



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**“PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DEL USO RACIONAL DE
AGUA EN LA CIUDAD DE TACNA, 2020”**

PRESENTADO POR:

BACH. PICARDO MACHACA RIKCHA DAVID

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

ASESOR:

MG. ERIK ANTONIO ZOEGER CALLE

TACNA – PERÚ

2020

DEDICATORIA

La presente investigación se encuentra dedicada a todas las personas que encuentran satisfacción en incrementar sus conocimientos a tal punto que, son capaces de fomentar nuevas teorías en beneficio de la investigación y desarrollo social.

AGRADECIMIENTO

Ante todo, me encuentro agradecido con Dios, pues es quien me brinda cada día la oportunidad de vivir y compartir con las personas que más amo.

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
Resumen	7
Introducción	8
Capítulo I: Problema	9
1.1. Planteamiento del Problema	9
1.2. Formulación del problema	10
1.3. Objetivo: General y Específicos	10
1.4. Justificación	11
Capítulo II: Marco Teórico	13
2.1. Antecedentes del estudio	13
□ Antecedente local	13
□ Antecedente nacional	13
□ Antecedente internacional	14
2.2. Bases Teóricas	15
2.2.1. Campaña de sensibilización	15
2.2.2. Uso racional del agua	19
2.3. Definición de términos	23
2.4. Identificación de variables	24
2.5. Definición Operativa de Variables e indicadores	24
Capítulo III: Metodología de la Investigación	26
3.1. Ámbito de estudio	26
3.2. Tipo de investigación	26
3.3. Nivel de investigación	26

3.4.	Método de investigación	26
3.5.	Diseño de investigación.....	26
3.6.	Población, muestra y muestreo	26
3.7.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	27
3.8.	Procedimiento de Recolección de Datos.....	28
3.9.	Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos	28
Capítulo IV: Resultados.....		29
4.1.	Resultados.....	29
4.2.	Diagnostico.....	34
4.3.	Propuesta	36
Conclusiones		44
Recomendaciones.....		46
Referencias Bibliográfica		47
Anexo 01. Matriz de Consistencia		49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables	24
Tabla 2 Dimensión 1. Información	29
Tabla 3 Dimensión 2. Conocimiento específico	30
Tabla 4 Dimensión 3. Consumo de agua.....	31
Tabla 5 Dimensión 4. Valoración ambiental	32
Tabla 6 Dimensión 5. La percepción de la gravedad ambiental	33
Tabla 7 Diagnostico por dimensiones.....	34
Tabla 8 Diagnostico general	35

Resumen

La presente investigación tiene el objetivo general de proponer la implementación de una campaña de sensibilización del uso racional del agua en la ciudad de Tacna, 2020.

Metodológicamente la investigación se definió de tipo aplicada, se nivel explicativo, de diseño no experimental transversal y obedece a un método cualitativo, la población está constituida por 78000 usuarios activos de la ciudad de Tacna, con un margen de error del 5% se determinó una muestra de 383 usuarios pertenecientes a la zona de intervención, Junta vecinal Augusto B. Leguía, Junta vecinal Pueblo Libre, Junta vecinal Para chico, Junta vecinal Mariscal Cáceres, Junta vecinal el progreso y la Junta vecinal los Nardos.

De acuerdo a los resultados de la investigación se conoció que los usuarios de las zonas de intervención de la ciudad de Tacna refieren en un 42,3% un nivel regular de importancia respecto al uso racional de agua, por otro lado, un 37,6% refiere un alto nivel de importancia respecto al uso racional del agua, finalmente solo un 20,1% refiere un bajo nivel de importancia respecto al uso racional del agua, es decir la población de Tacna conoce la problemática en la ciudad de Tacna, sin embargo, no se involucra ni actúa apropiadamente para cuidar este recurso, por ello desperdicia litros de agua significativos en sus actividades diarias.

Por ello se realizó la propuesta de una campaña de sensibilización del uso racional del agua que busca generar un impacto positivo en la población, específicamente en pueblos jóvenes y colegios pertenecientes a la zona de intervención, dicha campaña se dividió en 6 etapas.

- Etapa 01 - Convocatoria e inscripción de voluntarios
- Etapa 02: Inicio de campaña de sensibilización
- Etapa 03: Proceso de capacitación de grupos de trabajo
- Etapa 04: Colegios responsables
- Etapa 05: Hogares responsables
- Etapa 06: Cierre de campaña

Introducción

La presente investigación se desarrolló siguiendo los lineamientos del método científico y la estructura de investigación establecida por la Facultad de Ciencias Empresariales y Educación de la Universidad Alas Peruanas para optar por el título de Administrador de empresas , la investigación presenta cuatro capítulos:

Capítulo I; titulado problema, el cual presenta el planteamiento del problema, el planteamiento de objetivos y la justificación de la investigación, realizada desde un enfoque teórico, metodológico y práctico.

Capítulo II; titulado marco teórico, el cual presenta los antecedentes de la investigación, así como las bases teóricas que guían el desarrollo de la presente investigación, finalmente se presenta la operacionalización de variables.

Capítulo III; denominado metodología de la investigación; el cual presenta el ámbito de estudio, tipo, diseño y nivel de investigación, así como la población y muestra de estudio, finalmente se establecen las técnicas e instrumentos de investigación.

Capítulo IV; titulado resultados, el cual presenta los resultados de la aplicación del cuestionario, así como el diagnóstico y la propuesta de implementación de una campaña de sensibilización del uso racional del agua.

finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Capítulo I: Problema

1.1. Planteamiento del Problema

A nivel mundial el agua es un recurso necesario e importante para la existencia de la vida, y su importancia se ha hecho notoria en la última década, en la cual investigadores de todo el mundo han realizado esfuerzos físicos, intelectuales y económicos con el objetivo de racionalizar el consumo del recurso hídrico.

Los porcentajes de población evidencian un incremento, conformando nuevas áreas urbanas con una creciente demanda de alimentos y recurso hídrico (agua). La Organización de las Naciones Unidas expresa que la población a nivel mundial se aproxima a los 7 000 millones de personas y muestra una tendencia de crecimiento, pese a ello, el agua dulce apta para el consumo humano solo está representado por menos del 3%, por lo que se denota una alarmante necesidad de racionalizar el uso del agua.

Tacna, geográficamente se encuentra en una zona árida y evidencia una escasez de recurso hídrico, importante para su desarrollo. En la actualidad el agua proviene de las zonas altoandinas de la región y es trasladada hasta la ciudad, mostrando problemas técnicos y económicos debido al crecimiento poblacional representado por un 4.5% que muestra la región a comparación de regiones colindantes, provocados por la migración.

Esta problemática se acrecienta con el uso irracional del recurso hídrico por parte del sector agropecuario y la población, en el sector agropecuarios el riego de las zonas agrícolas se siguen realizando bajo el sistema de riego por gravedad, que genera la pérdida del 30% del recurso hídrico por infiltración o evaporación, por su parte según informe de la Empresa Prestadora de Servicios (EPS Tacna), aproximadamente un 10% del recurso hídrico destinada a la población se pierde por deficiencias en las redes de distribución, deficientes instalaciones en viviendas y los malos hábitos de consumo racional de agua por parte de la ciudadanía.

La implementación de una campaña de sensibilización del uso racional de agua en la ciudad de Tacna, tiene como objetivo final la reducción de las pérdidas de agua y el mejoramiento de la gestión técnica y comercial de las Entidades Prestadoras de Servicios Públicos.

Una de las medidas, se refiere a la ejecución de una campaña de sensibilización en el uso racional del agua, para lograr que la población de Tacna apoye la ejecución de la campaña, principalmente en lo que se refiere a las tareas de instalación de concientización, catastro de usuarios, detección de conexiones clandestinas y pago puntual de las facturas en especial en la zona piloto de intervención (ZPI) donde se trabajara intensamente.

1.2. Formulación del problema

a) Problema general

¿Es viable la implementación de una campaña de sensibilización del uso racional del agua en la ciudad de Tacna, 2020?

b) Problemas específicos

- ¿Cuáles son las causas del uso irracional del agua en la ciudad de Tacna, 2020?
- ¿Como se puede impulsar el uso racional del agua en la ciudad de Tacna?
- ¿Como se puede evaluar y controla el desarrollo de una campaña de sensibilización del uso racional del agua en la ciudad de Tacna, 2020?

1.3. Objetivo: General y Específicos

a) Objetivo general

Proponer la implementación de una campaña de sensibilización del uso racional del agua en la ciudad de Tacna, 2020.

b) Objetivos específicos

- Identificar las causas que provocan el uso irracional del agua en la ciudad de Tacna, 2020.
- Proponer estrategias enfocadas en el uso racional de agua en la ciudad de Tacna, 2020.
- Proponer métodos de evaluación y control de una campaña de sensibilización del uso racional de agua en la ciudad de Tacna, 2020.

1.4. Justificación

La presente investigación se justifica de tres maneras, de forma teórica, metodológica y práctica.

- **Justificación teórica**

Teóricamente el estudio respeta el reglamento establecido por la Empresa Prestadora de Servicios (EPS), la ley del recurso hídrico y toma en referencia estudios y reportes hídricos realizados por proyecto especial Tacna, entre otros informes e investigación asociados al recurso hídrico en la región de Tacna.

Del mismo modo el estudio aportara información y datos útiles para el desarrollo de nuevos proyectos e investigaciones de la misma línea de investigación.

- **Justificación metodológica**

De manera metodológica el estudio hará uso de técnicas e instrumentos (cuestionario) orientados a conocer el nivel de satisfacción de los usuarios respecto a las charlas informativas e impacto de los productos desarrollados en el proyecto, de igual manera se aplicará un cuestionario en las zonas de intervención, con la finalidad de conocer problemas de fuga, entre otros aspectos en cada domicilio.

- **Justificación práctica**

De manera practica la implementación de una campaña de sensibilización de uso racional del agua permitirá sensibilizar e informar a la población, así como

empoderar a los líderes de cada comunidad respecto al uso racional del agua, valoración y modo correcto de uso en sus actividades cotidianas, así como la importancia y mantenimiento del micro medidor de agua, con el objetivo del mantenimiento del recurso hídrico para su sostenibilidad y calidad de vida.

Capítulo II: Marco Teórico

2.1. Antecedentes del estudio

Los antecedentes expuestos se clasificaron según el ámbito geográfico, considerando: local, nacional e internacional.

▪ Antecedente local

Según (Limache Sandoval, 2015), quien realizó una investigación denominada “Relación entre las variables de influencia y variables de resultado del consumidor de agua potable en la ciudad de Tacna – 2014” la cual tuvo como objetivo principal, entender el nivel de relación que existe entre las variables de influencia y las variables de resultado del consumidor de agua potable en la ciudad de Tacna.

Para ello, se optó por realizar un estudio básico, de nivel explicativo de corte transversal, no experimental, haciendo levantamiento de información de la observación directa, teniendo como referente a los pobladores de la ciudad de Tacna.

Es así que, a través de la investigación realizada, se pudo inferir que, las variables biológicas, geográficas, sociales y económicas se encuentran correlacionadas con la ingesta de el recurso hídrico.

▪ Antecedente nacional

De acuerdo con (Gonzales Veintimilla, 2016) quien realizó una investigación denominada “Propuesta de optimización del uso del agua potable en la I.E. 80824 “José Carlos Mariátegui” El porvenir - Trujillo 2014” la cual tuvo como objetivo

principal, optimización del agua potable de la I.E.N°80824"Jose Carlos Mariátegui" para ello, el estudio, se dividió en dos etapas, la concientización realizada a la población, para realizar un uso racional del agua, y por otro lado, se propuso, desarrollar un modelo que incentive el reciclaje en la institución educativa.

Para ello, se consideró la utilización de una investigación cuasiexperimental, ya que, manejan las variables para entender el efecto y relación que estas poseen, es así que, la muestra en la que aplicó, se encontró conformada por 333 estudiantes.

Finalmente, la investigación pudo determinar las actitudes de los estudiantes con relación a la optimización de agua potable, y de la misma forma, se entendió el comportamiento de los estudiantes con relación al reciclaje responsable.

- **Antecedente internacional**

Según (Torres Hernández, 2014) quien efectuó una investigación, nombrada "Propuesta de campaña social para el ahorro de agua en el D.F." la cual tuvo como objetivo principal, desarrollar el equilibrio en las cuencas y acuíferos sobreexplotados.

Para ello, se optó por desarrollar una investigación de tipo experimental, analítico, sintético, histórico y lógico, para ello, se realizó un cuestionario que fue aplicado a la muestra de interés.

Teniendo como resultado, una campaña de concientización efectiva, que trajo con ella, los resultados esperados, puesto que, se cumplió con los objetivos propuestos y se alcanzó a la población esperada.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Campaña de sensibilización

2.2.1.1. Definición

De acuerdo con (CODESPA, 2012) la sensibilización, es una herramienta útil para la conversión de las percepciones y se transmite de diferentes maneras, ya sea, por un discurso, una campaña, etc. Sin embargo, todo ello se realiza bajo un solo propósito, combatir, los prejuicios, estereotipos y otras realidades, que busquen lo mismo, el cambio.

Según (Valenti, 2019), una campaña de sensibilización tiene como propósito, crear conciencia sobre un tema en específico, de modo tal que, el ambiente se adecue al cambio y la posibilidad de poder lograrlo, por ello, una campaña pretende incentivar a la comunidad, para que contribuya y sea parte del cambio.

Por otro lado, (Santos, 2019) se refiere a la sensibilización como la creación de conciencia de una persona y llevarlo a la reflexión acerca de la realidad, de tal manera que, se pueda tocar los sentimientos e incentivar el cambio.

2.2.1.2. Cómo estructurar una campaña

De acuerdo con (Valenti, 2019), propone un modelo para la elaboración de una campaña de sensibilización y considera importante los siguientes puntos, para el despliegue adecuado de los recursos.

- **Análisis**

Cuando se inicia una campaña, se debe realizar un análisis de la situación, así como, se deben determinar los propósitos que tendrá, el

impacto que causará y mediante que sentimientos, buscará llegar a su público objetivo.

Contexto del problema

En este punto, se realiza el levantamiento de información a grandes rasgos, con el propósito de obtener conocimiento acerca del grupo meta, de modo tal que, pueda ser traducido en datos estadísticos.

Grupos asesores

Cada campaña que inicia, es útil para generar grupos de interés, esto con el fin de, acoplarlos a la agrupación meta, y de forma indirecta aporte información a la campaña principal.

Encuestas

Se consideran indispensables en una campaña, ya que, disponen datos numéricos acerca de los resultados, disponiendo información para tabularla y compararla.

Grupo de debate

Se toma en consideración, la agrupación de 8 a 10 integrantes, para obtener una opinión diversificada acerca de los elementos que serán utilizados durante la campaña.

- **Grupos meta**

Cada método de comunicación utilizado o presentado posteriormente durante la campaña, se compone bajo un solo eje, la audiencia.

Y el resultado de esta, depende de la gestión adecuada que se les haya dado a los grupos meta, por ello, se deben considerar los siguientes puntos.

Perfil de la audiencia meta

El levantamiento de información hecho anteriormente, permite la creación de un prototipo de persona, el cual se denominará en adelante como audiencia meta, puesto que, cuenta con características similares entre la mayoría de la población.

Bajo este perfil se elaborarán las diferentes propuestas para la campaña, de este modo, la recepción del mensaje, que se desea transmitir es presentado de mejor manera.

Identificar la motivación del grupo meta

Comprender las aspiraciones, así como necesidades del grupo meta, son importantes para formular bajo ese concepto los objetivos, puesto que, la creación de la campaña estará creado pensado en ellos directamente.

Influencias externas

Para entender al grupo meta, se debe tener consideración los factores externos, con los cuales se relaciona diariamente y que lo lleven a tener un estilo de vida.

De acuerdo a los antes mencionado, se puede tomar en cuenta, la clase social en la cual se desenvuelve, la cultura que lo rodea, las creencias en las cuales sigue, así como las costumbres que tiene.

Estos factores externos, indirectamente nos hablan acerca de nuestro grupo de interés y se puede suponer acerca del comportamiento que tiene el individuo.

Influencia y grupos meta indirectos

Luego de haber determinado el comportamiento del grupo meta, la campaña se ve expuesta a otros agentes externos, que también influyen sobre nuestros principales interesados.

Estos son allegados a la persona principal, ya sean, familiares, amigos, etc. Que opinan acerca de la campaña y generan impacto en el grupo de interés, por tanto, esto puede ser favorable para el proyecto o ser desastroso.

Es por ello que, el moderador del proyecto, debe anteponerse ante mencionadas situaciones y conocer la red de contactos con las cuales se relaciona, nuestro principal interesado.

- **Definiendo los objetivos**

Es importante que, para el cumplimiento de los objetivos se considere la precisión, para entender claramente que se desea lograr, así como, deben ser medibles, de modo tal que, sean cuantificables, esto con el fin de medir el progreso y mantener un ritmo de progreso.

Por otro lado, deben ser también realistas, puesto que, no deben exceder el límite de realidad y llegar a los objetivos inalcanzables, en adición a ello, también deben ser relevante para la campaña, es decir, que aporten al desarrollo de cada uno de los pasos.

Finalmente, un objetivo debe estar controlado por tiempos, fechas, etc. Que lo ayuden a establecerse y así priorizar el nivel de importancia que requiere cada uno de los pasos precisados.

- **Los mensajes de la campaña**

Este es pues, quizá el punto más importante de la campaña, ya que, cada paso fue pensado con el objetivo de transmitir un mensaje a la audiencia y en este punto, se establecerá lo que se desea hacer llegar.

Elementos de comunicación

Los elementos que se utilizan para comunicar un mensaje, son variados, ya que, puede utilizarse el lenguaje verbal, corporal, no verbal, etc.

Sin embargo, en cada uno, se debe tener especial interés por desarrollar una estrategia, puesto que, lo que se transmite se evidencia desde la voz, los gestos, emociones.

Por otro lado, la comunicación realizada en una campaña, es través de banners, spots de televisión, radiales, y demás herramientas que deben estar planificadas minuciosamente, ya que, este es el producto de toda la preparación realizada anteriormente.

Redes sociales

El proyecto debe ejecutarse en medios offline, así como online, para alcanzar un mayor radio de participación, para ello, se debe considerar la creación de una plataforma virtual, que se ajuste a los objetivos de la campaña y de esta manera, establecer el mensaje y transmitirlo.

2.2.2. Uso racional del agua

Según (Universidad de Buenos aires, s.f.), el uso racional del agua se refiere a la gestión del recurso hídrico, así como, el control que se lleva con relación a este, puesto que, se trata de un recurso no renovable y por ello, se deben implementar procesos que eviten su degradación.

Por otro lado, (Morón Orozco, 2010) precisa que, durante los últimos años, se ha evidenciado una recesión en los recursos naturales, producto del uso irracional de los recursos, así como la carencia de cuidado y responsabilidad social hacia la naturaleza, por ello, se considera importante, establecer parámetros para incentivar el uso racional de este recurso tan importante.

De acuerdo con (La república, 2019) la escasez del agua es inminente, puesto que, de la totalidad existente de este recurso hídrico, solo el 3% es agua dulce, de los cuales 2% se encuentra en estado sólido, mientras que solo el 1% está en estado líquido.

- **El agua**

De acuerdo con Contreras et al (2008), el agua es un líquido que carece de color propio, sin aroma y se encuentra compuesto por átomos de hidrógeno, así como de oxígeno (H₂O).

- **Disponibilidad de agua**

De acuerdo (ANA, s.f.) a nivel de país, Perú es un país privilegiado con este recurso hídrico, puesto que cuenta con 1,89% de disponibilidad de agua, es por ello que, se debería iniciar el uso racional del agua, para preservarla durante el tiempo.

Perú cuenta con, cerca de 2 billones de metros de agua, sin embargo, el 66% de nuestra población, solo tiene acceso al 2,2% debido a la mala gestión realizada por las autoridades.

Continuando, sobre nuestra geografía hidrográfica, se entendió que, existen cerca de 159 cuencas dentro de nuestro territorio, por ello, la entidad competente, viene gestionando mencionados recursos para beneficio del país.

- **Fuentes de agua**

De acuerdo con (Matamorros Huamán & Toro Eslava, 2017) se denomina una fuente de agua, al lugar donde brote una corriente de este recurso hídrico, que puede encontrarse en una corriente natural, del suelo, rocas, etc.

Tipos de fuentes

Se pueden diferenciar, tres principales fuentes de aprovisionamiento de agua, entre ellas tenemos, a las aguas subterráneas que provienen de pozos, manantiales nacientes y demás.

Por otro lado, tenemos a las más conocidas, las aguas visibles, las que se encuentran en lagos, canales, ríos, etc. Finalmente, las pluviales, que son provenientes aquellas, de la lluvia.

Calidad de agua en la fuente

La calidad del agua puede ser evaluada por la fuente de aprovisionamiento, puesto que, como es sabido el agua muestra impurezas en su forma natural, por ello, se debe realizar un proceso de purificación, para eliminar las bacterias.

Cuando el agua ha sido sometida a un proceso de limpieza, puede denominarse agua potable y se considera apta para el consumo humano, y esto porque ha cumplido con los requisitos básicos de calidad.

Es decir, está libre de microorganismos, que podrían ocasionar enfermedades, así como también, se puede deducir, que no tiene compuestos nocivos para la salud y, por tanto, tiene una coloración y olor insípido, aceptable para la ingesta.

- **Contaminantes del agua**

Por otro lado, (Matamorros Huamán & Toro Eslava, 2017) nos explica que, la contaminación del agua, puede ser ocasionada por diversos factores, por ello, considero agruparlos, en formas puntuales y en formas no puntuales.

Formas puntuales

Las descargas diariamente de desagüe, así como de las grandes industrias en masas enormes de agua, contaminan de gran forma al recurso hídrico, y lo vuelve en muchos casos, inutilizable por el nivel de contaminación que se le da.

Formas no puntuales

En este sentido, se refiere a la contaminación no intencional, puesto que los factores que lo alteran, no pueden ser controlados, como la lluvia, o los desastres naturales, que alguna vez provocan deslizamientos y contaminan involuntariamente el agua.

2.3. Definición de términos

- **Uso racional**
Se denomina así al uso responsable de algún recurso.
- **Campaña**
Conjunto de trabajos, realizados durante un periodo estimado de tiempo, bajo un propósito.
- **Sensibilización**
Proceso creado con el fin de crear conciencia en una población determinada.
- **Aprovisionamiento**
Abastecimiento de algún bien, producto, recurso, etc.
- **Agentes externos**
Factores no manipulables pero que inciden sobre la variable de estudio.

2.4. Identificación de variables

- Campaña de sensibilización

Según (Valenti, 2019), una campaña de sensibilización tiene como propósito, crear conciencia sobre un tema en específico, de modo tal que, el ambiente se adecue al cambio y la posibilidad de poder lograrlo, por ello, una campaña pretende incentivar a la comunidad, para que contribuya y sea parte del cambio.

- Uso racional del agua

Según (Universidad de Buenos aires, s.f.), el uso racional del agua se refiere a la gestión del recurso hídrico, así como, el control que se lleva con relación a este, puesto que, se trata de un recurso no renovable y por ello, se deben implementar procesos que eviten su degradación.

2.5. Definición Operativa de Variables e indicadores

Tabla 1.
Operacionalización de variables

Variable	Conceptualización	Indicadores	Escala
Campaña de sensibilización	Según (Valenti, 2019), una campaña de sensibilización tiene como propósito, crear conciencia sobre un tema en específico, de modo tal que, el ambiente se adecue al cambio y la posibilidad de poder lograrlo, por ello, una campaña pretende incentivar a la comunidad, para que contribuya y sea parte del cambio.	<ul style="list-style-type: none">○ Impacto social○ Concientización○ Medidas de acción	Nominal

<p>Uso racional del agua</p>	<p>Según (Universidad de Buenos Aires, s.f.), el uso racional del agua se refiere a la gestión del recurso hídrico, así como, el control que se lleva con relación a este, puesto que, se trata de un recurso no renovable y por ello, se deben implementar procesos que eviten su degradación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Información ○ Conocimiento específico ○ Consumo de agua ○ Valoración ambiental ○ La percepción de la gravedad ambiental 	<p>Ordinal</p>
------------------------------	---	---	----------------

Capítulo III: Metodología de la Investigación

3.1. **Ámbito de estudio**

La intervención comprende a la localidad de Tacna, políticamente es un conglomerado conformado por 5 distritos.

3.2. **Tipo de investigación**

El estudio se define de tipo aplicada.

De acuerdo con (Vara Horna, 2008), una investigación aplicada busca resolver una problemática.

3.3. **Nivel de investigación**

Explicativo

3.4. **Método de investigación**

El presente estudio hará uso del método cualitativo.

3.5. **Diseño de investigación**

Se define de diseño no experimental, de corte transversal.

De acuerdo con (Sampieri, 2011), no experimental, debido a que no se realizará manipulación ni alteración de las variables intervinientes en el estudio; transversal, puesto la información será recopilada en un momento, espacio y tiempo determinado por el investigador.

3.6. **Población, muestra y muestreo**

▪ **Población**

La población esta constituida por 78000 usuarios activos en la ciudad de Tacna.

- **Muestra**

La muestra es representada por 383 usuarios pertenecientes a la zona de intervención, Junta vecinal Augusto B. Leguía, Junta vecinal Pueblo Libre, Junta vecinal Para chico, Junta vecinal Mariscal Cáceres, Junta vecinal el progreso y la Junta vecinal los Nardos.

Para determinar la muestra se hizo uso de la siguiente operación:

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

Donde:

$$N = 78\,000$$

$$Z = 1.96$$

$$P = 0.5$$

$$q = 0.5$$

$$E = 5\% = 0.05$$

Por lo tanto:

$$n = \frac{78\,000 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{((78\,000 - 1) \times 0.05^2) + ((1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5)}$$

$$n = 383$$

3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

- **Técnica**

Encuesta

- **Instrumento**

Cuestionario

3.8. Procedimiento de Recolección de Datos

Para realizar las pruebas de fiabilidad se los instrumentos aplicados se hará usos del coeficiente de alfa de Cronbach, el cual será evaluado y aprobado por expertos en la materia.

Los instrumentos serán aplicados en la zona de intervención piloto, especificada en la muestra.

Posteriormente la información recopilada será procesada haciendo uso del software estadístico IBM SPSS 25.

Finalmente, los resultados obtenidos serán representados en tablas y gráficos de frecuencia.

3.9. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

Para analizar y procesar la información de manera asertiva se realizará el diseño de matrices de sistematización para la clasificación de la información obtenida.

Para realizar un análisis y procesamiento de la data recopilada por medio de la aplicación de instrumentos, se hará uso de matrices de sistematización para clasificar la data recopilada.

De igual manera las matrices realizadas permitirán realizar una codificación del instrumento, importante para la tabulación y procesamiento de información.

De igual manera se hará uso de estadística descriptiva y se presentará la información en forma de gráficos de frecuencia para su mejor entendimiento e interpretación.

Para el procesamiento se utilizará el software SPSS-IBM 25.

Capítulo IV: Resultados

4.1. Resultados

– Dimensión 1. Información

Tabla 2

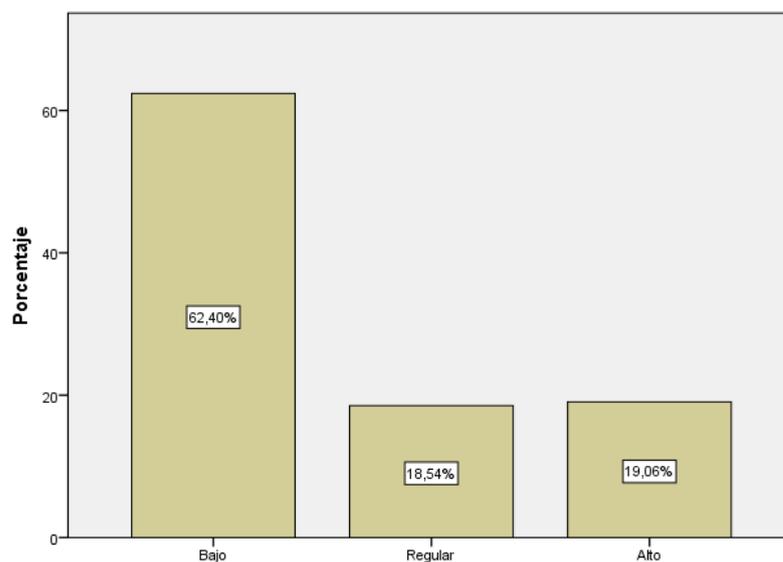
Dimensión 1. Información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	239	62,4	62,4	62,4
	Regular	71	18,5	18,5	80,9
	Alto	73	19,1	19,1	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Nota. Elaborado en SPSS de acuerdo a los resultados de la encuesta

Figura 1

Dimensión 1. Información



Nota. Elaborado en SPSS de acuerdo a los resultados de la encuesta

Interpretación: De acuerdo con la información de la tabla 2, los usuarios de las zonas de intervención de la ciudad de Tacna refieren en un 62,4% un bajo nivel de información, por otro lado, un 19,06% presenta un nivel alto de información y un 18,54% refirió un nivel regular de información.

– **Dimensión 2. Conocimiento específico**

Tabla 3

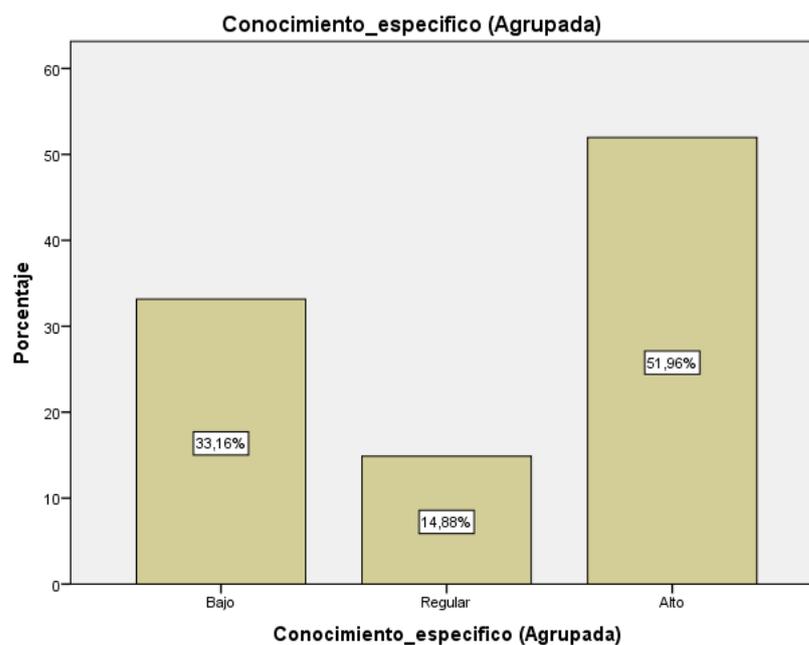
Dimensión 2. Conocimiento específico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	127	33,2	33,2	33,2
	Regular	57	14,9	14,9	48,0
	Alto	199	52,0	52,0	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Nota. Elaborado en SPSS de acuerdo a los resultados de la encuesta

Figura 2

Dimensión 2. Conocimiento específico



Nota. Elaborado en SPSS de acuerdo a los resultados de la encuesta

Interpretación: De acuerdo con la información de la tabla 3, los usuarios de las zonas de intervención de la ciudad de Tacna refieren en un 51,96% un alto nivel de conocimiento específico, por otro lado, un 33,16% refiere un bajo nivel de conocimiento específico, finalmente un 14,88% refirió un nivel regular de conocimiento específico.

– **Dimensión 3. Consumo de agua**

Tabla 4

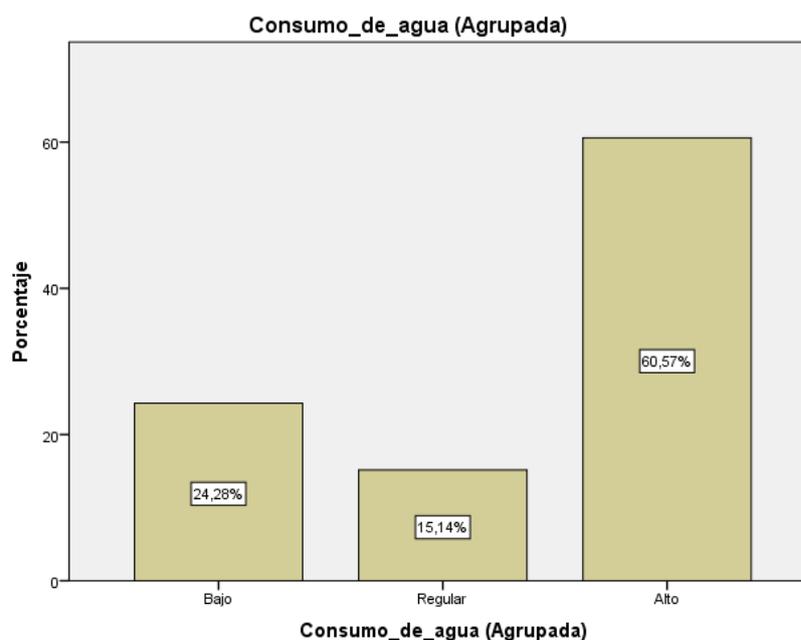
Dimensión 3. Consumo de agua

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	93	24,3	24,3	24,3
	Regular	58	15,1	15,1	39,4
	Alto	232	60,6	60,6	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Nota. Elaborado en SPSS de acuerdo a los resultados de la encuesta

Figura 3

Dimensión 3. Consumo de agua



Nota. Elaborado en SPSS de acuerdo a los resultados de la encuesta

Interpretación: De acuerdo con la información de la tabla 4, los usuarios de las zonas de intervención de la ciudad de Tacna refieren en un 60,57% refiere un nivel alto de responsabilidad de consumo de agua, por otro lado, un 24,28% refirió un bajo nivel de responsabilidad de consumo de agua, finalmente un 15,14% refirió un nivel regular de responsabilidad de consumo de agua.

– **Dimensión 4. Valoración ambiental**

Tabla 5

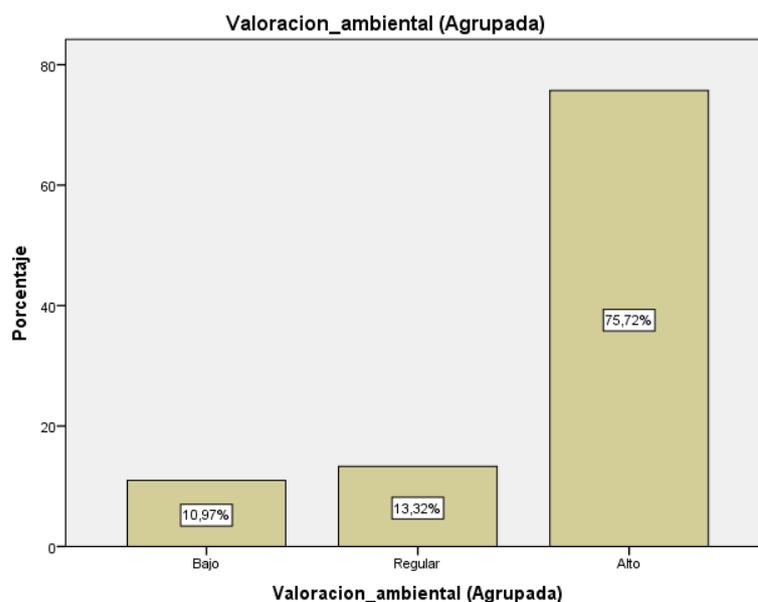
Dimensión 4. Valoración ambiental

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	42	11,0	11,0	11,0
	Regular	51	13,3	13,3	24,3
	Alto	290	75,7	75,7	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Nota. Elaborado en SPSS de acuerdo a los resultados de la encuesta

Figura 4

Dimensión 4. Valoración ambiental



Nota. Elaborado en SPSS de acuerdo a los resultados de la encuesta

Interpretación: De acuerdo con la información de la tabla 5, los usuarios de las zonas de intervención de la ciudad de Tacna refieren en un 75,72% un alto nivel de valoración ambiental, por otro lado, un 13,32% refiere un nivel regular de valoración ambiental, finalmente un 10,97% refiere un bajo nivel de valoración ambiental.

– **Dimensión 5. La percepción de la gravedad ambiental**

Tabla 6

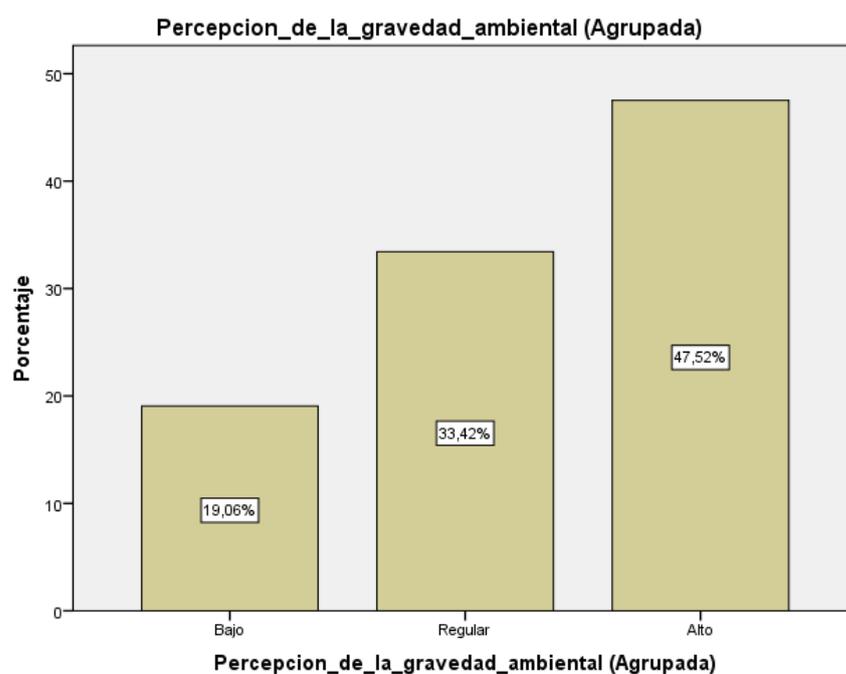
Dimensión 5. La percepción de la gravedad ambiental

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	73	19,1	19,1	19,1
	Regular	128	33,4	33,4	52,5
	Alto	182	47,5	47,5	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Nota. Elaborado en SPSS de acuerdo a los resultados de la encuesta

Figura 5

Dimensión 5. La percepción de la gravedad ambiental



Nota. Elaborado en SPSS de acuerdo a los resultados de la encuesta

Interpretación: De acuerdo con la información de la tabla 6, los usuarios de las zonas de intervención de la ciudad de Tacna refieren en un 47,52% un alto nivel de percepción de la gravedad ambiental, por otro lado, un 33,42% refiere un nivel regular de percepción de la gravedad ambiental, finalmente un 19,06% refiere un bajo nivel de percepción de la gravedad ambiental.

4.2. Diagnostico

Tabla 7

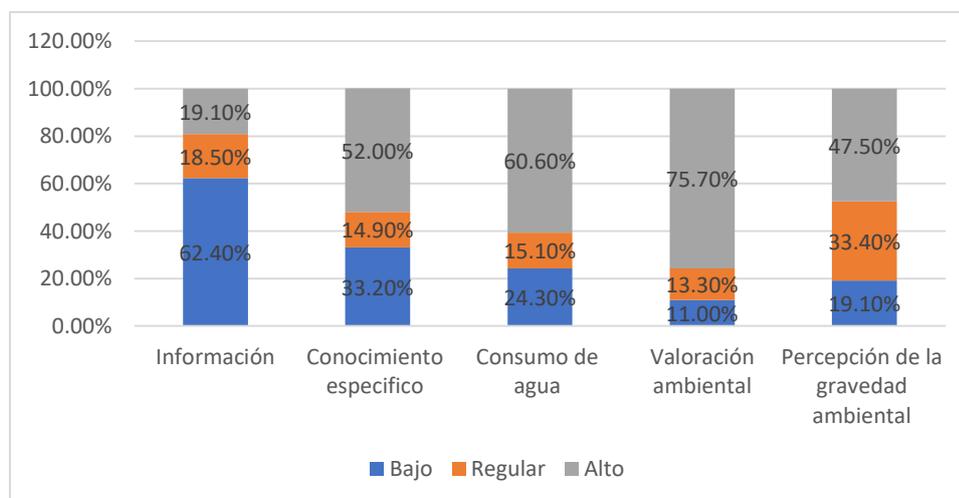
Diagnostico por dimensiones

	Bajo % del N de fila	Regular % del N de fila	Alto % del N de fila
Información (Agrupada)	62,4%	18,5%	19,1%
Conocimiento específico (Agrupada)	33,2%	14,9%	52,0%
Consumo de agua (Agrupada)	24,3%	15,1%	60,6%
Valoración ambiental (Agrupada)	11,0%	13,3%	75,7%
Percepción de la gravedad ambiental (Agrupada)	19,1%	33,4%	47,5%

Nota. Elaborado en SPSS de acuerdo a los resultados de la encuesta

Figura 6

Diagnostico por dimensiones



Nota. Elaborado en SPSS de acuerdo a los resultados de la encuesta

Interpretación: De acuerdo con la información de la tabla 7 los usuarios de las zonas de intervención de la ciudad de Tacna refieren en un 62,4% un bajo nivel de información, un 52% refiere un alto nivel de conocimiento específico acerca del uso racional de agua, un 60,6% refiere un alto nivel de responsabilidad en relación al consumo del agua, un 75,7% refiere un alto nivel de valoración ambiental, finalmente un 47,5% refiere un alto nivel de

percepción de la gravedad ambiental que implica la poca importancia que le atribuye la población al uso racional del agua.

Tabla 8

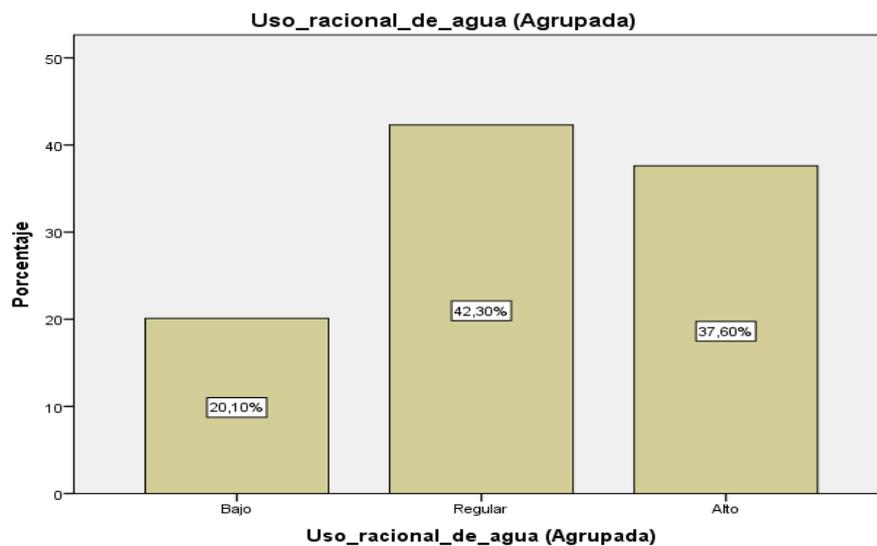
Diagnostico general

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	77	20,1	20,1	20,1
	Regular	162	42,3	42,3	62,4
	Alto	144	37,6	37,6	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Nota. Elaborado en SPSS de acuerdo a los resultados de la encuesta

Figura 7

Diagnostico general



Nota. Elaborado en SPSS de acuerdo a los resultados de la encuesta

Interpretación: De acuerdo con la información de la tabla 9 los usuarios de las zonas de intervención de la ciudad de Tacna refieren en un 42,3% un nivel regular de importancia respecto al uso racional de agua, por otro lado, un 37,6% refiere un alto nivel de importancia respecto al uso racional del agua, finalmente solo un 20,1% refiere un bajo nivel de importancia respecto al uso racional del agua.

4.3. Propuesta

4.3.1. Título

Campaña de sensibilización del uso racional del agua en la ciudad de Tacna.

4.3.2. Justificación

De acuerdo a investigaciones realizadas por el Grupo de Análisis para el Desarrollo (Grade) se concluyó que el problema de escasez del recurso hídrico en la región de Tacna es producto del cambio climático, situación que obedece a una tendencia de incremento de temperaturas y reducción de las precipitaciones en los puntos más elevados de la región.

De acuerdo a información del último censo nacional, la región de Tacna registra una población de 286 240 habitantes, población principalmente concentrada en la provincia de Tacna, por ello, de continuar esta situación en un futuro cercano se podrían presentar serios problemas de escasez de agua debido al cambio climático, lo cual impactaría duramente en población, dado que el agua es un recurso indispensable para la vida.

Por lo tanto, de acuerdo a un análisis de información y a los resultados obtenidos en la encuesta, se infiere que la población de Tacna conoce la problemática en la ciudad de Tacna, sin embargo, no se involucra ni actúa apropiadamente para cuidar este recurso, por ello desperdicia litros de agua significativos en sus actividades diarias, de esta manera se determina importante la necesidad de concientizar a la población y establecer estrategias para impulsar el cuidado del agua en la región de Tacna.

4.3.3. Objetivos de la propuesta

a) Objetivo general

Implementar una campaña de sensibilización del uso racional del agua en la ciudad de Tacna.

b) Objetivos específicos

- Informar y concientizar a la población de Tacna acerca de correcto uso del agua.
- Contribuir a través de actividades de sensibilización, información, promoción, educación y movilización; a conseguir el apoyo y participación responsable de los usuarios de la ciudad de Tacna.

4.3.4. Target

Usuarios pertenecientes a la zona de intervención, Junta vecinal Augusto B. Leguía, Junta vecinal Pueblo Libre, Junta vecinal Para chico, Junta vecinal Mariscal Cáceres, Junta vecinal el progreso y la Junta vecinal los Nardos.

4.3.5. Alcance

9000 usuarios

4.3.6. Impacto

Sensibilizar, promover y empoderar a la población sobre la importancia del uso racional del agua en la ciudad de Tacna.

4.3.7. Fecha de intervención

Enero, febrero y marzo del 2022.

4.3.8. Finalidad

La finalidad de la campaña es comunicar, es decir dar a conocer a la población información, datos y medidas de acción para cuidar y usar racionalmente el agua.

4.3.9. Tono

El tono comunicativo de la campaña es informativo, por ello las acciones propuestas deben ser claras y de fácil comprensión, para que pueden ser percibidas y recepcionadas por la población.

4.3.10. Concepto de campaña

En la última década, una carencia de cultura de cuidado del agua ha desencadenado la pérdida de significativas cantidades de agua en la región, para contribuir a la solución de esta problemática de escases de recurso hídrico, provocado principalmente por un mal uso de este recurso, se prevé implementar una campaña de sensibilización del uso racional del agua en la ciudad de Tacna, puesto se busca una reacción rápida por parte la población, se optó por una campaña de sensibilización puesto se orienta a cambiar la actitud y el accionar de las personas frente al uso del agua, a su vez su finalidad es comunicativa e informativa.

La propuesta presenta los elementos indispensables para una campaña de sensibilización, por ello el objetivo principal es impulsar una cultura de agua que proyecte un cambio en el comportamiento de la población y la beneficio en un corto y largo plazo, se buscara la participación de entidades influyentes en este rubro como EPS Tacna y la Municipalidad Provincial de Tacna.

4.3.11. Desarrollo de la propuesta

La implementación de una campaña de sensibilización del uso racional del agua se enfoca principalmente en generar un vínculo emocional con la población, dado que en contraste con una campaña comercial que persigue objetivos económicos, una campaña de enfoque social busca una retribución emocional, es decir se proyecta en cambiar la actitud y actuar de la población frente a un problema.

De acuerdo a los objetivo y finalidad de la propuesta se debe tener en consideración dos aspectos importantes para lograr un impacto positivo de la campaña, los cuales se describen a continuación.

- En una primera etapa de la campaña se debe hacer uso de estrategias publicitarias online y offline para despertar el interés de la población, puesto existen un gran número de campañas sociales que no logran captar el interés y terminan siendo ignoradas, lo cual limita y obstaculiza el alcance y cumplimiento de objetivos.
- En una segunda etapa se deben establecer alianzas estratégicas o convenios con universidades e institutos de la región, a fin de impulsar la participación activa de los estudiantes.

Por ello la presente propuesta busca generar un impacto positivo en la población, específicamente la campaña de uso racional de agua se enfocada en pueblos jóvenes y colegios pertenecientes a la zona de intervención, para ello se contará con el siguiente esquema de trabajo:

- Etapa 01 - Convocatoria e inscripción de voluntarios

En una etapa inicial de la campaña se busca la participación de grupos de trabajo, los cuales estarán formados por estudiantes de carreras universitarias como Ing. Ambiental, Administración y Comunicación, los cuales serán capacitados y tendrán la misión de informar, motivar y comunicar a los grupos de interés la importancia del uso racional del agua por medio de acciones innovadoras.

Por medio de un convenio con universidades e institutos de la región como:

- Universidad Privada de Tacna
- Universidad Nacional Jorge Basadre Groohman
- Universidad Alas Peruanas
- Universidad Latinoamérica Cima
- Instituto John Van Neumann

Se presentara un escrito a la dirección académica de cada institución para hacer presente la invitación a los estudiante, a su vez se hará uso de material publicitario como afiches en zonas estrategias de cada institución, se realiza la visita a aulas y se coordinara la realización de una charla informativa para absolver dudas, metodología de trabajo y beneficios para los grupos participantes, a su vez se realizara un campaña digital para motivar la participación y generar interacción en redes sociales.

– **Etapa 02: Inicio de campaña de sensibilización**

Concluida la etapa de inscripción de grupos de trabajo, se realizará una ceremonia conmemorativa para iniciar la campaña de sensibilización y se realizara un juramento simbólico de los grupos de trabajo, los cuales se comprometen a cumplir con los objetivos propuestos.

Dentro de esta ceremonia de lanzamiento se empleará un tiempo para explicar el alcance, los objetivos, las zonas de intervención y la metodología de trabajo aplicada, a su vez se realizará la convocatoria de medios periodísticos locales para ampliar la exposición de la campaña, finalmente se lanzará material audiovisual y fotográfico en redes sociales para cubrir el evento.

Dentro de este evento se tendrá la presencia de autoridades locales, autoridades universitarias, presidentes de juntas vecinales y demás personas involucradas en el proyecto, lo cual le atribuirá un mayor peso a la propuesta.

– **Etapa 03: Proceso de capacitación de grupos de trabajo**

Los grupos de trabajo recibirán tres charlas de capacitación para que logren comprender la problemática abordada y reciban herramientas para poder cumplir con los objetivos propuestos, para la realización de estas capacitaciones se pedirá la participación de profesionales en el rubro, para ello se pedirá el apoyo a EPS y la Municipalidad Provincial de Tacna, este proceso de capacitación se realizara en un lapso de 2 semanas, puesto se debe tener en consideración los horarios de los estudiantes y la disponibilidad de los profesionales.

Los temas abordados en las capacitaciones serán los siguientes:

- El agua en nuestras vidas
- Medidas para un uso racional del agua en la vida diaria.
- Gestión de proyectos e ideas innovadora para el uso racional del agua

El tiempo estimado para cada capacitación es de 2 horas, sin embargo, se contará con una 1 hora de planificación de grupos y 30 minutos de absolución de dudas.

– **Etapa 04: Colegios responsables**

Con esta etapa se da inicio a la ejecución de los planes de acción de cada grupo de trabajo, por medio de la coordinación con la Urgel Tacna se definiría las instituciones educativas de intervención, se considera los niveles de educación inicial, primaria y secundaria.

En un nivel inicial se busca realizara actividades de recreación como teatros temáticos y juego abocados al uso racional del agua.

En un nivel primario se realizarán las mismas actividades, es decir teatros temáticos y juegos abocados al uso racional del agua, sin embargo, se designarán encargados por sección para ser los encargados de avisar la presencia de un problema asociado con el agua en la institución, para poder identificarlos se le entregara un gorro y un pin de "voluntaria del agua".

En un nivel secundaria se realizan charlas informativas y se coordinaran talleres de gasfitería básica, con el fin enseñar a los estudiantes la manera correcta de actuar ante una fuga.

Todo ello será realizado por los grupos de trabajo, los cuales se organizarán y realizan los talleres de acuerdo a su criterio y creatividad siguiendo los lineamientos de la campaña.

– **Etapa 05: Hogares responsables**

La segunda acción se enfocará en los hogares de la zona de intervención, por medio de la coordinación con los presidentes de cada pueblo joven se realizará una charla informativa a cargo de un especialista en el tema, para tener un mayor impacto se hará uso de material audiovisual y folletos que nutran el tema.

Esta charla se enfocará primordialmente a temas de cuidado del agua, costos y escases del agua en la región.

– **Etapa 06: Cierre de campaña**

Con una ceremonia de cierre de campaña de concluirá la campaña con las felicitaciones y premiación a los grupos de trabajo, los cuales de acuerdo a su experiencia en la campaña deben presentar una idea innovadora para cuidar el agua.

Un representante por grupo de trabajo tendrá la responsabilidad de exponer la idea, la cual será expuesta a un jurado conformado por un representante de la EPS y la Municipalidad Provincial de Tacna.

Finalmente se realizará la premiación simbólica a los 3 colegios más responsables y participativos con la campaña, así como se hará entrega de certificado a los integrantes de los grupos de trabajo.

4.3.12. Presupuesto

Campaña de sensibilización				
	Items	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Requerimientos	Gorros para voluntarios del agua	50	S/ 20.00	S/ 1,000.00
	Pines para voluntarios del agua	50	S/ 2.00	S/ 100.00
	Reconocimiento a colegios	3	S/ 180.00	S/ 540.00
	Movilidad de grupos de trabajo	10	S/ 450.00	S/ 4,500.00
	Teatros temáticos	10	S/ 350.00	S/ 3,500.00
	Fotocheck para grupos de trabajo	100	S/ 1.00	S/ 100.00
	Premios	3	S/ 500.00	S/ 1,500.00
	Certificado	100	S/ 3.00	S/ 300.00
	Cuadro selfie	10	S/ 50.00	S/ 500.00
	Refrigerio capacitaciones	100	S/ 5.00	S/ 500.00
Difusión de medios	Elaboración de post redes sociales	30	S/ 20.00	S/ 600.00
	Afiches	50	S/ 7.00	S/ 350.00
	Volantes	1000	S/ 1.20	S/ 1,200.00
	Elaboración de spots audiovisuales	1	S/ 35,000.00	S/ 35,000.00
Merchandising	Libretas	100	S/ 7.00	S/ 700.00
	Lapiceros	1500	S/ 1.20	S/ 1,800.00
	Bolsos	100	S/ 3.50	S/ 350.00
	Pin	100	S/ 2.00	S/ 200.00

Personal	Encargado	1	S/ 3,500.00	S/ 3,500.00
	Supervisor de Campaña	1	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00
	Asistente de campaña	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
Total				S/ 60,240.00

4.3.13. Cronograma de actividades

Etapa	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Etapa 01 - Convocatoria e inscripción de voluntarios	x	x										
Etapa 02: Inicio de campaña de sensibilización			x									
Etapa 03: Proceso de capacitación de grupos de trabajo				x	x							
Etapa 04: Colegios responsables						x	x					
Etapa 05: Hogares responsables								x	x			
Etapa 06: Cierre de campaña										x		

Conclusiones

1. Se propuso la implementación de una campaña de sensibilización del uso racional del agua en la ciudad de Tacna, el cual tiene el objetivo de informar y concientizar a la población de Tacna acerca del correcto uso del agua y contribuir a través de actividades de sensibilización, información y participación responsable de los usuarios de la ciudad de Tacna, se enfoca en usuarios pertenecientes a la zona de intervención, Junta vecinal Augusto B. Leguía, Junta vecinal Pueblo Libre, Junta vecinal Para chico, Junta vecinal Mariscal Cáceres, Junta vecinal el progreso y la Junta vecinal los Nardos, tienen un alcance de 9000 usuarios, la campaña presentara un todo informativo y su finalidad es comunicar.

Por medio de la participación de voluntarios de las principales universidades de la región se busca generar conciencia en instituciones educativas de nivel inicial, primaria y secundaria, así como las zonas de intervención, el proyecto involucra a instituciones como EPS y la Municipalidad Provincial de Tacna.

2. De acuerdo a los resultados de la investigación se conoció que los usuarios de las zonas de intervención de la ciudad de Tacna refieren en un 42,3% un nivel regular de importancia respecto al uso racional de agua, por otro lado, un 37,6% refiere un alto nivel de importancia respecto al uso racional del agua, finalmente solo un 20,1% refiere un bajo nivel de importancia respecto al uso racional del agua, es decir la población de Tacna conoce la problemática en la ciudad de Tacna, sin embargo, no se involucra ni actúa apropiadamente para cuidar este recurso, por ello desperdicia litros de agua significativos en sus actividades diarias.

3. La implementación de una campaña de sensibilización del uso racional del agua se enfoca principalmente en generar un vínculo emocional con la población, dado que en contraste con una campaña comercial que persigue objetivos económicos, una campaña de enfoque social busca una retribución emocional, es decir se proyecta en cambiar la actitud y actuar de la población frente a un problema.

Por ello la presente propuesta busca generar un impacto positivo en la población, específicamente la campaña de uso racional de agua se enfocada en pueblos jóvenes y

colegios pertenecientes a la zona de intervención, para ello se contará con el siguiente esquema de trabajo:

- Etapa 01 - Convocatoria e inscripción de voluntarios
- Etapa 02: Inicio de campaña de sensibilización
- Etapa 03: Proceso de capacitación de grupos de trabajo
- Etapa 04: Colegios responsables
- Etapa 05: Hogares responsables
- Etapa 06: Cierre de campaña

4. La campaña de sensibilización del uso racional de agua buscara la participación y financiamiento de la EPS Tacna y la Municipalidad Provincial de Tacna, dado que demanda de un presupuesto de s/ 60 240, la propuesta se estructura en 6 etapas que se desarrollaran en un tiempo estimado de 10 semanas.

Recomendaciones

1. Teniendo en consideración que el problema de escasez del recurso hídrico es tema de gran implicancia en la región, se sugiere a la EPS Tacna y Municipalidad Provincial de Tacna impulsar campañas de sensibilización y concientización durante todo el año, puesto es un tema de interés en la región.
2. Se sugiere ampliar el grupo de intervención de instituciones educativas, puesto que generar una cultura responsable de cuidado del agua debe ser inculcada desde una etapa inicial.
3. Se sugiere realizar campañas en redes sociales para ampliar el campo de exposición de la campaña y llegar a una mayor cuota de la población.
4. Teniendo en consideración el amplio público objetivo se sugiere a las instituciones responsables realizar campañas de sensibilización segmentadas de acuerdo al público que se van a dirigir, es decir seleccionar estrategias y un tono comunicativo acorde al público, a fin de incrementar el margen de éxito e impacto.

Referencias Bibliográfica

ANA. (s.f.). *El agua en cifras*. Obtenido de <https://www.ana.gob.pe/contenido/el-agua-en-cifras>

CODESPA. (17 de Mayo de 2012). *Introducción a la sensibilización para el desarrollo*. Obtenido de SlideShare: <https://es.slideshare.net/fcodespa/introduccion-a-la-sensibilizacion-jos-crespo>

Contreras , K., Contreras, J., Corti, M., Durán, M., & Escalante, M. (2008). *El agua un recurso para preservar*. Obtenido de <http://www.eventos.ula.ve/ciudadostenible/documentos/pdf/agua.pdf>

Gonzales Veintimilla, F. (2016). *Propuesta de optimización del uso del agua potable en la I.E. 80824 "Jose Carlos Mariategui" El porvenir - Trujillo 2014*. Obtenido de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4186/Tesis%20Doctoral_Aurea%20Angelita%20Rold%C3%A1n%20Santiago.pdf?sequence=1&isAllowed=y

La república. (31 de Octubre de 2019). *Uso racional del agua: 4 razones por las que debemos cuidar este recurso*. Obtenido de <https://larepublica.pe/sociedad/2019/10/31/uso-racional-del-agua-4-razones-por-las-que-debemos-cuidar-este-recurso-medio-ambiente-salud-consorcio-saneamiento-lima-norte-lote-3/>

Limache Sandoval, E. M. (2015). *Relacion entre las variables de influencia y variables de resultado del consumidor de agua potable en la ciudad de Tacna - 2014*. Obtenido de Repositorio UPT: <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/48/1/limache-sandoval-elmer.pdf>

Matamorros Huamán, A., & Toro Eslava, Y. (2017). *Programa educativo "Agua segura" en el conocimiento sobre el consumo de agua en la comunidad de Callqui Chico, Huancavelica - 2017*. Huancavelica.

Morón Orozco, R. (24 de Agosto de 2010). *El uso racional del agua, una prioridad nacional*. Obtenido de <https://www.alainet.org/es/active/40363>

- Sampieri. (2011). *Metodología de investigación*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/metodologiadelainvestigacionb7/capitulo-5-sampieri>
- Santos, J. (9 de Enero de 2019). *Duda resuelta: concientizar y sensibilizar*. Obtenido de <http://udep.edu.pe/castellanoactual/duda-resuelta-concientizar-y-sensibilizar/>
- Torres Hernández, S. J. (2014). *Propuesta de campaña social para el ahorro de agua en el D.F.* Obtenido de http://siar.minam.gob.pe/puno/sites/default/files/archivos/public/docs/tesis_propuesta_campana_social_para_el_ahorro_de_agua.pdf
- Universidad de Buenos aires. (s.f.). *Uso racional y eficiente del agua*. Obtenido de <http://www.derecho.uba.ar/extension/eco-derecho-verde/uso-racional-y-eficiente-del-agua/>
- Valenti, A. (04 de Febrero de 2019). *Manual para la sensibilización y estrategias de motivación*. Obtenido de <https://bymbe.eu/media/bymbe-io2-es.pdf>
- Vara Horna, A. (2008). *7 Pasos para una tesis exitosa*. Lima: Biblioteca UNSMP.

Anexo 01.
Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	Variable e indicadores	Técnicas e instrumento
General	General		
¿Es viable la implementación de una campaña de sensibilización del uso racional del agua en la ciudad de Tacna, 2020?	Proponer la implementación de una campaña de sensibilización del uso racional del agua en la ciudad de Tacna, 2020.	Variable “Campaña de sensibilización”	TECNICA
Específico	Específico		
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las causas del uso irracional del agua en la ciudad de Tacna, 2020? • ¿Como se puede impulsar el uso racional del agua en la ciudad de Tacna? • ¿Como se puede evaluar y controla el desarrollo de una campaña de sensibilización del uso racional del agua en la ciudad de Tacna, 2020? 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las causas que provocan el uso irracional del agua en la ciudad de Tacna, 2020. • Proponer estrategias enfocadas en el uso racional de agua en la ciudad de Tacna, 2020. • Proponer métodos de evaluación y control de una campaña de sensibilización del uso racional de agua en la ciudad de Tacna, 2020. 	Indicadores <ul style="list-style-type: none"> • Impacto social • Concientización • Medidas de acción Variable “Uso racional del agua” Indicadores: <ul style="list-style-type: none"> • Información • Conocimiento específico • Consumo de agua • Valoración ambiental • La percepción de la gravedad ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta INSTRUMENTO <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario POBLACION <ul style="list-style-type: none"> • 78000 usuarios MUESTRA <ul style="list-style-type: none"> • 383 usuarios

Anexo 02. Instrumento

Instrumento Uso Racional del Agua

Estimado(a) participante reciba nuestra gratitud al contar con su disposición en el llenado de este cuestionario. Esperamos su respuesta sincera, pues no hay respuesta correcta ni incorrecta, únicamente buscamos reflejar su opinión.

Su participación es valiosa, y sus opiniones no serán difundidas de manera personal, pues formarán parte del estudio, cuya finalidad es proponer la implementación de una campaña de sensibilización del uso racional del agua en la ciudad de Tacna, 2020. La información que se recoja será confidencial y de carácter académico. El proceso consiste en la aplicación de un breve cuestionario de 20 preguntas, que tendrá una duración aproximada de 10 minutos.

Equipo investigador

Rikcha David Picardo Machaca

Nuevamente, gracias por su participación.

He leído y entiendo el objetivo que tiene el presente estudio, estoy de acuerdo en participar en pleno uso de mis facultades, libre y voluntariamente acepto llenarlo:

SI

NO

Lea cada frase y responda marcando la frecuencia con que ha tenido ese sentimiento de acuerdo a la escala siguiente Por lo cual le solicitamos sea sincero en marcar una alternativa.

Escala de valoración				
1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Dimensión 1. Información		1	2	3	4	5
B1.	Estoy permanentemente informado de los asuntos ambientales que impactan a la ciudad de Tacna.					
B2.	Conozco las actividades que se realizan en la ciudad de Tacna sobre el cuidado del agua.					
B3.	Participo en actividades de cuidado del medio ambiente.					
B4.	Conozco cuales son los afluentes y proceso de tratamiento de agua que abastecen a la ciudad de Tacna.					
Dimensión 2. Conocimiento específico						
B5.	Conozco de las funciones de los órganos de protección ambiental: OEFA, ANA, Municipalidad de Tacna, vinculado a la gestión del agua.					
B6.	Conozco de las actividades sociales que realizan OEFA, ANA, Municipalidad, relacionados a la gestión del recurso agua.					

Dimensión 3. Consumo de agua						
B7.	La cantidad de consumo de agua que realizo es el adecuado.					
B8.	Utilizo de forma adecuada el agua.					
B9.	La cantidad de agua que consumo está relacionada con la cantidad de personas que viven en mi casa.					
Dimensión 4. Valoración ambiental						
B10.	Considero importante el cuidado del agua.					
B11.	Considero un factor primordial la no contaminación del agua					
B12.	Considero el agua como elemento principal para la vida.					
B13.	Participo en las campañas que realizan las instituciones públicas y privadas sobre el uso racional del agua.					
Dimensión 5. La percepción de la gravedad ambiental						
B14.	Conozco la situación real del ambiente que me rodea.					
B15.	Reconozco los problemas sociales que se generan por la falta de agua en la ciudad de Tacna.					

