de 2019).
- Carbajal y Tamari (2017). Validez de contenido y confiabilidad inter-observadores de Escala Integral Calidad de Vida. *Revista de Psicología*, 35(2), 641-666. Recuperado de <https://doi.org/10.18800/psico.201702.009>
- Chicaizagarcias, J. y Gonzales, E. (2016). *Análisis de los desechos de botellas plásticas de los habitantes de Bastión Popular de Guayaquil.* (Tesis de bachiller, Universidad de Guayaquil). (Acceso 13 de setiembre de 2019).
- Cornejo, P. (2014). *Importancia de la comunicación interna en los bancos privados de la ciudad de Rosario.* (Tesina, Universidad Abierta Interamericana). (Acceso 13 de setiembre de 2019).
- Cruz, M. (2017). *Uso de material reciclable para fomentar la conciencia ecológica en los alumnos del tercer año de secundaria de la I.E. N° 16509 del distrito Namballe – San Ignacio – 2017.* (Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo). (Acceso 20 de setiembre de 2019).
- Dávalos, A. y Tique, R. (2016). *La elaboración de materiales educativos con recursos reciclables para el fortalecimiento de la conciencia ambiental en los niños de 4 años “b” de la I.E.I. n° 279 del barrio Villa Paxa Puno – 2015.* (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano). (Acceso 13 de setiembre de 2019).

- Dávila, H. (2018). *Propuesta de campaña social fotográfica de sensibilización ambiental en las inmediaciones de la Av. Chinchaysuyo y Cl. Los Amarantos, 2016 – 2017*. (Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán). (Acceso 20 de setiembre de 2019).
- ECODEST. 2016. *ECODEST*. Recuperado de [http://ecodes.org/agua-y-ecodes/disenyo-y-realizacion-de-programas-desensibilizacion-y-demostrativos#.WV-\\_XUD0jIU](http://ecodes.org/agua-y-ecodes/disenyo-y-realizacion-de-programas-desensibilizacion-y-demostrativos#.WV-_XUD0jIU).
- EROSKI. *La importancia de reciclar*. Recuperado de [https://www.academia.edu/7248817/Escuelas\\_Idea\\_Sana\\_EROSKI\\_Noviembre\\_La\\_importancia\\_de\\_reciclar\\_-1](https://www.academia.edu/7248817/Escuelas_Idea_Sana_EROSKI_Noviembre_La_importancia_de_reciclar_-1)
- ESAP (2016). *Programa de educación y sensibilización ambiental de la escuela superior de administración pública*. Recuperado de <http://esap-programa-ambiental>
- Estrada, R., Yndigoyen, M. (2017). *Educación ambiental y conservación del medio ambiente en los alumnos del cuarto grado de primaria de la I.E. 6069 UGEL 01 de Villa el Salvador. Lima. 2016*. (Tesis de magister, Universidad César Vallejo). (Acceso 20 de setiembre de 2019).
- Gabay, G. (2016) *“Escuela administrativa: Teoría de los sistemas”* (Acceso 10 de noviembre de 2019).
- Gavidia, J y Gómez, M (2017) *“Diagnóstico de la comunicación interna en el personal administrativo de la Municipalidad distrital de Santa – 2016”* (Tesis de licenciatura, Universidad de Santa). (Acceso 10 de noviembre de 2019).
- Gómez (2016). *Diagnóstico del impacto del plástico-botellas sobre el medio ambiente: Un estado del arte*. (Tesis de bachiller, Universidad Santo Tomás). (Acceso 13 de setiembre de 2019).
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*, México: McGraw- Hill.

- Herrera, L. (2015). *Formación en valores para generar conciencia ambiental en la comunidad educativa de CDI Champinerito de la ciudad de Ibagué* (Tesis de licenciatura, Universidad de Tolima). (Acceso 13 de setiembre de 2019).
- International Recovery Platform (2013). *International strategy for disaster reduction*. Recuperado de [www.recoveryplatform.org](http://www.recoveryplatform.org).
- Iñiguez, M. (2019). *Estudio de la contaminación marina por plásticos y evaluación de contaminantes derivados de su tratamiento*. (Tesis de doctorado, Universidad d' Alacant). (Acceso 20 de setiembre de 2019).
- Linares, J. (2016). *Nivel de conocimiento sobre contaminación ambiental en los estudiantes del centro pre-universitario de la Universidad Católica de Santa María, Arequipa 2016*. (Tesis de maestría, Universidad Católica de Santa María). (Acceso 20 de setiembre de 2019).
- Línea Verde (2018). *El reciclaje*. Recuperado de <http://www.lineaverdeceutatrace.com/lv/consejosambientales/reciclaje/reciclaje.pdf>
- López, P y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Universidad Autónoma de Barcelona. 1, 1-47. Recuperado de [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163564/metinvsocua\\_a2016\\_cap1-2.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163564/metinvsocua_a2016_cap1-2.pdf)
- Maraví (2015). *Conciencia ambiental y trabajo de campo en estudiantes de secundaria de el Mantaro – Jujá*. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Centro del Perú). (Acceso 13 de setiembre de 2019).
- Ministerio del Ambiente (2010). *Guía de capacitación a recicladores para su inserción*. Recuperado de <http://www.minam.gob.pe/calidadambiental/wpcontent/uploads/sites/22/2013/10/Guia-de-Capacitaci%C3%B3n-aRecicladores.pdf>
- Ministerio del Ambiente (2014). *Guía metodológica para elaborar e implementar un programa de segregación en la fuente y recolección selectiva de residuos sólidos municipales*. Recuperado de [www.minam.com](http://www.minam.com)

- Meza, M. (2018). *El recurso de la información y comunicación visual: imagen. Apuntes en torno a las Ciencias de la Información y Bibliotecología*. Universidad de Costa Rica. 8(2), 1-21. Recuperado de <https://doi.org/10.15517/eci.v8i2.29956>
- Mozombite, J. (2018). *Estrategia de sensibilización y conciencia ambiental*. (Tesis de bachiller, Universidad Científica del Perú – UCP). (Acceso 20 de setiembre de 2019).
- Noceda (2018). *Aplicación del taller de reciclaje para desarrollar la conciencia ambiental en los estudiantes de 3° y 4° grado de primaria I.E. N° 86902 del Caserío de San Pedro de Ichón – Huacchis, en el año 2018*. (Tesis de licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote). (Acceso 13 de setiembre de 2019).
- Peralta, E. (2016) “*Teoría general de sistemas aplicada a modelos de gestión*”. (Acceso 10 de noviembre de 2019).
- Pinto, I. (2016). *Uso de materiales audiovisuales para mejorar la conciencia ambiental en niños del quinto grado de Educación Primaria del Colegio Adventista Titicaca de la ciudad de Juliaca-2016*. (Tesis de licenciatura, Universidad Peruana Unión). (Acceso 10 de noviembre de 2019).
- Pisfil, Y. (2015). *Taller formativo para fortalecer la conciencia ambiental en los estudiantes del cuarto grado de educación primaria de la Institución Educativa “Inmaculada Concepción”*. Revista de investigación y cultura, 4(2), 10-16. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=521751974001>
- Sánchez, A. (2015). “*Contrastación de hipótesis con medidas ordinales*”. Recuperado de: <https://sites.google.com/site/sociologiyestadisticas/repaso-de-los-conceptos-de-estadistica/hipotesis-medidas-ordinales>.
- Sabrera, E., Trejo, T., Rojas, G. (2018). *Gestión ambiental escolar y conciencia ambiental en instituciones educativas del nivel inicial de la ciudad de Huánuco-2016*. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Hermilio Valdizán). (Acceso 20 de setiembre de 2019).

- Salazar, C. y Del Castillo, S. (2018). *Fundamentos básicos de estadística*. Quito. 1, 1-226. Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/13720/3/Fundamentos%20B%c3%a1sicos%20de%20Estad%c3%adstica-Libro.pdf>
- Sereviche, C., Gómez, E. y Jaimes, J. (2016). *La educación ambiental como base cultural y estrategia para el desarrollo sostenible*. Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, 18(2), 266-281. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99345727007.pdf>
- Vilca, L. (2018). *Infografía sobre el reciclaje y el aprendizaje en los estudiantes del 1° al 5° de secundaria de la I.E. Manuel Seoane Corrales de Ventanilla, Callao – 2018*. (Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo). (Acceso 4 de junio del 2019).

## ANEXOS

### Matriz de operacionalización de variables

Variable 1	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala y Valores
LA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DE RECICLAJE	Mozombite (2018) nos dio a entender que se entiende que la sensibilización ambiental posee características a través de un plan para lograr objetivos, metas y actividades dentro del marco que brindan las políticas medioambientales. Esta se encuentra orientada para que la población tome conciencia de este gran problema a fin de modificar sus patrones de conducta mediante mayores responsabilidades y participando constantemente para encontrar soluciones grupales para respetar, cuidar y proteger el ambiente (p.6).	La campaña de sensibilización de reciclaje tiene una estrategia grupal clara y concisa, además de un orden y actividades integradas a este que permite procesar información y generar acciones favorables al medio ambiente.	Canales de comunicación	Escritos	<b>Likert</b>  1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
				Visuales	
				Orales	
			Reciclaje	Plástico	
				Batería y pilas	
				Papel	
				Vidrio	
			Acciones	Comunicar	
				Participar	
				Evaluar	



Variable 2	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala y Valores
CONCIENCIA AMBIENTAL	Para Villarnil (2018) conocer y sensibilizarse con las cuestiones ambientales forma parte de la intranquilidad de la población por el medioambiente, la verificación y asimilación de estos problemas; eso es conciencia ambiental (p. 44).	Las ideas de una persona, su organización, el grupo o la humanidad entera tienen que estar convencidas que los recursos deben resguardarse y ser utilizadas de manera racional para que el presente y el futuro no tengan consecuencias.	Etapas de conciencia ambiental	Sensibilización - motivación	<p><b>Likert</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nunca</li> <li>2. Casi nunca</li> <li>3. A veces</li> <li>4. Casi siempre</li> <li>5. Siempre</li> </ol>
				Capacidades desarrolladoras	
				Acción voluntaria - participación	
			Componentes ambientales	Afectivo	
				Cognitivo	
				Activo	
			Valores ambientales	Respeto	
				Compromiso	
				Responsabilidad	

## Anexo 2: Instrumento de recolección de datos

### CUESTIONARIO

Es muy grato presentarme ante usted, el suscrito alumno **Montoya Lujan, Gerzon David** con código de matrícula 6500068316, de la Universidad César Vallejo campus Ate con mención en Ciencias de la Comunicación. La presente encuesta forma parte de la tesis titulada **Campaña de sensibilización de reciclaje y conciencia ambiental en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N°1138 Ate, 2019**, el cual tiene fines exclusivamente académicos y se mantendrá absoluta reserva.

Agradecemos su colaboración por las respuestas brindadas de la siguiente encuesta:

**INSTRUCCIONES:** Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con seriedad, marcando con un aspa en la alternativa correspondiente

### ESCALA AUTOVALORATIVA

Siempre (S)	= 5
Casi Siempre (CS)	= 4
A Veces (AV)	= 3
Casi Nunca (CN)	= 2
Nunca (N)	= 1

**Variable Independiente: Campaña de sensibilización de reciclaje**

Ítems / preguntas						
Variable 1: Campaña de sensibilización de reciclaje						
I	D1: Canales de comunicación	Escala de Valoración				
		5	4	3	2	1
		S	CS	AV	CN	N
1	¿Entiendes con claridad los mensajes escritos sobre la campaña de reciclaje?					
2	¿Comprendes las imágenes de la campaña de reciclaje?					
3	¿Entiendes los mensajes orales que emplean los profesores y auxiliares cuando te explican sobre la campaña de reciclaje en la institución?					
<b>II</b>	<b>D2: Tipos de reciclaje</b>					
4	¿Sueles reciclar materiales de plástico (bolsas, botellas, etcétera)?					
5	¿Sueles reciclar baterías y pilas?					
6	¿Sueles reciclar papeles en general?					
7	¿Sueles reciclar materiales de vidrio?					
<b>III</b>	<b>D3: Acciones</b>					
8	¿Consideras que la Institución te informa correctamente sobre la campaña de reciclaje?					
9	¿Participas activamente en la campaña de reciclaje que organiza la Institución?					
10	¿Consideras que la campaña de reciclaje es la principal actividad de la Institución Educativa?					

**Variable Dependiente: Conciencia ambiental**

Ítems / preguntas						
Variable 2: Conciencia ambiental						
I	D1: Etapas de conciencia ambiental	Escala de Valoración				
		5	4	3	2	1
		S	CS	AV	CN	N
1	¿Consideras importante tener una actitud positiva ante una campaña de reciclaje?					
2	¿Compartes las enseñanzas adquiridas en la campaña de reciclaje con tu entorno familiar?					
3	¿Participas voluntariamente en la campaña de reciclaje que organiza la Institución Educativa?					
<b>II</b>	<b>D2: Componentes ambientales</b>					
4	¿Crees que la campaña de sensibilización te genera emociones positivas con el medio ambiente?					
5	¿Conoces la importancia de reciclar para el cuidado del medio ambiente?					
6	¿Consideras suficiente la participación de las personas y la comunidad en las campañas de reciclaje?					
<b>III</b>	<b>D3: Valores ambientales</b>					
7	¿Toleras a las personas que no participan en ninguna campaña de reciclaje?					
8	¿Consideras suficiente la dedicación que brindaste a la campaña de reciclaje que la Institución realiza?					
9	¿Asumes responsablemente las tareas que se te encomiendan para una campaña de reciclaje?					

### ANEXO 3

#### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DE RECICLAJE

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	<b>DIMENSIÓN 1 CANALES DE COMUNICACIÓN</b>							
1	¿Entiendes con claridad los mensajes escritos sobre la campaña de reciclaje?	x		x		x		
2	¿Comprendes las imágenes de la campaña de reciclaje?	x		x		x		
3	¿Entiendes los mensajes orales que emplean los profesores y auxiliares cuando te explican sobre la campaña de reciclaje en la institución?	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 2 TIPOS DE RECICLAJE</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
4	¿Sueles reciclar materiales de plástico (bolsas, botellas, etcétera)?	x		x		x		
5	¿Sueles reciclar baterías y pilas?	x		x		x		
6	¿Sueles reciclar papeles en general?	x		x		x		
7	¿Sueles reciclar materiales de vidrio?	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 3 ACCIONES</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
8	¿Consideras que la Institución te informa correctamente sobre la campaña de reciclaje?	x		x		x		
9	¿Participas activamente en la campaña de reciclaje que organiza la Institución?	x		x		x		
10	¿Consideras que la campaña de reciclaje es la principal actividad de la Institución Educativa?	x		x		x		

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** \_\_\_\_\_

**Opinión de aplicabilidad:**    **Aplicable [ X ]**            **Aplicable después de corregir [ ]**            **No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez validador:** Dr. Juan Carlos Antón Llanos            **DNI: 43494217**.....

**Especialidad del validador:**.....

13 de abril del 2020



-----  
**Firma del Experto Informante.**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE CONCIENCIA AMBIENTAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	<b>DIMENSIÓN 1 Etapas de conciencia ambiental</b>							
11	¿Consideras importante tener una actitud positiva ante una campaña de reciclaje?	x		x		x		
12	¿Compartes las enseñanzas adquiridas en la campaña de reciclaje con tu entorno familiar?	x		x		x		
13	¿Participas voluntariamente en la campaña de reciclaje que organiza la Institución Educativa?	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 2 Componentes ambientales</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
14	¿Crees que la campaña de sensibilización te genera emociones positivas con el medio ambiente?	x		x		x		
15	¿Consideras suficiente la dedicación que brindaste a la campaña de reciclaje que la Institución realiza?	x		x		x		
16	¿Consideras suficiente la participación de las personas y la comunidad en las campañas de reciclaje?	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 3 Valores ambientales</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
17	¿Toleras a las personas que no participan en ninguna campaña de reciclaje?	x		x		x		
18	¿Consideras suficiente la dedicación que brindaste a la campaña de reciclaje que la Institución realiza?	x		x		x		
19	¿Asumes responsablemente las tareas que se te encomiendan para una campaña de reciclaje?	x		x		x		

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** \_\_\_\_\_

**Opinión de aplicabilidad:**      **Aplicable [ X ]**      **Aplicable después de corregir [ ]**      **No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez validador:** Dr. Juan Carlos Antón Llanos      **DNI:** 43494217.....

**Especialidad del validador:**.....

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**13 de abril del 2020**



-----  
**Firma del Experto Informante**



## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE CONCIENCIA AMBIENTAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	<b>DIMENSIÓN 1 Etapas de conciencia ambiental</b>							
11	¿Consideras importante tener una actitud positiva ante una campaña de reciclaje?	x		x		x		
12	¿Compartes las enseñanzas adquiridas en la campaña de reciclaje con tu entorno familiar?	x		x		x		
13	¿Participas voluntariamente en la campaña de reciclaje que organiza la Institución Educativa?	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 2 Componentes ambientales</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
14	¿Crees que la campaña de sensibilización te genera emociones positivas con el medio ambiente?	x		x		x		
15	¿Consideras suficiente la dedicación que brindaste a la campaña de reciclaje que la Institución realiza?	x		x		x		
16	¿Consideras suficiente la participación de las personas y la comunidad en las campañas de reciclaje?	x		x		x		
	<b>DIMENSIÓN 3 Valores ambientales</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
17	¿Toleras a las personas que no participan en ninguna campaña de reciclaje?	x		x		x		
18	¿Consideras suficiente la dedicación que brindaste a la campaña de reciclaje que la Institución realiza?	x		x		x		
19	¿Asumes responsablemente las tareas que se te encomiendan para una campaña de reciclaje?	x		x		x		

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** \_\_\_\_\_

**Opinión de aplicabilidad:**      **Aplicable [ X ]**      **Aplicable después de corregir [ ]**      **No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez validador:** Dra. Zulema Leiva Bazan      **DNI: 010424528.....**

**Especialidad del validador:**.....

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**13 de abril del 2020**



-----

**Firma del Experto Informante**







## MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Campaña de sensibilización de reciclaje y conciencia ambiental en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N°1138 Ate, 2019.

Autor: Gerzon David Montoya Lujan

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES				
<u>General</u> ¿Qué relación existe entre la campaña de sensibilización de reciclaje y la conciencia ambiental en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019?  <u>Específico 1</u> ¿Cómo se relaciona la campaña de sensibilización de reciclaje con las etapas de conciencia ambiental en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019?  <u>Específico 2</u>	<u>General</u> Determinar la relación de la campaña de sensibilización de reciclaje y la conciencia ambiental en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.  <u>Específico 1</u> Identificar la relación entre la campaña de sensibilización de reciclaje y las etapas de conciencia ambiental en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.  <u>Específico 2</u>	<u>General</u> Existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje con la conciencia ambiental en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.  <u>Específico 1</u> Existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje con las etapas de conciencia ambiental en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.	Variable 1: Campaña de sensibilización de reciclaje				
			DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	NIVELES O RANGOS
			Canales de comunicación	Escritos	1-3	Likert:  1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Bajo Intermedio Alto
				Visuales			
				Orales			
			Tipos de reciclaje	Plástico	4-7		
				Batería y pilas			
				Papel			
				Vidrio			
			Acciones	Comunicar	8-10		
Participar							
Evaluar							
Variable 2: Conciencia ambiental							
DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	NIVELES O RANGOS			
Etapas de conciencia ambiental	Sensibilización-motivación	11-13	Likert:  1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Bajo Intermedio Alto			
	Capacidades desarrolladoras						
	Acción voluntaria-participación						
	Afectivo	14-16					

<p>¿Cómo se relaciona la campaña de sensibilización de reciclaje con los componentes ambientales del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019?</p> <p><u>Específico 3</u> ¿Cómo se relaciona la campaña de sensibilización de reciclaje con los valores ambientales en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019?</p>	<p>Estableces la relación entre la campaña de sensibilización de reciclaje y componentes ambientales en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.</p> <p><u>Específico 3</u> Analizar la relación entre la campaña de sensibilización de reciclaje y los valores ambientales en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.</p>	<p><u>Específico 2</u> Existe relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje con los componentes ambientales en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.</p> <p><u>Específico 3</u> Existe una relación real y significativa entre la campaña de sensibilización de reciclaje con los valores ambientales en los estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019.</p>	Componentes ambientales	Cognitivo			
				Activo			
			Valores ambientales	Respeto	17-19		
				Responsabilidad			
Compromiso							

## Anexo 4: Confiabilidad

### Variable 1: Campañas de sensibilización de reciclaje

#### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Entiendes con claridad los mensajes escritos sobre la campaña de reciclaje?	30,51	48,697	,540	,845
¿Comprendes las imágenes de la campaña de reciclaje?	30,49	48,697	,535	,845
¿Entiendes los mensajes orales que emplean los profesores y auxiliares cuando te explican sobre la campaña de reciclaje en la institución?	30,67	47,705	,607	,840
¿Sueles reciclar materiales de plástico (bolsas, botellas, etcétera)?	31,30	44,387	,685	,831
¿Sueles reciclar baterías y pilas?	32,21	44,216	,624	,836
¿Sueles reciclar papeles en general?	31,11	46,617	,517	,846
¿Sueles reciclar materiales de vidrio?	31,73	42,347	,576	,844
¿Consideras que la Institución te informa correctamente sobre la campaña de reciclaje?	31,38	47,250	,539	,844
¿Participas activamente en la campaña de reciclaje que organiza la Institución?	31,67	44,890	,629	,836
¿Consideras que la campaña de reciclaje es la principal actividad de la Institución Educativa?	31,84	46,333	,456	,853

## Variable 2: Conciencia ambiental

### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Consideras importante tener una actitud positiva ante una campaña de reciclaje?	29,60	28,935	,591	,802
¿Compartes las enseñanzas adquiridas en la campaña de reciclaje con tu entorno familiar?	30,33	27,557	,595	,800
¿Participas voluntariamente en la campaña de reciclaje que organiza la Institución Educativa?	30,73	27,532	,517	,810
¿Crees que la campaña de sensibilización te genera emociones positivas con el medio ambiente?	29,82	29,164	,501	,811
¿Conoces la importancia de reciclar para el cuidado del medio ambiente?	29,50	29,710	,562	,807
¿Consideras suficiente la participación de las personas y la comunidad en las campañas de reciclaje?	31,11	27,630	,480	,816
¿Toleras a las personas que no participan en ninguna campaña de reciclaje?	30,73	30,915	,295	,834
¿Consideras suficiente la dedicación que brindaste a la campaña de reciclaje que la Institución realiza?	30,55	27,436	,558	,805
¿Asumes responsablemente las tareas que se te encomiendan para una campaña de reciclaje?	30,02	27,481	,767	,784

## Anexo 5: Autorización de aplicación de instrumentos

Ate, 05 de mayo del 2020

Señor Director:  
Oswaldo Campos Monteza  
Director de la Institución Educativa José Abelardo Quiñones  
Presente:

Estimado Director:

La presente es para saludarle muy cordialmente y, a la vez presentarle a nombre de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Cesar Vallejo al estudiante Gerson David Montoya Lujan, identificado con D.N.I.: 73023705 y ex - alumno de su prestigiosa Institución Educativa a fin de solicitarle le brinde las facilidades del caso para poder aplicar su instrumento de investigación científica como es el cuestionario que está relacionado con el tema de su investigación titulado "Campaña de sensibilización de reciclaje y conciencia ambiental en estudiantes del quinto de secundaria de la I.E. José Abelardo Quiñones N° 1138 Ate, 2019".

El apoyo solicitado a su persona consiste en poder brindarle la base de datos (nombres, correos electrónicos y números de teléfono) con la finalidad de que pueda aplicar su encuesta de manera virtual a los alumnos del quinto de secundaria.

El cuestionario que se aplicará consta de 19 preguntas la misma que estará a disposición para los fines correspondientes. El trabajo está siendo supervisado por mi persona como Docente Asesor de la experiencia Curricular Desarrollo del Proyecto de Investigación de la Universidad Cesar Vallejo

Desde ya agradecemos su disposición y su colaboración para el éxito del desarrollo del trabajo de investigación científica que viene desarrollando el estudiante. Sin otro particular me despido de Ud.

Atentamente.



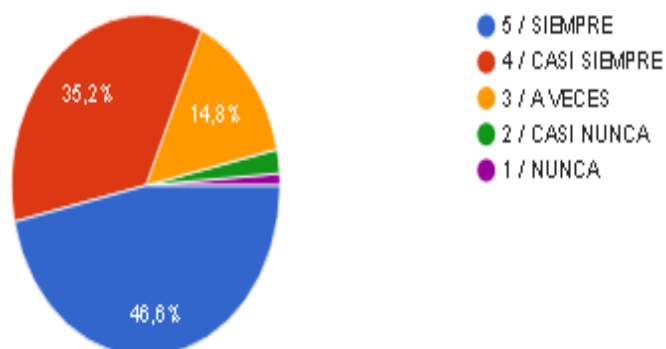
Mariela Teresa Pariona Benavides  
Docente tiempo completo  
Ciencias de la Comunicación

## Anexo 6: Formulario de aplicación de instrumento

### VARIABLE 1: CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN DE RECICLAJE

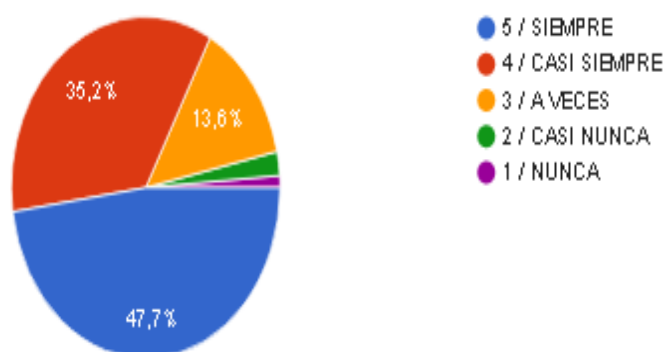
¿Entiendes con claridad los mensajes escritos sobre la campaña de reciclaje?

88 respuestas



¿Comprendes las imágenes de la campaña de reciclaje?

88 respuestas



3 / A VECES

2 / CASI NUNCA

1 / NUNCA



## ANEXO 7: Tabla de SPSS

\*Sin título1 [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 19 de 19 variables

	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11	Item12	Item13	Item14	Item15
61	5	5	5	5	3	4	2	5	5	4	5	5	2	5	5
62	5	5	5	5	3	5	5	2	2	1	3	2	2	5	5
63	4	5	3	5	2	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5
64	4	5	5	2	2	3	1	3	3	2	5	4	3	5	5
65	4	4	4	3	5	4	3	2	2	5	4	4	3	5	5
66	5	5	3	3	3	5	1	3	1	1	5	4	1	5	5
67	5	5	4	4	5	4	5	4	3	3	5	4	4	5	5
68	5	5	5	5	2	5	3	3	4	2	4	4	3	5	5
69	4	4	5	5	4	5	5	2	4	2	5	5	4	4	5
70	5	5	5	5	2	5	3	3	4	2	4	4	3	5	5
71	4	4	3	4	2	4	5	3	1	2	5	5	1	4	4
72	4	3	4	3	2	4	4	3	3	2	5	5	3	5	5
73	4	5	4	3	1	4	1	2	1	3	4	3	3	4	5
74	3	3	4	5	4	5	3	4	3	3	5	4	5	5	5
75	5	5	4	4	2	3	3	3	3	4	5	4	3	4	5
76	5	4	5	4	3	4	2	4	3	3	4	3	4	4	5
77	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	4
78	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	3	3	5
79	4	5	3	5	2	3	2	3	2	1	5	4	2	4	5
80	5	4	4	4	2	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4
81	4	4	4	1	2	1	1	3	3	3	5	4	3	3	4
82	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5
83															

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

Escribe aquí para buscar

21:44 01/07/2020