



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

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

Relación entre una campaña gráfica sobre el trabajo infantil y la conciencia en los comerciantes de la Galería Santa Lucía y la Galería El Rey del Centro Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima, 2016.

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

AUTORA

Flor Vanessa Quispe Chambi

ASESOR:

Miguel Antonio Cornejo Guerrero, Ph. D.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

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

LIMA – PERÚ

Año 2016 – II

PRESIDENTE
Primer Jurado
Miguel Antonio Cornejo Guerrero, Ph. D.

SECRETARIO
Segundo Jurado
Lic. Liliana Melchor Agüero

VOCAL
Tercer Jurado
Mg. Rocío Bernaza Zavala

Dedicatoria

Quiero dedicarle este trabajo a Dios que me ha dado la fortaleza para terminar mi tesis. A mi padre quien me apoyó y alentó para continuar en los momentos más difíciles. A mi esposo Wilmer por estar conmigo y apoyarme siempre. A mi hijo adorado Yahdiel por ser mi orgullo y gran motivación, que con una sola sonrisa me llenaba de ánimo y fuerzas.

Agradecimientos

Quiero agradecer de todo corazón a mis padres que me han dado todo el esfuerzo para que yo retome la universidad y ahora este culminando esta etapa académica. Y al profesor Miguel Antonio Cornejo por ser mi principal maestro para desarrollar toda la elaboración del desarrollo del proyecto de mi investigación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Flor Vanessa Quispe Chambi con DNI N° 045325707, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Arte y Diseño Gráfico Empresarial, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Lima, 22 Noviembre del 2016.

Flor Vanessa Quispe Chambi

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Relación entre una campaña gráfica sobre el trabajo infantil y la conciencia en los comerciantes de la Galería Santa Lucía y la Galería El Rey del Centro Comercial de Gamarra, La Victoria, Lima, 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial.

Flor Vanessa Quispe Chambi

ÍNDICE

Resumen	X
Abstract	XI
I INTRODUCCIÓN	
1. Realidad Problemática	1
2. Trabajos previos	2
3. Teorías relacionadas al tema	8
4. Formulación al problema	20
5. Justificación del estudio	21
6. Hipótesis	22
7. Objetivo	24
II MÉTODO	
8. Diseño de investigación	25
9. Variables, Operacionalización	26
10. Población y muestra	27
11. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	30
12. Métodos de análisis de datos	30
13. Aspectos éticos	32
III RESULTADOS	
14. Tablas de Frecuencia e Interpretación	34
15. Análisis de contrastación de hipótesis	41
IV DISCUSIÓN	50
V CONCLUSIÓN	58
VI RECOMENDACIÓN	60
VII REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Resultado pregunta 1	35
Tabla N° 2. Resultado pregunta 2	35
Tabla N° 3. Resultado pregunta 3	36
Tabla N° 4. Resultado pregunta 4	36
Tabla N° 5. Resultado pregunta 5	37
Tabla N° 6. Resultado pregunta 6	37
Tabla N° 7. Resultado pregunta 7	38
Tabla N° 8. Resultado pregunta 8	38
Tabla N° 9. Resultado pregunta 9	39
Tabla N° 10. Resultado pregunta 10	39
Tabla N° 11. Resultado pregunta 11	40
Tabla N° 12. Resultado pregunta 12	40
Tabla N° 13. Resultado pregunta 13	41
Tabla N° 14. Prueba de Normalidad de las variables 1 y 2	42
Tabla N° 15. Prueba de Pearson. Correlación de las variables 1 y 2	43
Tabla N° 16. Prueba de Normalidad de las dimensiones: Estrategias de c. Gráfica y enfoque de conciencia	44
Tabla N° 17. Prueba de Pearson de las dimensiones	44
Tabla N° 18. Prueba de Normalidad de las dimensiones: Estrategias de c. gráfica y Conciencia Psicológica	45
Tabla N° 19. Prueba de Pearson de las dimensiones	46

Tabla N° 20. Prueba de Normalidad de las dimensiones: causas del trabajo Infantil y enfoque de conciencia	47
Tabla N° 21. Prueba de Pearson de las dimensiones	47
Tabla N° 22. Prueba de Normalidad de las dimensiones: causas del trabajo Infantil y conciencia psicológica	48
Tabla N° 23. Prueba de Pearson de las dimensiones	49
Anexos	
Anexo 1. Matriz de consistencia	68
Anexo 2. Tabla de evaluación de expertos	69
Anexo 3. Encuesta	70
Anexo 4. Análisis de fiabilidad	71
Anexo 5. Estadísticos Descriptivos	72
Anexo 6. Gráfico de Barras de frecuencia	73
Anexo 7. Vista de variables del SPSS	80
Anexo 8. Vista de datos del SPSS	81
Anexo 9. Público objetivo	83
Anexo10. Tipografías y Psicología del color	83
Anexo 11. Bocetos de la imagen de la campaña	84
Anexo 12. Imágenes de los vectores realizados en Illustrator	85
Anexo 13. Piezas gráficas: Afiche	87
Anexo 14. Piezas gráficas: Volante	91
Anexo 15. Piezas gráficas: Brochure	92

RESUMEN

La existencia de niños trabajadores es un grave problema social que está presente en muchos países, ante la poca intervención de los gobiernos, los medios de comunicación y la opinión pública nos interesa llevar este tema al diseño gráfico a través de una campaña que permita conocer la relación de esta con la conciencia de los comerciantes de las galerías Santa Lucía y El Rey del Centro Comercial de Gamarra en La Victoria durante el presente año.

El principal objetivo de este estudio es identificar la relación que existe entre una campaña gráfica sobre el trabajo infantil y la conciencia en estos comerciantes. Esto se permite poniendo de manifiesto ilustraciones que muestran a niños y padres en diferentes contextos sobre las causas de este problema social. Partiendo de la técnica de la encuesta, esta fue aplicada a 278 comerciantes que venden en las galerías El Rey y Santa Lucía del Centro Comercial Gamarra del distrito de La Victoria. Las preguntas fueron de naturaleza cerrada; pues son interrogantes que abordan temas más directos, fáciles de analizar y codificar.

Luego de la recolección y procesamiento de datos, se concluyó con respecto al objetivo general que la eficacia de una campaña gráfica respecto a un problema social, como el trabajo infantil, puede relacionarse de forma significativa en la conciencia de los comerciantes ya que, a través de diversas piezas gráficas pueden informarse y asumir una realidad que viven estos infantes.

Así mismo, los resultados encontrados en base a la prueba Correlación de Pearson mostró una correlación positiva y considerable de 0,713 y un nivel de significancia menor a 0.05; esto comprobó la relación entre una campaña gráfica sobre el trabajo infantil y la conciencia en los comerciantes de dichas galerías pertenecientes al distrito de La Victoria en Lima durante el 2016.

Palabras clave: Campaña gráfica, trabajo infantil, conciencia, estrategias de campaña gráfica, causas del trabajo infantil, enfoque de conciencia, conciencia psicológica.

ABSTRACT

The existence of working children is a serious social problem that is present in many countries, given the lack of intervention by governments, the media and public opinion, we are interested in bringing this subject to graphic design through a campaign that Relationship of this with the conscience of the merchants of the galleries Santa Lucía and the King of the Commercial Center of Gamarra in the Victory during the present year.

The main objective of this study is to identify the relationship between a graphic campaign on child labor and awareness in these traders. This is allowed by putting forward illustrated illustrations that show children and parents in different contexts about the causes of this social problem. Based on the survey technique, it was applied to 278 merchants who sell in the El Rey and Santa Lucia galleries of the Gamarra Shopping Center in the district of La Victoria. The questions were of a closed nature; As they are questions that address more direct issues, easy to analyze and codify.

After collecting and processing data, it was concluded with regard to the general objective that the effectiveness of a graphic campaign on a social problem, such as child labor, can be significantly related to the awareness of the traders since, through Of various graphic pieces can be informed and assume a reality that these infants live.

Likewise, the results found on the basis of the Pearson correlation test showed a positive and significant correlation of 0.713 and a level of significance lower than 0.05; This proved the relationship between a graphic campaign on child labor and awareness in the dealers of such galleries belonging to the district of La Victoria in Lima during 2016.

Keywords:

Graphic campaign, child labor, awareness, graphic campaign strategies, causes of child labor, focus on conscience, psychological awarenes.