

# INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



## TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO

“DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO QUE APORTE A PREVENIR Y  
CONCIENTIZAR SOBRE LOS EMBARAZOS ADOLESCENTES EN EL  
COLEGIO “UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL CALASANZ” EN LA  
PROVINCIA DE LOJA EN EL PERIODO ABRIL-SEPTIEMBRE 2020/2021”

## INFORME DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGOS EN LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

### **AUTORA:**

Meza Barrigas Katerine Valeria

### **DIRECTOR:**

Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa

Loja, octubre del 2021

## **CERTIFICACIÓN**

**Tlgo.**

**Pablo Andrés Duque Correa**

**DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN**

### **CERTIFICA:**

Que ha supervisado el presente proyecto de investigación titulado, “Diseño de material gráfico que aporte a prevenir y concientizar sobre los embarazos adolescentes en el colegio “unidad educativa fiscomisional Calasanz” en la provincia de Loja en el periodo abril-septiembre 2020/2021.”; el mismo que cumple con lo establecido por el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano: por consiguiente, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo.

**Loja, octubre del 2021**

**Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa.**

## **AUTORÍA**

Yo Katerine Valeria Meza Barrigas estudiante del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano a continuación certifico que los criterios, opiniones, afirmaciones, análisis, interpretaciones, conclusiones, recomendaciones y todos los demás aspectos vertidos en el presente proyecto de investigación de fin de carrera son absolutamente responsabilidad de mi persona.

**Loja, octubre 2021**

**Katerine Valeria Meza Barrigas**

**CI: 1150577466**

## DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado:

A Dios quien guía mi existencia y me ha dado la fortaleza necesaria en cada nuevo capítulo de mi vida y sobre todo en el transcurso de mi carrera, que pese a vivir una crisis mundial su guía y apoyo divino siempre estuvo conmigo.

A mi madre por su incondicional apoyo en este proceso tan arduo y por creer en mí y en las decisiones que he tomado para mi vida, siendo así mi compañera fiel en cada etapa de mi vida, es de ella y para ella este logro tan importante.

A mi padre quien me sirvió de impulso para seguir adelante en la vida, su recuerdo vive y vivirá en mí y sé que su presencia me acompaña en cada uno de mis logros, recordando que él siempre va conmigo.

**Katerine Valeria Meza Barrigas**

## **AGRADECIMIENTO**

Principalmente agradezco a mi madre por su amor, dedicación, apoyo, por ser mi compañera fiel y leal en el transcurso de mi vida entera, a mi tío quien supo brindarme su apoyo y confianza para cumplir uno de mis objetivos más grandes y por último a una persona especial que creyó en mí y ni un solo segundo permitió que me rindiera, les doy las gracias por confiar y creer en mí durante todo momento.

Agradezco al Instituto Tecnológico Superior Sudamericano, a su personal docente y administrativo, en especial a los docentes de la carrera de Diseño Gráfico que desde el primer momento me enseñaron a creer en mi potencial y dar mi cien por ciento y un poco más en cada proyecto.

A mis tutores, por ser maestros y amigos, por todo su tiempo y paciencia, por la dedicación y palabras de aliento, por las lágrimas y sonrisas, momentos y anécdotas que me llevo de esta experiencia.

**Katerine Valeria Meza Barrigas**

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Acta de cesión de derechos de proyecto de investigación de fin de carrera.

Conste por el presente documento la Cesión de los Derechos de proyecto de investigación de fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

**PRIMERA:** Por sus propios derechos; el Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa, en calidad de director del proyecto de investigación de fin de carrera; y, Katerine Valeria Meza Barrigas en calidad de autor del proyecto de investigación de fin de carrera; mayores de edad emiten la presente acta de cesión de derechos.

**SEGUNDA:** Katerine Valeria Meza Barrigas, realizó la Investigación titulada: “Diseño de material gráfico que aporte a prevenir y concientizar sobre los embarazos adolescentes en el colegio “unidad educativa fiscomisional Calasanz”; para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, en el Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de Loja, bajo la dirección del Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa.

**TERCERA:** Es política del Instituto que los proyectos de investigación de fin de carrera se apliquen y materialicen en beneficio de la comunidad.

**CUARTA:** Los comparecientes Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa, en calidad de Director del proyecto de investigación de fin de carrera y Katerine Valeria Meza Barrigas como autor, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en proyecto de investigación de fin de carrera titulado: “Diseño de material gráfico que aporte a prevenir y concientizar sobre los embarazos adolescentes en el colegio “unidad educativa fiscomisional Calasanz.” a favor del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de Loja; y, conceden autorización para que el Instituto pueda utilizar esta investigación en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

**QUINTA:** Aceptación. - Las partes declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos.

Para constancia suscriben la presente cesión de derechos, en la ciudad de Loja, en el mes de septiembre 2021

.....  
Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa.  
DIRECTOR  
C.I.: 1104166879

.....  
Katerine Valeria Meza Barrigas  
AUTORA  
C.I.: 1150577466

**DECLARACIÓN JURAMENTADA**

Loja, octubre 2021

**Nombres:** Katerine Valeria**Apellidos:** Meza Barrigas**Cédula de Identidad:** 11505577466**Carrera:** Diseño Gráfico**Semestre de ejecución del proceso de titulación:** Sexto**Tema de proyecto de investigación de fin de carrera con fines de titulación:**

“Diseño de material gráfico que aporte a prevenir y concientizar sobre los embarazos adolescentes en el colegio “Unidad Educativa Fiscomisional Calasanz” en la provincia de Loja en el periodo abril-septiembre 2020/2021”

En calidad de estudiante del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de la ciudad de Loja;

Declaro bajo juramento que:

1. Soy autor del trabajo intelectual y de investigación del proyecto de fin de carrera.
2. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido plagiado ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. El trabajo de investigación de fin de carrera presentado no atenta contra derechos de terceros.
4. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido publicado ni presentado anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Las imágenes, tablas, gráficas, fotografías y demás son de mi autoría; y en el caso contrario aparecen con las correspondientes citas o fuentes.

Por lo expuesto; mediante la presente asumo frente al INSTITUTO cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

En consecuencia, me hago responsable frente al INSTITUTO y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar al INSTITUTO o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en el trabajo de investigación de fin de carrera presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello.

Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para EL INSTITUTO en favor de terceros por motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontrarán causa en el contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente dispuesta por la LOES y sus respectivos reglamentos y del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de la ciudad de Loja.

**Katerine Valeria Meza Barrigas**

**CI: 1150577466**



## ÍNDICE

CERTIFICACIÓN .....	II
AUTORÍA.....	III
DEDICATORIA .....	IV
AGRADECIMIENTO .....	V
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	VI
ÍNDICE .....	IX
1. Resumen .....	1
2. Abstract.....	2
3. Problematización .....	3
4. Tema .....	6
5. Justificación .....	7
6. Objetivos.....	9
6.1    Objetivo General .....	9
6.2    Objetivos Específicos .....	9
7. Marco Teórico .....	10
7.1    Marco Institucional.....	10
7.1.1    Reseña Histórica.....	10
7.1.2    Misión: .....	14
7.1.3    Visión: .....	15
7.1.4    Valores: .....	15
7.1.5    Objetivos estratégicos .....	15
7.1.6    Ideario institucional.....	16
7.1.7    Perfil del estudiante calasancio .....	17
EXCELENCIA ACADÉMICA. (Aprender a conocer).....	17
7.1.8    Sistema De Gestión De Calidad .....	18
7.2    Marco Conceptual .....	23
7.2.1    Embarazos Adolescentes.....	23
7.2.2    Causas Principales.....	24
7.2.3    Consecuencias De Embarazos A Temprana Edad .....	26
7.2.4    Consecuencias Económicas y Sociales .....	29
7.2.5    ¿Qué Es La Ilustración? .....	31
7.2.6    Ilustración Digital.....	31
7.2.7    ¿Qué Es Una Campaña Publicitaria? .....	32

7.2.8	Tipos De Campañas Publicitarias .....	32
7.2.9	Proceso De Creación De Una Campaña Publicitaria .....	34
8.	Metodología .....	36
8.1	Métodos De La Investigación.....	36
8.1.1	Método Fenomenológico .....	36
8.1.2	Método Hermenéutico.....	36
8.1.3	Método Práctico .....	37
8.2	Técnicas De Investigación.....	37
8.2.1	Observación.....	37
8.2.2	Entrevista.....	38
8.2.3	Encuesta .....	38
8.3	Instrumentos .....	38
8.3.1	Cuestionario .....	38
8.4	Diseño Metodológico .....	39
8.4.1	Proyección de la Población .....	39
8.4.2	Muestra.....	39
9.	Análisis Y Presentación De Resultados.....	41
	Análisis cuantitativo .....	42
	Análisis cualitativo pregunta 1 .....	42
	Análisis cuantitativo .....	43
	Análisis cualitativo pregunta 2 .....	43
	Análisis cuantitativo .....	44
	Análisis cualitativo pregunta 3 .....	44
	Análisis cuantitativo .....	45
	Análisis cualitativo pregunta 4 .....	46
	Análisis cuantitativo .....	47
	Análisis cualitativo pregunta 5 .....	47
	Análisis cuantitativo .....	48
	Análisis cualitativo pregunta 6 .....	48
	Análisis cuantitativo .....	49
	Análisis cualitativo pregunta 7 .....	49
	Análisis cuantitativo .....	51
	Análisis cualitativo pregunta 8 .....	51
	Análisis cuantitativo .....	52
	Análisis cualitativo pregunta 9 .....	52

10. Propuesta De Acción .....	53
10.1 Introducción.....	53
10.2 Nombre del Proyecto.....	53
10.3 Público Objetivo.....	53
10.4 Descripción.....	53
10.5 Desarrollo de propuesta Gráfica.....	56
11. Conclusiones.....	78
12. Recomendaciones .....	79
13. Bibliografía .....	80
14. Anexos .....	82
14.1 Presupuestos y recursos .....	82
15. Cronograma De Proceso De Titulación Mediante Proyecto De Investigación De Fin De Carrera.....	84
16. Certificado de aprobación del proyecto de investigación.....	87
17. Certificado de la implementación del proyecto .....	88
18. Certificado del Abstract.....	89
19. Certificado de implementación.....	90
20. Formato de la encuesta .....	91
20.1 Encuesta elaborada en Google.....	92
21. Entrevista .....	95
22. Evidencia Fotográfica.....	96

### **Índice De Figuras**

Figura 1 Logo Unidad Educativa Fiscomisional Calasanz .....	10
Figura 2 Excelencia Académica.....	17
Figura 3 Compromiso Ético .....	17
Figura 4 Discernimiento Vocacional .....	18
Figura 5 Construcción de Identidad .....	18
Figura 6 Embarazos Adolescentes .....	23
Figura 7: Consecuencias de embarazos a temprana edad .....	26
Figura 8: Consecuencias económicas y sociales.....	29
Figura 9 Boceto .....	54
Figura 10 Logo.....	54
Figura 11 Cromática.....	55
Figura 12 Tipografía .....	56

Figura 13 Línea Gráfica .....	56
Figura 14 Construcción de las artes .....	57
Figura 15 Publicación Instagram .....	67
Figura 16 Red social Instagram.....	67
Figura 17 Red social Facebook .....	68
Figura 18 Publicación Facebook .....	68
Figura 19 Tríptico digital interno .....	69
Figura 20 Tríptico digital externo .....	69
Figura 21 Construcción tríptico .....	69
Figura 22 Tríptico .....	70
Figura 23 Tríptico contenido.....	70
Figura 24 Tríptico contenido.....	71
Figura 25 Construcción folleto .....	71
Figura 26 Folleto digital contenido .....	72
Figura 27 Folleto digital contenido .....	72
Figura 28 Folleto digital.....	72
Figura 29 Folleto digital contenido .....	73
Figura 30 Folleto digital contenido .....	73
Figura 31 Folleto digital contenido .....	73
Figura 32 Folleto impreso .....	74
Figura 33 Folleto impreso contenido .....	74
Figura 34 Folleto impreso contenido .....	75
Figura 35 Folleto impreso contenido .....	75
Figura 36 Folleto impreso contenido .....	75
Figura 37 Folleto impreso contenido .....	76
Figura 38 Webinar.....	76
Figura 39 Entrevista .....	95
Figura 40 Entrevista .....	95
Figura 41 Webinar.....	97
Figura 42 Webinar.....	97
Figura 43 Webinar.....	97
Figura 44 Webinar.....	97

## Índice De Gráficos

Gráfico 1.....	41
----------------	----

Gráfico 2.....	43
Gráfico 3.....	44
Gráfico 4.....	45
Gráfico 5.....	46
Gráfico 6.....	48
Gráfico 7.....	49
Gráfico 8.....	50
Gráfico 9.....	52

### Índice De Tablas

Tabla 1.....	39
<i>Número de estudiantes</i> .....	39
Tabla 2.....	41
<i>Género de los adolescentes</i> .....	41
Tabla 3.....	42
<i>Edad de los adolescentes</i> .....	42
Tabla 4.....	43
<i>Charlas sobre embarazos adolescentes</i> .....	43
Tabla 5.....	45
<i>¿Por parte de quién recibió este tipo de información?</i> .....	45
Tabla 6.....	46
<i>¿Has presenciado un embarazo adolescente?</i> .....	46
Tabla 7.....	47
<i>Salud emocional y física en el embarazo</i> .....	47
Tabla 8.....	48
<i>Información sobre embarazos adolescentes</i> .....	48
Tabla 9.....	50
<i>Medio de comunicación</i> .....	50
Tabla 10.....	51
<i>Horario de redes sociales</i> .....	51
Tabla 11 Plan de medios Hablemos sin miedo! .....	66
Tabla 12 Recursos Materiales .....	82
Tabla 13 Recursos Tecnológicos y Humanos .....	83
Tabla 14 Recursos .....	83
Tabla 15 Cronograma de Actividades.....	86



## 1. Resumen

Un embarazo adolescente es considerado como un embarazo precoz el cual se produce cuando ni su cuerpo ni su mente están preparados para ello; es decir entre la adolescencia inicial o pubertad (comienzo de la edad fértil) y el final de la adolescencia, que la OMS establece en los 19 años. Se estima que 16 millones de niñas de edades comprendidas entre los 15 y los 19 años dan a luz cada año, y un 95% de esos nacimientos se producen en países en desarrollo. Las niñas de entre 10 y 14 años tienen cinco veces más probabilidades de morir durante el embarazo y el parto. Las niñas de 15 a 19 años tienen el doble de probabilidades que las de más de 20 de morir en el parto o el embarazo y la tasa de mortalidad de sus neonatos es aproximadamente un 50% superior.

Es por ello que esta investigación está enfocada en la creación de material gráfico que aporte a prevenir y concientizar sobre los embarazos adolescentes en el colegio “Unidad Educativa Fiscomisional Calasanz” considerando que las cifras de embarazo adolescente se mantienen, y las consecuencias agravan la pobreza de las mujeres jóvenes, se presenta la deserción de sus estudios escolares, entre otros. Para la ejecución de esta investigación se plantea como objetivo crear material de índole educativo e informativo frente al embarazo adolescente, mismo que pretende concientizar a los y las adolescentes de la ciudad de Loja. Este proyecto inició con una investigación de mercado que consistió en realizar una encuesta, misma que fue dirigida a los adolescentes con preguntas referentes a los embarazos a temprana edad, obteniendo como resultado que más del 50% de los adolescentes encuestados ha presenciado un embarazo adolescente dentro de su círculo social y de manera personal, por tanto, se ofreció como solución la implementación de material gráfico, post educativos en redes sociales, trípticos y folletos informativos y un Webinar impartido por un profesional de la salud con enfoque a concientizar y prevenir embarazos a temprana edad.

Finalmente se concluye que una vez analizada, validada e implementada la campaña Hablemos sin miedo, se ha cumplido con informar, socializar y crear conciencia en los adolescentes sobre la prevención de embarazos adolescentes y que a través de este tipo de campañas se aporta a mejorar la calidad de vida de los adolescentes entre 15 y 19 años.

## 2. Abstract

Adolescent pregnancy is considered an early pregnancy that occurs when neither the body nor the mind is ready for it between early adolescence or puberty (the beginning of childbearing age) and the end of adolescence, which the OMS establishes as 19 years of age. It is estimated that 16 million girls between the ages of 15 and 19 give birth each year, and 95% of these births occur in developing countries. Girls between the ages of 10 and 14 are five times more likely to die during pregnancy and childbirth. Girls aged 15 to 19 are twice as likely as those over 20 to die in childbirth or pregnancy, and their neonatal mortality rate is about 50% higher.

Therefore this research is focused on the creation of graphic material that contributes to prevent and raise awareness about teenage pregnancies in the "Unidad Educativa Fiscomisional Calasanz" High school considering that the figures of teenage pregnancy are maintained, and the consequences aggravate the poverty of young women, there is the desertion of their school studies, among others. For the execution of this research, the objective; is **to Create** educational and informative material on teenage pregnancy, which aims to raise awareness among teenagers in the city of Loja. This project began with a market research that consisted of conducting a survey, which was directed to teenagers with questions regarding early pregnancies, obtaining as a result that more than 50% of teenagers surveyed have witnessed a teenage pregnancy within their social circle and personally, therefore, it was offered as a solution the implementation of graphic material, educational posts on social networks, leaflets and brochures and a webinar given by a health professional with a focus on awareness and prevention of early pregnancies.

Finally it's concluded that once analyzed, validated and implemented the "Hablemos sin miedo!" campaign, has been complied with report, to socialize and raise awareness among teenagers about the prevention of teenage pregnancies and that this type of campaign helps to improve the quality of life of teenagers between 15 and 19 years of age.



### 3. Problematicación

A nivel mundial los embarazos adolescentes se presentan como un problema real con causas complejas. En las Estadísticas Sanitarias Mundiales 2014 se indica que la tasa media de natalidad mundial entre las adolescentes de 15 a 19 años es de 49 por 1000 jóvenes. Las tasas nacionales oscilan de 1 a 299 nacimientos por 1000 adolescentes, siendo las más altas las del África Subsahariana. (OMS, 2020)

Tenemos cifras representativas a la cantidad de embarazos que se presentan a nivel mundial, con múltiples factores negativos suscitando datos estadísticos preocupantes como lo son 299 nacimientos realizados por señoritas de 15 a 19 años en África Subsahariana. Resulta sorprendente entender que cientos de jóvenes no logran terminar su adolescencia temprana para tener que ejercer su adultez. (OMS, 2020).

Un 11% aproximadamente de todos los nacimientos en el mundo se producen en adolescentes. La gran mayoría de esos nacimientos (95%) ocurren en países de ingresos bajos y medianos. Las tasas de embarazo adolescente en América Latina y el Caribe continúan siendo las segundas más altas en el mundo, estimadas en 66.5 nacimientos por cada 1,000 niñas de entre las edades ya mencionadas. (OPS, 2018).

En Latinoamérica se puede observar una normalización evidente a los embarazos a temprana edad, su normalización pueden ser por múltiples factores por ejemplo las costumbres, la pobreza, la violencia de género y la falta de educación, entre otras causales. Nuestra tasa de embarazos adolescentes supera por mucho a la tasa promedio de nacimientos en el mundo, atribuyendo con un 95% a los países de ingresos bajos y medianos.

Está claro que un embarazo adolescente forma parte de un problema de salud pública y dentro de Ecuador, cada vez se normaliza más a pesar de que las cifras son alarmantes y preocupantes. Las cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) indican que en 2019 se han registrado 51.711 nacidos vivos de “mujeres adolescentes” de 10 a 19 años: 1.816 de adolescentes de 10 a 14 años (2,2 nacidos vivos por cada 1.000 mujeres en ese rango de edad) y 49.895 de adolescentes 15 a 19

años (63,5 nacidos vivos por cada 1.000 mujeres en ese rango de edad). Lo que significa que del total de embarazos ocurridos y registrados en ese año, el 17,5 por ciento provienen de adolescentes de 15 y 19 años, y el 0.6 por ciento de adolescentes de 10 y 14 años. (Médica, 2020).

Nuestro país no se queda atrás en datos y estadísticas y en este caso tocamos rangos de edad mucho menor a la media promedio, hablamos de niñas desde los 10 años que son obligadas a ejercer la maternidad, entendemos que existen 51.711 niños vivos con una madre adolescente que no tiene más de 21 años de edad. Los números representan la falta de conciencia y responsabilidad que tenemos como sociedad. Se debe entender que una adolescente de 15 años no está capacitada para nada más que solo ser una adolescente.

En la provincia de Loja, la situación también es compleja. Loja tiene una población adolescente de 184.827. En el año 2013, el MIES reportó que en la Provincia de Loja hubo 821 madres adolescentes de 12 a 14 años y 3.059 madres de 15 a 19 años. (MIES, 2018).

Los embarazos adolescentes son una realidad y problema social persistente a través de los años y al ser tan cotidianos y frecuentes han dejado de tener la atención que requiere, pero obviar un problema no hace que este deje de existir. ¿Pero qué hay detrás de esta realidad?, es fácil encasillarse a una sola respuesta, ya sea a la pobreza o la falta de educación, pero no siempre esta es la realidad absoluta.

Esta realidad se presenta como un fenómeno multicausal. Existen factores sociales, familiares, escolares y personales que potencian la prevalencia del mismo, por tanto las adolescentes embarazadas tienen menos oportunidades de acceder a estudios de tercer nivel, mayor probabilidad de sufrir violencia de género y generalmente mantienen empleos mal remunerados, manteniendo círculos de violencia y pobreza.

Logramos visualizar cifras y datos que varían y cambian constantemente pero prestamos tan poca atención a ello que pasa de forma desapercibida. Es un problema social que debe ser atendido mediante charlas, campañas, folletos, Webinar y de

cualquier manera que permita crear conciencia en los jóvenes ante la probabilidad de mantener un embarazo a temprana edad.

El problema radica en la falta de interés de adolescentes entre 15 y 19 años por querer informarse sobre las consecuencias de un embarazo a temprana edad y cómo evitar el embarazo no deseado, en el periodo Abril – Septiembre 2021.

#### **4. Tema**

Diseño de material gráfico que aporte a informar, prevenir y concientizar sobre los embarazos adolescentes en el colegio “Unidad Educativa Fiscomisional Calasanz” en la provincia de Loja en el periodo Abril- Septiembre 2021.

## 5. Justificación

Dentro del nivel académico nuestro proyecto de investigación es un requisito de suma importancia por parte de la Institución para obtener el título tecnológico de tercer nivel. En este proceso nos enfocaremos en crear material gráfico consciente en brindar la información que se requiere para prevenir embarazos no deseados a temprana edad, basándonos en el pensamiento y perspectiva de los adolescentes. Teniendo en cuenta que el material gráfico es una herramienta que permite educar desde un punto de vista didáctico.

La razón por la cual se ha elegido investigar sobre los embarazos a temprana edad es para crear conciencia en niñas y adolescentes de 15 a 19 años sobre las causas negativas de un embarazo adolescente, se desea impartir información con ayuda de nuestra profesión como comunicadores visuales a través de una campaña social consciente que pretende que este problema comience a disminuir presentando campañas preventivas en cuanto a salud sexual y reproductiva; debemos acercarnos a la realidad de su entorno, a sus creencias, actitudes y valores para poder hablar del embarazo adolescente de manera real y sin tapujos. Y se pretende que el material gráfico sea de índole educativo y dinámico.

A nivel social esta campaña consciente permitirá comprender cuál es el pensamiento de los adolescentes y tener una aproximación a lo que este fenómeno significa para las y los adolescentes, cómo lo perciben, qué conocen del mismo y de esta forma enfocarnos en el tipo de ayuda que se debe ofrecer a través del material gráfico propuesto, mismo que puede ser impartido en escuelas y colegios como apoyo para las charlas en cuanto a salud sexual y reproductiva.

El embarazo adolescente, es considerado como un problema social básicamente, porque genera otros problemas que las instituciones como el estado, la familia o la iglesia no son capaces de resolver, como son los círculos de pobreza, mortalidad materna, retraso en los estudios, estancamiento del desarrollo. Razones que colocan al embarazo adolescente como fenómeno altamente complejo que está condicionado por una serie de factores que impiden su explicación, que van desde

variables bio-psico-sociales, hasta situaciones de carácter personal, como el deseo por convertirse en mujer, o formar una familia como el ideal femenino.

A nivel cultural la investigación presente está enfocada en obtener toda la información necesaria sobre los embarazos a temprana edad, lo cual permitirá definir y exponer cuales son los múltiples factores que causan que este problema se siga suscitando con continuidad en nuestro entorno actual. Por tanto, es necesario realizar campañas conscientes que a través de las herramientas gráficas que aportamos permitan ser un recurso de ayuda para los y las adolescentes lojanos.

Parte de decir que el embarazo adolescente es un fenómeno social y cultural, con características y condiciones particulares, es precisar que estos pueden darse en dos situaciones, cuando no son planificados o no deseados, y cuando sí son deseados. El embarazo en la adolescencia puede resultar una experiencia inesperada y conflictiva, tanto para la joven como para su entorno familiar, pero en otros casos, el embarazo -planeado o no- no implica una situación de tensión y conflicto.

## **6. Objetivos**

### **6.1 Objetivo General**

Diseñar material gráfico que aporte a informar, prevenir y concientizar sobre los embarazos adolescentes en el colegio “Unidad Educativa Fiscomisional Calasanz” en la provincia de Loja con el fin de informar y prevenir embarazos no deseados en adolescentes.

### **6.2 Objetivos Específicos**

- Analizar los datos sobre las principales causas de embarazos adolescentes, a través de la técnica de la observación con el fin de estudiar las causas más comunes que se presentan en este tipo de embarazos.
- Realizar investigaciones que permitan informar y prevenir embarazos a temprana edad mediante el uso de fuentes bibliográficas con la finalidad de entregar información confiable y útil a los y las adolescentes.
- Informar a los y las adolescentes sobre las diferentes consecuencias que presentan los embarazos adolescentes y las maneras de prevenirlos con la finalidad de aportar de manera positiva a la prevención de embarazos a temprana edad.
- Socializar la información recolectada con el público objetivo de manera educativa por medio de material gráfico, tríptico, folleto y un webinar con el objetivo de crear conciencia en los y las adolescentes sobre las consecuencias de llevar un embarazo a temprana edad y cómo prevenirlo.

## 7. Marco Teórico

### 7.1 Marco Institucional

#### UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL CALASANZ.



Figura 1 Logo Unidad Educativa Fiscomisional Calasanz

Fuente: Página Oficial de la Unidad Educativa Fiscomisional Calasanz

#### 7.1.1 *Reseña Histórica*

La Unidad Educativa Calasanz Loja, está ubicada en la parroquia de El Valle, perteneciente al cantón Loja, provincia de Loja. Es una zona muy rica en recursos humanos, agro-industriales y turísticos. En el campo de la educación, se había logrado muy poco, hasta el año 1980, se comenzó a elaborar la primera documentación para solicitar la creación de un Colegio Particular, esta brillante idea se formó en el pensamiento del Presbítero: Vicente Ortega Ordóñez, titular de la parroquia eclesiástica “San Juan Bautista de El Valle” y siendo obispo de la Diócesis de Loja, Monseñor Alberto Zambrano Palacios, quien dio todo el respaldo necesario como pastor de la iglesia lojana.

El 15 de septiembre de 1980, debidamente autorizados por el Ministro de Educación, Dr. Galo García Feraud, se empezaron a matricular los alumnos, que en número de 60 dieron forma a esta obra educativa creada con el nombre de **COLEGIO PARTICULAR DE CICLO BÁSICO DE EL VALLE**; se improvisó y adecuó un local escolar en el antiguo convento parroquial. El primer lunes de octubre de 1980 se inauguró el año lectivo, con 60 alumnos(as) y una planta docente de 5 profesores, como un equipo de pioneros de esta obra educativa. Durante el año lectivo 1982-1983



se preparó la documentación para solicitar la creación de los bachilleratos en Agroindustria de Alimentos y Electricidad, pretendiendo dar una respuesta educativa a la riqueza agropecuaria del sector y a la carencia de mano de obra calificada en la ciudad de Loja. En este año lectivo se laboró en el local del Complejo Ferial mientras se restauraba el antiguo Convento Parroquial, gracias a un aporte de Adveniat, institución de la iglesia católica alemana que respaldó esta obra.

En octubre de 1983 se inauguró el ciclo diversificado con las dos especializaciones solicitadas y con el nombre de *Colegio Técnico Particular "Jaime Roldós Aguilera"*; y ya se había conseguido la donación de un terreno de 10.000 metros cuadrados para la construcción del local del colegio, ubicado en la ciudadela Nueva Granada. En el año lectivo 1983-1984 se preparó toda la documentación para gestionar la fiscomisionalización del colegio a fin de que sea sostenido por el estado; el Dr. Ernesto Albán Gómez, Ministro de Educación, firmó el convenio con el obispo de la diócesis, Mons. Alberto Zambrano Palacios, cuyo primer presupuesto se asignaría en el ejercicio económico del año 1985.

En septiembre de 1985 asumió el rectorado del Colegio el Lic. Segundo Abel León Ojeda, profesional con vasta experiencia en administración educativa dentro de los establecimientos católicos, cambió la jornada vespertina del colegio a matutina, con la intención de crear una sección nocturna que permita atender a aquella juventud que, por razones de trabajo o de presencia imprescindible en el hogar, no podía acceder al colegio durante el día, la creación de la sección nocturna fue en septiembre de 1986. Es necesario resaltar que la primera planta docente de la sección nocturna trabajó todo el primer año lectivo ad-honoren, por cuanto no había financiamiento y éste sería conseguido en el siguiente año lectivo, a través de la partida de remuneraciones especiales.

El 15 de abril de 1987, se dio un paso gigantesco, la transformación del Colegio Técnico Fiscomisional "Jaime Roldós Aguilera" en *Instituto Normal*, con el nombre de "Ciudad de Loja", que ofrecería el bachillerato en Ciencias de la Educación. Para la formación cristiana se invitó a una religiosa de la Congregación de Hijas de Nuestra Señora de Nazaret, quienes hicieron una gran labor espiritual. El Dr. José Bolívar Castillo, Alcalde de Loja, concedió la permuta del terreno que fue donado al colegio,

con el terreno actual sobre el que se levanta la institución. Inició la construcción de la infraestructura comenzando con 4 aulas prefabricadas y el edificio para aulas y administración. En agosto de 1991 se transformaron los Institutos Normales en *Institutos Pedagógicos* y se dispuso una racionalización de los recursos humanos, con motivo de la supresión del bachillerato en Ciencias de la Educación. Esto trajo una profunda crisis porque se presentaron dos problemas: devolver las carpetas de los alumnos del bachillerato y poner a órdenes de la Dirección a los profesores sin título profesional en educación y con menos años de servicio. El primer problema produjo el reclamo de los padres de familia y obligó a crear el *colegio vespertino “Augusto Abendaño Briceño”*, posteriormente llamado **“Santiago Fernández García”**.

Siendo rector el Lic. Camilo Espinosa Pereira, en octubre de 1992 se creó la *Escuela de Aplicación* con su Jardín de Infantes. Los padres de familia demostraron de inmediato su confianza porque ya conocían y valoraban esta opción educativa. Las maestras de la escuela trabajaron fuertes para darle forma y vida a esta obra que se iniciaba, preparando materiales y local, dejando todo listo para comenzar. **En 1996, el Señor Obispo de la Diócesis de Loja, mediante un convenio celebrado con la Comunidad de Padres Escolapios, dispuso que estos sacerdotes asumieron la administración de dichas instituciones, para garantizar y mantener su identidad de institución católica.** En septiembre de 1996 vino la Comunidad de Padres Escolapios, siendo recibida dentro de un marco de respeto, cordial bienvenida y mucha expectativa, siendo el primer rector él. P. Gabino Vinuesa *Sch.P.*

*Total, de alumnos matriculados en el período académico 1996-1997:*

- Instituto Pedagógico Ciudad de Loja: 87 alumnos
- Escuela del Instituto Pedagógico: 220 alumnos
- Colegio Santiago Fernández García: 355 alumnos
- Colegio Nocturno Jaime Roldós Aguilera: 189 alumnos

El 17 de mayo de 1998 se firmó el convenio definitivo con la Diócesis, válido por cinco años, dicho convenio propone a la Comunidad Escolapia como la gestora de los ámbitos: administrativo, académico y pastoral; y que el rector sea o un padre escolapio o una persona propuesta por la comunidad religiosa. La elaboración del

Proyecto Educativo Institucional Calasancio se inició con la definición del marco filosófico, que nace del pensamiento y doctrina propios de la Comunidad Escolapia, la que se origina en el siglo XVI, y cuya aplicación se encuentra vigente en estas instituciones educativas en el mundo entero y que debió ser definido y contextualizado en la ciudad de Loja–Ecuador; de esta forma dio a luz el primer Plan Estratégico Institucional.

Es aquí cuando empieza el sello definitivo que tendría la institución, para apoyar este proyecto educativo era necesaria una nueva infraestructura, la Comunidad Escolapia asumió el reto, eligiendo a un nuevo rector, el P. Ángel Campelo, experimentado sacerdote fundador y constructor de obras, que consiguió de manera providencial el apoyo económico de instituciones internacionales como Manos Unidas, la Arquidiócesis de Munich, el Institut Borrel, y las Obras Misionales Pontificias. Se inició la construcción de dos bloques de aulas que tendrían 5 pisos, 24 aulas y oficinas; las obras no han hecho que se olvide la calidad académica, pastoral, formación humana integral, formación permanente de los profesores; se logró conseguir el acuerdo ministerial para legalizar las cuatro instituciones (Instituto Pedagógico y su escuela, colegio Santiago Fernández García y el colegio Nocturno Jaime Roldós Aguilera) como Unidad Educativa Calasanz, con carácter Fiscomisional; el acuerdo es el N° 2799 y tiene como fecha el 19 de Octubre del año 2000.

Se comenzó la construcción de la concha acústica, inaugurada el 17 de mayo del 2002, contando con la presencia del delegado del Ministro de Educación y Cultura Lic. Miguel Pérez, también la Capilla: María de Nazaret empezó a prestar servicio en septiembre del 2003; la cafetería y la sala de profesores el día 23 de octubre del 2004; la gruta de María y la recepción en el 2005; cancha de uso múltiple en el año 2006, ampliación de las baterías sanitarias y remodelación del graderío de la concha acústica con granillo pulido en el 2009; colocación de gradas de emergencia en los dos edificios principales en el año 2010.

Con el ánimo de potenciar el servicio educativo integral que se oferta, se creó una página web institucional, se implantó un Sistema de Gestión de Calidad, y se dio inicio al largo y trabajoso proceso para obtener la **Certificación de Calidad** del

sistema de gestión, para ello se contrató a la empresa ICONTEC (Certificadora Internacional), después de realizar la auditoría externa para la obtener la Certificación ISO 9001-2000, el 18 de diciembre del 2007 se entregó el diploma original de certificación que en su texto dice: *“Servicio educativo desde 8vo.año de Básica a 3ro.de Bachillerato en los Colegios “Santiago Fernández García” y “Jaime Roldós Aguilera” y Educación Básica en la Escuela del Instituto Superior Pedagógico Ciudad de Loja y Servicio Educativo para Formación Docente en el Instituto Superior Pedagógico Ciudad de Loja”*.

El día 21 de enero del 2008 en un acto especial el Ministerio de Educación, condecoró a la bandera de la Unidad Educativa Calasanz con una **“Medalla al Mérito en Gestión Educativa”** con el nombre del señor ministro de educación Raúl Vallejo Corral y del señor presidente de la República Rafael Correa, sumándose a este reconocimiento varias instituciones educativas de la ciudad de Loja y los gobiernos locales.

En enero del 2011, el P. Oswaldo Espinosa, toma las riendas de la obra educativa y con el mismo entusiasmo continúa trabajando sin prisa, pero sin pausa, ejecutando cada vez nueva infraestructura, como salas de internet, mejora en las canchas, baterías higiénicas, oficinas para convivencia y consejería estudiantil, un oratorio; y el continuo mantenimiento de toda la infraestructura educativa; junto con lo más importante: la permanente Formación Humana y Cristiana al estilo de Calasanz, de todos las personas que laboran en la institución.

### **7.1.2 Misión:**

Nosotros, escolapios, religiosos y laicos, cooperadores de la verdad, como San José de Calasanz nos sentimos enviados por Cristo y la Iglesia a evangelizar educando desde la primera infancia a los niños y jóvenes, especialmente pobres, ante la integración de Fe y Cultura (Piedad y Letras) para renovar la Iglesia y transformar la sociedad según los valores del Evangelio, creando fraternidad.

Hemos recibido para ella un carisma que viene de Dios, una historia, una espiritualidad y una pedagogía propias, personas en comunión, escuelas e instituciones

específicas, que nos permiten hacer presentes a Jesús Maestro y la Maternidad de su Iglesia a los pequeños.

*Éste es nuestro sueño, éste es el proyecto que nos convoca, éste es el ideal que todos compartimos.*

### **7.1.3 Visión:**

La Unidad Educativa Fiscomisional Calasanz – Loja- desde la Piedad y las Letras logrará que los alumnos sean felices, excelentes estudiantes, seres humanos rectos e íntegros, personas que viviendo su vocación aporten al cambio social y al cuidado y preservación del mundo; pero, sobre todo, llevarán en su ser el rostro amado del más bello de los hombres: Jesucristo, nuestro Maestro, nuestro Hermano y nuestro Amigo. Ése es nuestro más alto sueño y nuestro más elevado ideal.

### **7.1.4 Valores:**

- La cercanía, aceptación y respeto hacia las personas, desde el diálogo y la sinceridad.
- La disponibilidad para acompañar al estudiantado en su evolución, crecimiento y maduración
- La cordialidad, confianza y sencillez en el trato
- La educación preventiva
- La coeducación
- La apertura a la participación del estudiantado y familias en la vida institucional

### **7.1.5 Objetivos estratégicos**

- Fortalecer la calidad del proceso educativo desde las líneas de acción calasancias, las disposiciones del Ministerio de Educación y los estándares internacionales, con miras a alcanzar la misión y la visión institucional.

- Impulsar el crecimiento humano-cristiano en la comunidad educativa mediante los procesos pastorales de evangelización, para que siendo Jesús el centro de su vida se constituya en gestora de la transformación del entorno natural y social.
- Garantizar un ambiente educativo armónico, a través de mecanismos de promoción, prevención, atención y seguimiento de la convivencia escolar para favorecer el aprendizaje y el desarrollo de competencias ciudadanas.
- Ofrecer procesos de mejoramiento profesional que favorezcan la adquisición de las competencias necesarias para realizar una labor eficiente, trabajando con otros y asumiendo un liderazgo positivo, desde la Piedad y las Letras.
- Gestionar la disponibilidad de recursos, equilibrio y solidez financiera a corto, mediano y largo plazo.

#### *7.1.6 Ideario institucional*

En la Unidad Educativa Fiscomisional Calasanz – Loja:

- Educamos en Piedad y Letras.
- Anunciamos y transformamos a la luz del evangelio.
- Formamos estudiantes justos, innovadores, solidarios y corresponsables con el medio ambiente.
- Somos maestros cooperadores de la Verdad.
- Utilizamos métodos sencillos y prácticos.
- Promovemos un ambiente cristiano y de convivencia armónica.
- Caminamos juntos hacia la excelencia.
- Acompañamos para la mejora continua.

### 7.1.7 Perfil del estudiante calasancio

#### **EXCELENCIA ACADÉMICA. (Aprender a conocer)**



**Figura 2 Excelencia Académica**  
Fuente: Ideario Educativo Calasanz

#### **COMPROMISO ÉTICO. (Aprender a convivir)**



**Figura 3 Compromiso Ético**  
Fuente: Ideario Educativo Calasanz

***DISCERNIMIENTO VOCACIONAL. (Aprender a hacer)***



**Figura 4 Discernimiento Vocacional**

Fuente: Ideario Educativo Calasanz

***CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD. (Aprender a ser)***



**Figura 5 Construcción de Identidad**

Fuente: Ideario Educativo Calasanz

***7.1.8 Sistema De Gestión De Calidad***

El Sistema de Gestión de Calidad de la UNIDAD EDUCATIVA CALASANZ responde a una necesidad que surge de los planteamientos que se hacen en la Visión, Misión y Proyecto Educativo Institucional; el Sistema de Gestión de Calidad, establece una Política y unos Objetivos de Calidad, que se evidencian en la ejecución de 13 Procesos distribuidos en niveles ESTRATÉGICOS, OPERATIVOS, de APOYO y de EVALUACIÓN, siendo su finalidad el desarrollo de una cultura de



calidad y el mejoramiento continuo en cada una de las actividades que se realizan en la Institución.

#### CERTIFICADO DE CALIDAD ISO 9001: 2005

La Organización Internacional de Normalización o ISO se fundó el 23 de febrero de 1947, es el organismo encargado de promover el desarrollo de normas internacionales de fabricación (tanto de productos como de servicios), comercio y comunicación. Su función principal es la de buscar la estandarización de normas de productos y seguridad para las empresas u organizaciones (públicas o privadas) a nivel internacional.

La ISO es una red de los institutos de normas nacionales de 163 países, sobre la base de un miembro por país, con una Secretaría Central en Ginebra (Suiza) que coordina el sistema.

Las normas desarrolladas por ISO son voluntarias, comprendiendo que ISO es un organismo no gubernamental y no depende de ningún otro organismo internacional, por lo tanto, no tiene autoridad para imponer sus normas a ningún país. El contenido de los estándares está protegido por derechos de copyright y para acceder a ellos el público corriente debe comprar cada documento.

El Sistema de Gestión de Calidad, de nuestro Proceso Educativo, está reglamentado por la Organización Internacional de Normalización o ISO, bajo la Norma 9001: 2015 y Certificado por la certificadora colombiana ICONTEC, que es miembro de la red internacional IQnet, entidad que valida los certificados a nivel mundial.

#### **POLÍTICA DE CALIDAD CALASANCIA**

La Provincia de Nazaret de la Orden de las Escuelas Pías evangeliza educando desde la primera infancia a través de sus colegios e instituciones de educación formal, integrando fe y cultura (Piedad y Letras) legado de San José de Calasanz; para ello garantizamos:

- La excelencia en la presentación del servicio educativo a partir de los elementos de la identidad calasancia, la atención y la satisfacción a nuestras partes interesadas.
- La aplicación de herramientas de gestión en nuestro proceso, cumpliendo: la normatividad legal vigente, las disposiciones institucionales y los requisitos de la norma ISO 9001:2015.
- Una cultura de mejoramiento continuo en todos los procesos.

## **OBJETIVOS**

- Fortalecer la calidad del proceso educativo a través del cumplimiento de los estándares propuestos por el Ministerio de Educación, con miras a alcanzar la misión y la visión institucional.
- Lograr en nuestros educandos el desarrollo de las destrezas con criterio de desempeño, con énfasis en las lógico-matemáticas, abstractas y lingüísticas para favorecer la comprensión y aplicación ética de la ciencia y promover su relación con el entorno natural y social.
- Fortalecer los procesos de inclusión a través de la atención oportuna y especializada a estudiantes con necesidades educativas especiales asociadas o no a discapacidad.
- Lograr una educación de calidad mediante procesos de capacitación, y actualización profesional del personal directivo, docente, administrativo y de apoyo.
- Impulsar el crecimiento humano – cristiano en la comunidad educativa, desde el carisma calasancio, mediante procesos de evangelización, convivencia y acompañamiento.
- Garantizar la disponibilidad de recursos, equilibrio y solidez financiera a corto, mediano y largo plazo.
- Optimización de la gestión administrativa
- Optimización de recursos económicos
- Excelencia y carrera docente

- Desarrollo de investigación a través de su modelo educativo que implica proyectos y productos integradores para que el alumno desarrolle: el saber ser, el saber y el saber hacer
- Ejecución de programas de vinculación con la colectividad
- Velar en todo momento por el bienestar estudiantil a través de: seguro estudiantil, programas de becas, programas de créditos educativos internos, impulso académico y curricular
- Utilizar la TIC`S como herramienta prioritaria para el avance tecnológico
- Automatizar sistemas para operativizar y agilizar procedimientos
- Adquirir equipo, mobiliario, insumos, herramientas, modernizar laboratorios a fin de que los estudiantes obtengan un aprendizaje significativo
- Rendir cuentas a los organismos de control como CES, SENESCYT, CEAACES, SNIESE, SEGURO SOCIAL, SRI, Ministerio de Relaciones Laborales; CONADIS, docentes, estudiantes, padres de familia y la sociedad en general
- Adquirir el terreno para la edificación de un edificio propio y moderno hasta finales del año dos mil quince.

## **PROCESO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD**

### *Procesos estratégicos*

- Planeación estratégica
- Sistema de gestión de calidad

### *Procesos operativos. Gestión Académica*

- Planeación Curricular
- Ejecución Curricular
- Evaluación y Promoción Académica

### *Procesos de apoyo*

- Consejería estudiantil
- Convivencia
- Pastoral

- Talento Humano
- Servicios Generales
- Financiero
- Comunicación

## **REVISIÓN DE ALTA DIRECCIÓN**

La alta dirección representada por el Padre Rector Mg.Sc. Oswaldo Espinoza Sch.P., debe revisar el Sistema de Gestión de Calidad de la institución a intervalos planificados, para asegurar su conveniencia, adecuación y eficacia continuas. La revisión debe incluir la evaluación de las oportunidades de mejora y la necesidad de efectuar cambios en el Sistema de Gestión de Calidad, incluyendo la Política y los Objetivos de calidad.

Los Procesos del Sistema de Gestión de Calidad deben presentar la información de su gestión para la revisión por la dirección de acuerdo a la periodicidad establecida.

## 7.2 Marco Conceptual

### I. Capítulo

#### 7.2.1 *Embarazos Adolescentes*



**Figura 6 Embarazos Adolescentes**

Fuente: Imagen tomada de archivo particular, 2020

Las causas del embarazo en la adolescencia son variablemente discutibles, de gran carga emocional, y múltiples. Se deben examinar muchos factores; como no hay ninguna contracepción efectiva al 100 %, la abstinencia es la manera más segura para prevenir el embarazo.

Las estadísticas muestran que el 18% de los adolescentes americanos han experimentado el sexo con anterioridad a los 15 años de edad. Además, este número crece hasta el 66% de adolescentes no casadas que tienen experiencias sexuales antes de los 19 años. Diferentes estudios han mostrado que a la edad de 20 años, el 75% de las mujeres y el 86% de los varones estadounidenses son sexualmente activos. (OPS, 2018)

Los embarazos en la adolescencia son más probables en comunidades pobres, poco instruidas y rurales. En algunos países, los embarazos fuera del matrimonio no son raros. En cambio, algunas muchachas pueden recibir presión social para contraer matrimonio y, una vez casadas, para tener hijos. En países de ingresos medianos y bajos más del 30% de las muchachas contraen matrimonio antes de los 18 años, y cerca del 14% antes de los 15 años. (OMS, 2020)

La probabilidad de los embarazos en lugares de escasos recursos aumenta por la falta de educación y mucho más en el ámbito de salud sexual. Es un tema delicado para estos sectores ya que muchas niñas son obligadas a casarse y con ello ser madres sin tener idea de cómo esto funciona, la falta de educación abunda junto a la ignorancia y el temor de hablar de sexualidad sin miedo.

Las niñas y adolescentes son las principales víctimas de abuso sexual, que casi siempre se desarrolla en entornos familiares o cercanos; sin embargo, la gran mayoría de los casos no se denuncian. La OMS calcula que 150 millones de niñas y 73 millones de niños han experimentado relaciones sexuales forzadas u otras formas de violencia sexual que implican contacto físico. (OMS, 2020).

A continuación, las causas principales de embarazos a temprana edad:

### ***7.2.2 Causas Principales***

#### **7.2.2.1 Factores Dependientes De La Vida Familiar.**

- Rígida: se consideró como tal aquella en que los adolescentes transcurrieron los primeros años de la vida en un clima familiar donde predominó la tensión, temor, frustración y desconfianza por inadecuada relación emocional entre los integrantes de la familia.
- Tolerante: se consideró a aquella que se desarrolló en un clima desfavorable basado en exceso de cariño y preocupación por ambos cónyuges, abuelos u otros familiares que produce desde la temprana infancia actitudes donde el joven espera demasiado, lo que obstaculiza el desarrollo de la capacidad de amar.
- Adecuada: se consideró para aquella en que el joven se desarrolla en una atmósfera de confianza, seguridad, amor y protección lo que le transmite una experiencia positiva y un adecuado desarrollo de su personalidad. (ArgotaI, LarreaII, GarcíaII, & DespeineII, 2009)
- La educación sexual debe comenzar en casa, por los padres desde los primeros años de vida, no con la intención de motivar a los hijos, sino de prevenir, de

ayudar y protegerlos. Ofrecerles confianza y seguridad aporta una experiencia positiva tanto a su vida personal como sexual, mientras que el temor y la desconfianza causa un desbalance en el adolescente negativo y que en muchos casos terminan en embarazos no deseados.

- **Relación adecuada:** si existieron relaciones armónicas entre padres e hijos en una atmósfera de solidaridad y respeto en el seno familiar y una buena comunicación entre sus integrantes que garantizaran un desarrollo integral. Los jóvenes en esta condición forman el grupo no expuesto.
- **Relación inadecuada:** cuando la población estudiada no mantiene esta relación con sus padres, constituye el grupo expuesto. (ArgotaI, LarreaII, GarcíaII, & DespeineII, 2009)
- Se debe procurar mantener una relación sana y estable entre padres e hijos, con el objetivo de generar un ambiente seguro para que el adolescente pueda comunicar sus sentimientos, emociones, dudas sin el miedo al rechazo o la falta de información. Que los adolescentes formen parte del grupo no expuesto comienza como responsabilidad de los padres.

#### **7.2.2.2 Factores dependientes de la vida personal**

***Responsabilidad de la pareja:*** Se hará referencia a la responsabilidad individual donde el varón tiene conciencia de su propia actuación reconociendo su error y tomen decisiones independientes en pleno conocimiento de la consecuencia de sus actos y su preocupación por la otra parte de la pareja, además de brindarle apoyo espiritual y económico a la gestante adolescente.

Esta variable se dividió en: las que su pareja no tenía responsabilidad en la relación y las que no tenían pareja, grupo expuesto y las que su pareja tenía responsabilidad en la relación, grupo no expuesto. (ArgotaI, LarreaII, GarcíaII, & DespeineII, 2009)

***Uso de anticonceptivos:*** Se determinó en el problema objeto de estudio el uso de algún método anticonceptivo para evitar una gestación no deseada, dividiéndose su

uso en: las que no utilizaban anticonceptivos, grupo expuesto y las que utilizaban anticonceptivos, grupo no expuesto. (ArgotaI, LarreaII, GarcíaII, & DespeineII, 2009)

***Estabilidad en la relación de pareja:*** Se consideró estable cuando existía una relación afectiva e íntima de manera mantenida independiente de que estuviera legalizada o no. Las adolescentes con esta condición constituyeron el grupo no expuesto a diferencia de las que presentaban inestabilidad en su relación o negaron tener pareja que conformaron el grupo expuesto. (ArgotaI, LarreaII, GarcíaII, & DespeineII, 2009)

***Promiscuidad:*** Dentro de este atributo se tuvieron en cuenta aquellas personas y grupos de personas en estado de salud aparente en que su comportamiento sexual pudiera aumentar la probabilidad de tener una gestación en edades tempranas de la vida, clasificándose dichas variables en:

- Promiscuas: todas aquellas adolescentes que independientemente de su estado civil refirieron relaciones sexuales simultáneamente o sucesivamente con más de un compañero sexual constituyendo el grupo expuesto.
- No promiscuas: todas las mujeres que no presentaron este comportamiento conformaron el grupo no expuesto. (ArgotaI, LarreaII, GarcíaII, & DespeineII, 2009)

### 7.2.3 *Consecuencias De Embarazos A Temprana Edad*



**Figura 7: Consecuencias de embarazos a temprana edad**

Fuente: Imagen tomada por Diego Gonzáles, 2017



Las complicaciones durante el embarazo y el parto son la segunda causa de muerte entre las muchachas de 15 a 19 años en todo el mundo. Sin embargo, desde el año 2000 se han registrado descensos considerables en el número de muertes en todas las regiones, sobre todo en Asia Sudoriental, donde las tasas de mortalidad se redujeron de 21 a 9 por 100.000 muchachas. Cada año se practican unos 3 millones de abortos peligrosos entre muchachas de 15 a 19 años, lo que contribuye a la mortalidad materna y a problemas de salud prolongados.

La procreación prematura aumenta el riesgo tanto para las madres como para los recién nacidos. En los países de ingresos bajos y medianos, los bebés de madres menores de 20 años se enfrentan a un riesgo un 50% superior de mortalidad prenatal o de morir en las primeras semanas de vida que los bebés de mujeres de 20 a 29 años. Cuanto más joven sea la madre, mayor el riesgo para el bebé. Además, los recién nacidos de madres adolescentes tienen una mayor probabilidad de registrar peso bajo al nacer, con el consiguiente riesgo de efectos a largo plazo. (OMS, 2020)

La salud de las adolescentes en el embarazo es un tema importante a tratar puesto que en ocasiones puede llegar a la muerte de la madre debido a que tienen el riesgo de la desproporción céfalo pélvica derivada de un crecimiento fetal que no es compatible con la pelvis de una niña, entre otras. Las complicaciones relacionadas con el embarazo y el parto en niñas menores de 14 años son patologías gravísimas, desde la presencia de tumores placentarios, embarazos ectópicos, embarazos múltiples y complicaciones derivadas del parto, entre otras.

Las adolescentes que se quedan embarazadas presentan en muchos casos:

- Cuadros de mala nutrición, con carencia de nutrientes esenciales para el buen desarrollo del bebé
- Un mayor número de abortos espontáneos
- Partos prematuros, hay un gran número de bebés de adolescentes que nacen antes de la semana 37 de gestación
- Sus bebés tienen un peso bajo ya que la inmadurez de su cuerpo hace que su útero no se haya desarrollado completamente

- Las mamás adolescentes tienen niños con más problemas de salud y trastornos del desarrollo
- En los casos de embarazos de niñas de menos de 15 años, el bebé tiene más posibilidades de nacer con malformaciones. (OMS, 2020)

La vida de la futura madre se encuentra en riesgo constante, debido a que su cuerpo aún no está listo para concebir a otro ser. No sólo interfiere a su desarrollo psicosocial, sino que se asocia con resultados negativos en la salud y con un mayor riesgo de muerte. Además, sus hijos están en mayor riesgo de tener una salud más débil o morir.

La mortalidad materna es una de las principales causas de muerte en adolescentes y jóvenes de 15 a 24 años en la región de las Américas. A modo de ejemplo, en 2014, fallecieron cerca de 1900 adolescentes y jóvenes como resultado de problemas de salud durante el embarazo, el parto y el posparto. A nivel global, el riesgo de muerte materna se duplica en madres más jóvenes de 15 años en países de ingreso bajo y mediano. Las muertes perinatales son un 50% más alta entre recién nacidos de madres menores de 20 años comparado con los recién nacidos de madres de 20 a 29 años, indica el informe. (OPS, 2018)

Los cuerpos más jóvenes no están plenamente desarrollados para pasar por el proceso del embarazo y el parto sin consecuencias negativas. Las madres adolescentes se enfrentan a un riesgo más alto de parto obstruido que las mujeres de veinte años o más. Sin una atención obstétrica de urgencia adecuada, esto puede conducir a la ruptura del útero, que conlleva un alto riesgo de muerte tanto para la madre como para el bebé.

### 7.2.4 *Consecuencias Económicas y Sociales*



**Figura 8: Consecuencias económicas y sociales**  
Fuente: Imagen tomada de Noventa Grados, 2018

El embarazo en la adolescencia puede también tener repercusiones sociales y económicas negativas para las muchachas, sus familias y sus comunidades. Muchas adolescentes que se quedan embarazadas se ven obligadas a dejar la escuela. Una adolescente con escasa o ninguna educación tienen menos aptitudes y oportunidades para encontrar un trabajo. Esto puede también tener un costo económico para el país, puesto que se pierden los ingresos anuales que una mujer joven hubiera ganado a lo largo de su vida de no haber tenido un embarazo precoz. (OMS, 2020)

Algunas personas denominan el embarazo en la adolescencia como el síndrome del fracaso, porque realmente se han frustrado la conducción de la familia, de la escuela y de la sociedad. La historia de una adolescente embarazada, refleja no sólo un drama o una expresión social de un grupo de personas jóvenes, refleja también la cantidad de presiones y las pocas alternativas que les permiten manejar los riesgos que éste implica.

#### **7.2.4.1 Riesgos psicológicos:**

- La probabilidad de que la madre sienta rechazo hacia el bebé es mucho mayor
- Muchas madres jóvenes optan por dar en adopción a sus bebés, lo que puede generar depresión.

- Los problemas familiares son bastante comunes ya que los parientes pueden mostrar rechazo hacia la madre adolescente.
- Debido a la corta edad de las madres, muchas no quieren hacerse responsables de sus bebés.
- El fracaso escolar es otro factor importante. (Médica, 2020)

Las mujeres que fueron madres en la adolescencia están en desventaja frente a quienes postergan su maternidad hasta la edad adulta. Las brechas más importantes son educativas y por ingresos laborales. De acuerdo con los datos levantados, quienes no fueron madres en la adolescencia tienen 6% más probabilidad de terminar la educación primaria y secundaria y 11% más de llegar al nivel de educación superior. El costo de oportunidad de la educación debido al embarazo en adolescencia y la maternidad temprana por abandono y rezago escolar representó una pérdida económica para el país de \$59,6 millones de dólares al año 2017. Esta pérdida se da debido a las diferencias en el nivel de educación alcanzado y sus efectos sobre los ingresos laborales. (UNFPA Ecuador, 2020)

Las diferencias también están en los ingresos. Mientras que el ingreso medio anual de quienes fueron madres en edad adulta es de \$5.189 dólares, el ingreso de las mujeres que lo fueron en su adolescencia es de \$4.015, lo que indica una brecha de ingresos del 23%. El embarazo en adolescentes impacta en la economía de las mujeres que no pueden acceder al mercado laboral en iguales condiciones y también afecta a la economía del país. (UNFPA Ecuador, 2020)

## II. Capítulo

### 7.2.5 *¿Qué Es La Ilustración?*

Se entiende por ilustración, cualquier obra trazada con acuarela, tinta china, óleo, aerógrafo u otros materiales similares. La ilustración no debe ser confundida con el dibujo. Se utilizó desde sus inicios fundamentalmente con fines publicitarios, como en el caso de carteles, anuncios de productos, decoración de portadas de libros, cómics o para describir en imágenes las acciones de cuentos, fundamentalmente infantiles. (EcuRed, s.f.)

Una ilustración puede explicar una idea incluso sin el texto cerca. La gente que mira la ilustración debería ver la historia, "leerla" como lo haría con el texto. Contar una historia con una ilustración significa transmitir algún significado, explicar un determinado contexto solo con la ayuda de una imagen.

### 7.2.6 *Ilustración Digital*

La ilustración digital es el uso de herramientas digitales para producir imágenes (personajes, entornos y objetos), generalmente a través de un dispositivo electrónico (tableta o un mouse). Mientras que las ilustraciones tradicionales se crean utilizando métodos como el óleo o la acuarela sobre papel o lienzo, las ilustraciones digitales se crean utilizando software como Adobe Photoshop & Adobe Illustrator. También se diferencia de la manipulación digital de fotografías, ya que la ilustración digital es una construcción original "desde cero". (EcuRed, n.d.)

La ilustración digital ofrece una mayor precisión, mayor número de opciones y herramientas automáticas para realizar el trabajo de una manera más eficiente, sin embargo, se debe recordar que a través de sus propias formas de trabajo suelen simular a las técnicas de la ilustración tradicional.

### 7.2.7 *¿Qué Es Una Campaña Publicitaria?*

Una campaña publicitaria es un proceso estratégico de mercadotecnia que utiliza diferentes medios de comunicación para hacer llegar un mensaje al público objetivo. Así, es un conjunto de esfuerzos creativos, realizados por el marketing operativo, que buscan generar un comportamiento en el receptor del mensaje publicitario, a través de la persuasión. El objetivo del mensaje puede ser, por ejemplo, captar nuevos clientes o reposicionar la marca a través de asociaciones de valores y sentimientos determinados. (Publicitaria, 2020).

Se nos dice que una campaña publicitaria obedece a una estrategia, misma que permite alcanzar los objetivos de la misma. Cada campaña publicitaria debe contar con un concepto determinado, así como un tema. El mensaje que se desea pasar al consumidor, es una promesa del producto o servicio que se está promocionando.

### 7.2.8 *Tipos De Campañas Publicitarias*

Se dice que las 3 finalidades de la publicidad son informar, persuadir y recordar; existen diferentes tipos de campañas que se clasifican de la siguiente manera.

#### **7.2.8.1 Según la naturaleza del producto**

Las campañas publicitarias que se clasifican según la naturaleza del producto pueden ser:

- De propaganda: aquella difusión de información, mensajes o posiciones políticas ante determinados sucesos, que buscan que el receptor actúe de determinada manera. Los ejemplos más representativos tienen que ver con las publicidades que llaman a votar por un candidato político o fijar posiciones ante el matrimonio igualitario o el aborto legal.
- Sociales o cívicas: el objetivo de estas campañas consiste en lograr un cambio de actitud en los ciudadanos, tal como mejorar sus hábitos de consumo, promover el cuidado del medio ambiente, etc. Al igual que la propaganda, no

constituye una publicidad comercial, sino que busca modificar un comportamiento o una actitud en la población.

- **Institucionales:** este tipo de campaña busca forjar la buena imagen de la compañía ante la sociedad, con fines comerciales. Muchas veces las promociones van acompañadas de apoyos a causas sociales, como la lucha contra el sida o el cáncer.
- **Industriales:** son aquellas que realizan las empresas de un determinado sector industrial con el fin de promocionar conjuntamente sus productos o servicios. Por ejemplo, cuando la industria vitivinícola (producción de vinos) promueve su consumo en toda la sociedad.
- **De co-branding:** las campañas de co-branding se llevan a cabo entre 2 empresas cuyos productos o servicios son complementarios entre sí. Por ejemplo, la aplicación Runtastic, que permite el registro y análisis personal de las actividades deportivas, ha realizado campañas junto a Adidas (la multinacional alemana de equipamiento deportivo) para fidelizar y generar nuevos clientes.
- **De patrocinio:** cuando una compañía apoya la organización de un evento, la realización de una actividad o a una persona que se dedica a algo en particular (deportista, experto, etc.). A través de este tipo de campaña, la empresa logra visibilidad en diferentes medios nacionales e internacionales.
- **De producto:** se llevan a cabo para dar a conocer un nuevo producto o servicio (campaña de lanzamiento) o para fortalecer o mantener el lugar que este ya tiene en la mente del consumidor. Cuando una marca promociona varios de sus productos en un mismo anuncio, se habla de campaña sombrilla. (Publicitaria, 2020)

#### **7.2.8.2 Según El Ciclo De Vida**

Las campañas publicitarias que se clasifican según el ciclo de vida pueden ser:

- **De expectativa:** aquellas que buscan despertar curiosidad antes del lanzamiento de un determinado producto o servicio. Por lo general no dicen

mucho, solo lo suficiente para despertar el interés y el deseo de querer saber más acerca de la marca.

- De lanzamiento: en estas campañas se anuncia la flamante salida al mercado de un nuevo producto o servicio. Suelen invertir cuantiosas sumas para abarcar la mayor cantidad de canales de comunicación de manera simultánea.
- De sostenimiento o mantenimiento: se realizan para mejorar el posicionamiento de mercado de productos que ya tienen presencia en él. Estas campañas buscan mantener el conocimiento de una marca que ya lleva suficiente tiempo en el mercado.
- De reactivación: buscan mejorar la situación actual del producto o servicio, ya sea porque disminuyeron sus ventas o porque es un buen momento para hacerlo, dado que hay temporadas o eventos importantes que potenciarán el producto o servicio.
- De relanzamiento: por lo general se realizan cuando cambia alguna característica del producto o servicio, como por ejemplo el diseño del logo, el packaging, cuando se presenta una nueva funcionalidad, etc. (Publicitaria, 2020)
- De venta fuerte: mediante este tipo de campaña la empresa busca generar beneficios a muy corto plazo, a través de un fuerte incremento en las ventas. Los mensajes promocionales como: «oferta o promo del día», «2 x 1», «50% de descuento en la segunda unidad» son algunos llamadores que despiertan el interés del consumidor para adquirir los productos o servicios de la compañía. (Publicitaria, 2020)

### ***7.2.9 Proceso De Creación De Una Campaña Publicitaria***

Todas las campañas publicitarias contienen una serie de pasos que deben realizarse para garantizar su éxito:

1. Descripción del producto o servicio: el primer paso consiste en conocer en detalle aquello que se pretende promocionar. Es necesario que la empresa comparta con la agencia publicitaria detalles técnicos, historial del producto o



servicio, datos de la competencia y cualquier información que ayude a diseñar una campaña publicitaria eficiente.

2. Fijar los objetivos: los objetivos de marketing deben ser claros para utilizar el tipo de campaña que más se adapte a ellos. ¿Se pretende aumentar la frecuencia de compra? ¿Informar alguna funcionalidad del producto? ¿Persuadir al público de adquirirlo?, con el fin de determinar los esfuerzos comunicacionales que se requerirán.
3. Definición del público objetivo: consiste en comunicar el producto o servicio al público correcto, ese perfil de consumidor para el cual fue creada la propuesta de valor y que cuenta con una serie de variables que lo definen: nivel de ingresos, edad, sexo, nivel de estudios, hábitos de compra, etc.
4. Alcance de la campaña: debe establecerse la dimensión geográfica de la publicidad, del tipo local, regional, nacional o internacional.
5. Mensaje: el mensaje deberá estar en perfecta sintonía con el público objetivo definido, generando la respuesta que se pretende por parte del consumidor.
6. Plan de medios: son los canales online y offline por los cuales se transmitirá el mensaje, tales como redes sociales, publicidad en video, mailing, cartelería en vía pública, etc.
7. Presupuesto estimado: el monto total asignado para la campaña condicionarán su alcance, por lo que habrá que definir la inversión a realizar en cada medio definido en el punto anterior.
8. Medición de resultados: durante la ejecución y una vez finalizada la campaña, deberá realizarse un análisis comparativo entre los objetivos proyectados y los reales; a fines de estudiar los desvíos, la efectividad del mensaje publicitario, la tasa de conversión en ventas, la visualización de impresiones en redes sociales, etc. (Publicitaria, 2020)

En conclusión, las campañas publicitarias permiten dirigirnos al público de manera interactiva mediante la investigación previa y el conocimiento del público objetivo. Mismo que sirve para impactar en un grupo de sectores y resolver algún problema crucial. Se trata de un plan a corto plazo que, por lo general, funciona durante un año o menos.

## **8. Metodología**

### **8.1 Métodos De La Investigación**

#### **8.1.1 Método Fenomenológico**

“El enfoque fenomenológico surge como una respuesta al radicalismo de lo objetivable. Se fundamenta en el estudio de las experiencias de vida, respecto de un suceso, desde la perspectiva del sujeto. Este enfoque asume el análisis de los aspectos más complejos de la vida humana, de aquello que se encuentra más allá de lo cuantificable” (Elida, 2019)

Es un método basado en las experiencias propias por tanto no pretende dar explicaciones de los hechos, sino que los describe como una realidad dada, percibida y experimentada por nosotros mismos.

Para realizar la primera parte del proyecto se tuvo como base de apoyo en el método fenomenológico que inicia con la investigación sobre las causas de los embarazos adolescentes, continúa con una observación sobre la cantidad de embarazos adolescentes que ocurren y termina con un análisis sobre la manera de cómo prevenir embarazos a temprana edad.

#### **8.1.2 Método Hermenéutico**

“Consiste en tratar de encontrar el significado de algún proceso social mediante la interpretación y comprensión de textos, para explicar la relación que guarda con el contexto en que se presenta (explicación interpretativa)” (Hector, 2012)

El método Hermenéutico consiste en interpretar y comprender textos, mediante un análisis de comunicación no verbal. A través de este método se pretende encontrar el verdadero significado de las palabras.

La segunda parte del proyecto se realiza mediante el método hermenéutico inicialmente con la comprensión de datos científicos sobre los embarazos en

adolescentes, seguidamente relacionar los conocimientos encontrados al respecto y finalmente redactar por escrito la información obtenida.

### **8.1.3 Método Práctico**

“Este método consiste en la observación del objeto de estudio y en la manipulación de una o más variables independientes bajo condiciones rigurosamente controladas, con la finalidad de comprobar, demostrar o reproducir ciertos fenómenos en base en los resultados obtenidos, formular hipótesis que permitan establecer generalizaciones científicas, que puedan verificarse en hechos concretos en la realidad.” (Hector, 2012)

Este método nos permite obtener resultados concretos que se pueden comprobar mediante hechos. A través de este método demostramos de manera práctica el estudio antes realizado en base a los resultados obtenidos.

Finalmente, la tercera parte se desarrolla en el contexto del método práctico – Proyectual que inicia con crear material gráfico que aporte a prevenir y concientizar sobre los embarazos adolescentes, continúa con la descripción de los beneficiarios, cronograma de actividades, recursos, formas de evaluación y termina con la defensa ante el tribunal de grado y autoridades del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano.

## **8.2 Técnicas De Investigación**

### **8.2.1 Observación**

“La observación científica consiste en la percepción sistemática y dirigida a captar los aspectos más significativos de los objetos, hechos, realidades sociales y personas en el contexto donde se desarrollan normalmente.” (investigación, 2008)

En el presente proyecto la observación directa será enfocada a informar para prevenir embarazos a temprana edad en los y las adolescentes del colegio “Unidad Educativa Fiscomisional Calasanz” en la ciudad de Loja.

### **8.2.2 Entrevista**

La encuesta es una técnica que al igual que la observación está destinada a recopilar información; de ahí que no debemos ver a estas técnicas como competidoras, sino más bien como complementarias, que el investigador combinará en función del tipo de estudio que se propone realizar. (Investigación, 2008)

Esta técnica de investigación será aplicada a (1 persona entrevistada), por medio de un webinar para poder obtener información sobre las consecuencias de un embarazo adolescente y cómo prevenirlo.

### **8.2.3 Encuesta**

La encuesta es una técnica que al igual que la observación está destinada a recopilar información; de ahí que no debemos ver a estas técnicas como competidoras, sino más bien como complementarias, que el investigador combinará en función del tipo de estudio que se propone realizar. (investigación, 2008)

La encuesta será aplicada a una muestra de 214 adolescentes, con el objetivo de determinar el enfoque práctico del proyecto, así como también, el medio por el cual les gustaría obtener información del mismo.

## **8.3 Instrumentos**

### **8.3.1 Cuestionario**

“Este instrumento consiste en aplicar a un universo definido de individuos una serie de preguntas o ítems sobre un determinado problema de investigación del que deseamos conocer algo” (Sierra.R, 1994).

El cuestionario es un instrumento de la encuesta que se aplicará en la ciudad de Loja, el mismo que contiene 9 preguntas que nos permitirán obtener información valiosa para una correcta ejecución del proyecto

## 8.4 Diseño Metodológico

### 8.4.1 Proyección de la Población

La población con la que se plantea realizar la investigación es finita por lo que nos enfocaremos en los y las adolescentes del colegio “Unidad Educativa Fiscomisional Calasanz”, ubicada en la ciudad de Loja. La encuesta será tomada a los adolescentes los cuales poseen un perfil común en un rango de edad de 15 a 19 años, mismos que pertenecen a primero, segundo y tercero de bachillerato.

Los sujetos en total son  $N = 481$  de estos se seleccionó la muestra que conforman los estudiantes de primero, segundo y tercero de bachillerato del colegio “Unidad Educativa Fiscomisional Calasanz”.

**Tabla 1**

*Número de estudiantes*

Año BGU	Número de Estudiantes
<b>Primero BGU</b>	158
<b>Segundo BGU</b>	172
<b>Tercero BGU</b>	159
Total	482 Estudiantes

**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes del colegio “Unidad Educativa Fiscomisional Calasanz”

**Autor:** Katerine Valeria Meza Barrigas

### 8.4.2 Muestra

El muestreo presentado para la siguiente investigación es un muestreo estratificado ya que la población incluye subgrupos que vienen a ser los años académicos, por lo que se puede utilizar un método aleatorio o sistemático.

La muestra de la investigación se obtuvo a través de la fórmula estadística para población finita utilizando un margen de error del 5%.

**Cálculo de la muestra:**

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

Donde:

**n**= Tamaño de muestra

**Z**= Valor Z curva normal (1.95)

**P**= Probabilidad de éxito (0.50)

**Q**= Probabilidad de fracaso (0.50)

**N**= Población (481)

**E**= Error muestral (0.05)

**Sustituyendo la fórmula:**

$$n = \frac{N \times Z^2 \times P \times Q}{(N - 1)(E^2) + Z^2(P)(Q)}$$

$$n = \frac{481 \times (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(481 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{(481)(3,84)(0,25)}{(480)0,0025 + 3,84(0,25)}$$

$$n = \frac{462}{2,16}$$

$$n = 213,8$$

$$n = 214$$

El total de la muestra de la investigación es de **214** estudiantes.

## 9. Análisis Y Presentación De Resultados

### Encuesta.

Para llevar a cabo esta etapa del proceso de investigación, se recolectaron 214 cuestionarios, el cual definirá la aceptación del proyecto.

A continuación, se muestra la información obtenida:

#### *Pregunta N.1*

Seleccione su género

**Tabla 2**

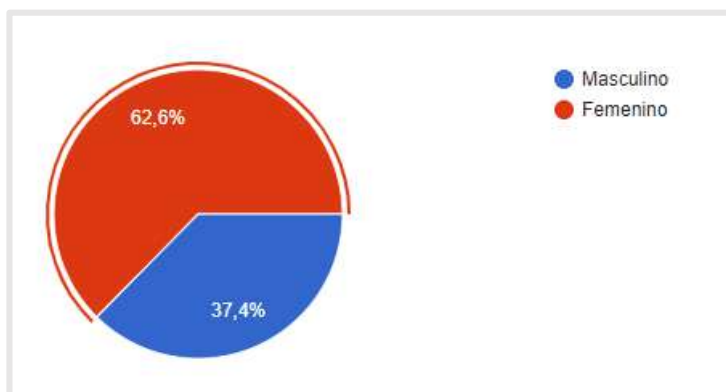
*Género de los adolescentes*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>Femenino</b>	134	63%
<b>Masculino</b>	80	37%
<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes del colegio “Unidad Educativa fiscomisional Calasanz”

**Autor:** Katerine Valeria Meza Barrigas

**Gráfico 1**



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Katerine Valeria Meza Barrigas

### *Análisis cuantitativo*

Se puede observar en la representación gráfica, que del 100% de los estudiantes encuestados hay una prevalencia en el género femenino con un 63,2% y en hombres 37,1%, considerando que la población de mayor cobertura es del género Femenino.

### *Análisis cualitativo pregunta 1*

De los resultados obtenidos en esta gráfica, tal como se observa, el mayor total de personas encuestadas han sido del género Femenino, dando un indicativo que están atraídos respecto a la campaña en cuestión.

### *Pregunta N.2*

¿Qué edad tiene?

**Tabla 3**

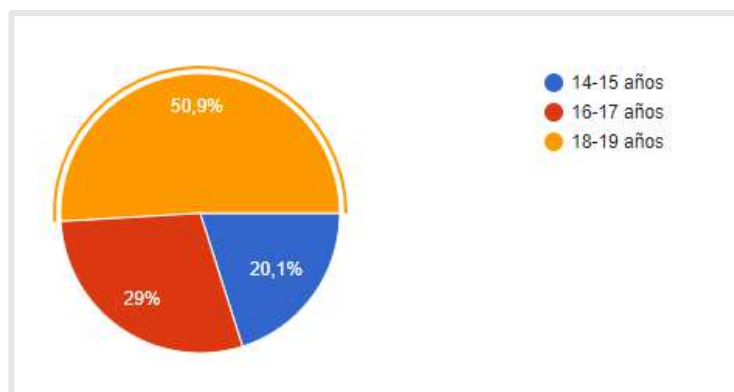
*Edad de los adolescentes*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>14 – 15 años</b>	43	20 %
<b>16 – 17 años</b>	62	29%
<b>18 – 19 años</b>	109	51%
<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes del colegio “Unidad Educativa fiscomisional Calasanz”

**Autor:** Katerine Valeria Meza Barrigas



**Gráfico 2**

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Katerine Valeria Meza Barrigas

### *Análisis cuantitativo*

Como se puede observar en la gráfica 2, del 100% de los estudiantes encuestados, arrojó a estudiante entre edades de 14 – 15 años con un 19,7%, 16 – 17 años con un 29,1% y por último estudiantes entre 18 - 19 años con un 51,2%.

### *Análisis cualitativo pregunta 2*

En esta gráfica se observa que el total de los estudiantes encuestados con mayor interés en la ejecución del tema de investigación son los de un rango de edad entre 18 – 19 años.

### *Pregunta N.3*

¿Usted ha recibido charlas sobre los embarazos en adolescentes?

**Tabla 4**

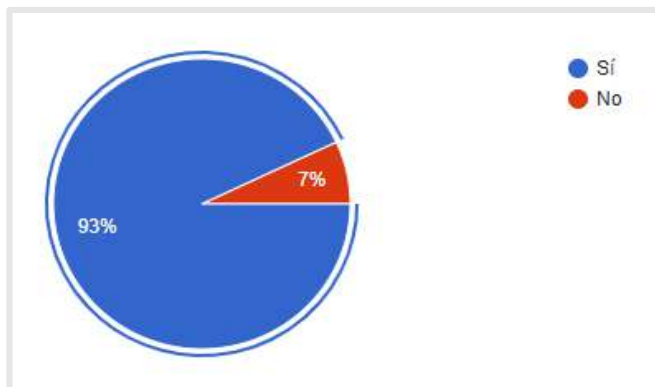
*Charlas sobre embarazos adolescentes*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	199	93%
<b>No</b>	15	7%
<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes del colegio “Unidad Educativa fiscomisional Calasanz”

**Autor:** Katerine Valeria Meza Barrigas

**Gráfico 3**



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Katerine Valeria Meza Barrigas

#### ***Análisis cuantitativo***

En la gráfica número 3, se puede apreciar que el 93% de los estudiantes encuestados, que representan a 199 personas de la población estudiantil del colegio “Unidad Educativa fiscomisional Calasanz”, indican que han recibido charlas sobre la prevención de embarazos adolescentes mientras que el 7% de los estudiantes encuestados que corresponden a 15 personas, respondieron que no han recibido ningún tipo de charlas.

#### ***Análisis cualitativo pregunta 3***

De los resultados obtenidos en esta pregunta, tal como se observa, la mayoría de los estudiantes señalan que han recibido charlas sobre embarazos a temprana edad. Sin embargo, la frecuencia de los que no han recibido charlas me permite dar el siguiente paso para que mi proyecto logre llegar a mi público objetivo.

#### ***Pregunta N.4***

En caso de que la respuesta anterior haya sido Sí, ¿por parte de quién recibió este tipo de información?

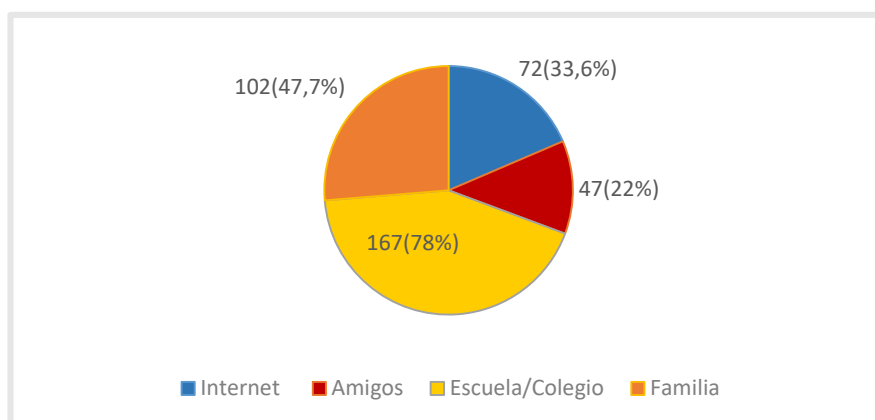
**Tabla 5**

*¿Por parte de quién recibió este tipo de información?*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>Familia</b>	102	48%
<b>Escuela/Colegio</b>	167	78%
<b>Amigos</b>	47	22%
<b>Internet</b>	72	34%
<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>182%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes del colegio “Unidad Educativa fiscomisional Calasanz”

**Autor:** Katerine Valeria Meza Barrigas

**Gráfico 4**

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Katerine Valeria Meza Barrigas

### *Análisis cuantitativo*

Se puede apreciar que el 47,7% de los estudiantes encuestados, indican que han recibido información por parte de su familia; el 78% de los estudiantes, respondieron que recibieron información por parte de la escuela/colegio. El 22% indicó que sus amigos fueron quienes le proporcionaron este tipo de información y por último el 33,6% de las personas encuestadas manifestó que por medio de internet obtuvieron esta información.

#### *Análisis cualitativo pregunta 4*

De los resultados obtenidos en esta pregunta, tal como se observa, la mayoría de los estudiantes señalan que han recibido este tipo de información por medio de la escuela/colegio y su familia. Sin embargo, la frecuencia de los que han recibido información por parte de amigos y por medio de internet es preocupante.

#### *Pregunta N.5*

Dentro de tu círculo social cercano, ¿has presenciado un embarazo adolescente?

**Tabla 6**

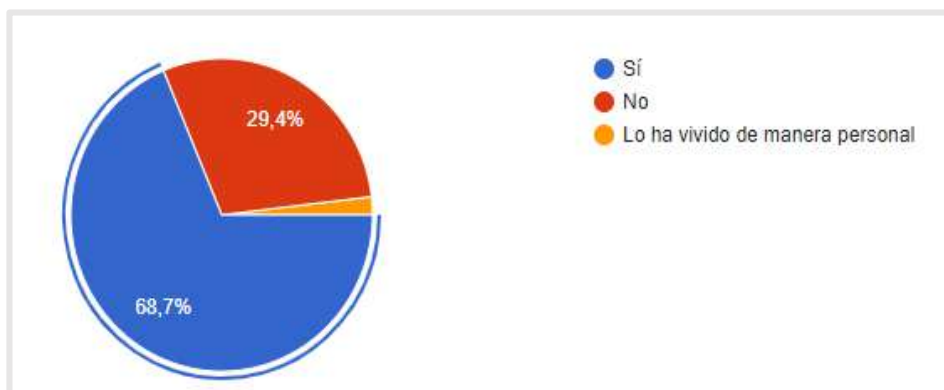
*¿Has presenciado un embarazo adolescente?*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	147	69%
<b>No</b>	63	29%
<b>Lo he vivido de manera personal</b>	4	2%
<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes del colegio “Unidad Educativa fiscomisional Calasanz”

**Autor:** Katerine Valeria Meza Barrigas

**Gráfico 5**



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Katerine Valeria Meza Barrigas

### *Análisis cuantitativo*

En la gráfica número 5, se puede apreciar que el 68,7% de los estudiantes encuestados, que representan a 147 personas de la población estudiantil del colegio “Unidad Educativa fiscomisional Calasanz”, indican que han presenciado un embarazo adolescente en su círculo social cercano por otro lado el 29,4% de los estudiantes que corresponden a 63 personas, respondieron que no han presenciado dicho suceso, mientras que el 1,9% que representa a 4 personas indican haber vivido de manera personal un embarazo adolescente.

### *Análisis cualitativo pregunta 5*

De los resultados obtenidos en esta pregunta, tal como se observa, la mayoría de los estudiantes señalan que dentro de su círculo social cercano han presenciado un embarazo adolescente. Sin embargo, la frecuencia de los que no han presenciado de manera cercana este suceso y los que han vivido de manera personal es baja.

### *Pregunta N.6*

¿Qué considera usted que afecta más en un embarazo adolescente?

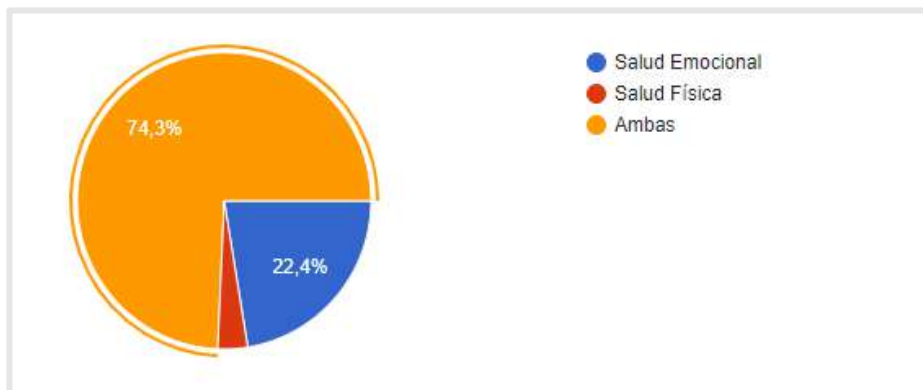
**Tabla 7**

*Salud emocional y física en el embarazo*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>Salud emocional</b>	48	22%
<b>Salud física</b>	7	3%
<b>Ambas</b>	159	74%
<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes del colegio “Unidad Educativa fiscomisional Calasanz”

**Autor:** Katerine Valeria Meza Barrigas

**Gráfico 6**

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Katerine Valeria Meza Barrigas

### *Análisis cuantitativo*

En la gráfica número 6, se puede apreciar que el 74,3% de los estudiantes encuestados, consideran que un embarazo adolescente afecta la salud emocional y física por igual por otro lado el 22,4% de los estudiantes, respondieron que la salud emocional se ve más afectada en un embarazo a temprana edad y por último el 3,3% indican que la salud física se muestra más perjudicada.

### *Análisis cualitativo pregunta 6*

De los resultados obtenidos en esta pregunta, tal como se observa, la mayoría de los estudiantes señalan que la salud emocional y física se ven perjudicadas de la misma manera. Sin embargo, la frecuencia de los que consideran que la salud emocional es más afectada que la física presenta una diferencia notable.

### *Pregunta N.7*

¿Le gustaría tener información sobre los embarazos en adolescentes por medio de campañas publicitarias?

### **Tabla 8**

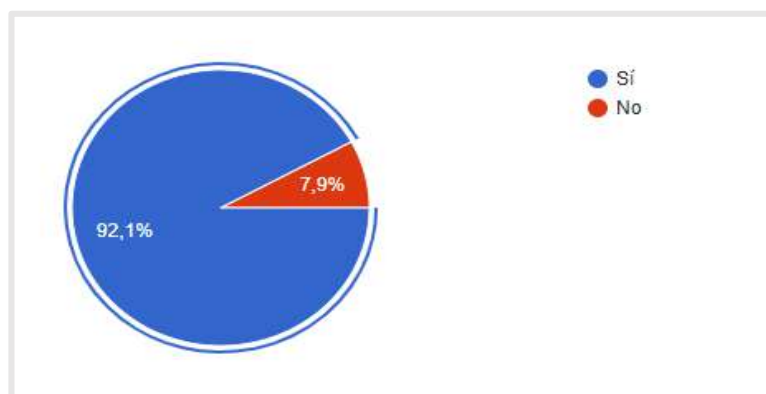
*Información sobre embarazos adolescentes*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	197	92,%
<b>No</b>	17	8%
<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes del colegio “Unidad Educativa fiscomisional Calasanz”

**Autor:** Katerine Valeria Meza Barrigas

**Gráfico 7**



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Katerine Valeria Meza Barrigas

### ***Análisis cuantitativo***

En la gráfica número 7, se puede apreciar que el 92,1% de los estudiantes encuestados, que representan a 197 personas de la población estudiada, indican que les gustaría obtener información sobre embarazos adolescentes a través de campañas publicitarias mientras que el 7,9% de los estudiantes encuestados que corresponden a 17 personas, respondieron que no les gustaría recibir información por medio de campañas publicitarias con respecto al tema a tratar.

### ***Análisis cualitativo pregunta 7***

De los resultados obtenidos en esta pregunta, tal como se observa, la mayoría de los estudiantes señalan que les interesa recibir información mediante campañas publicitarias sobre el tema de investigación.

*Pregunta N.8*

¿Por qué medio le gustaría que se realice esta campaña?

**Tabla 9**

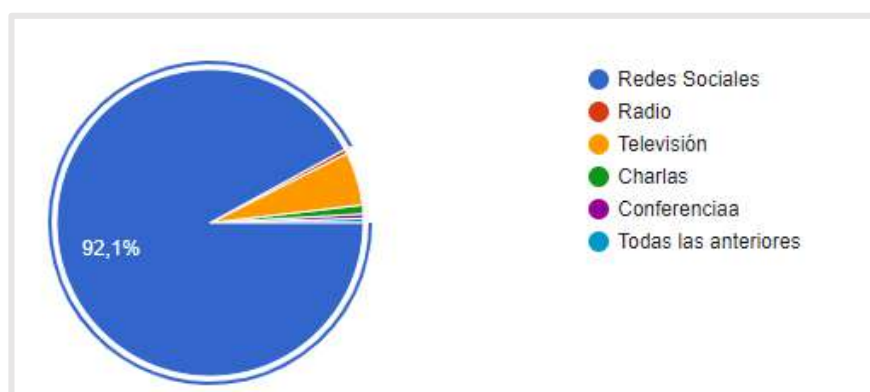
*Medio de comunicación*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>Redes sociales</b>	197	92%
<b>Radio</b>	1	1%
<b>Televisión</b>	12	6%
<b>Charlas</b>	2	1%
<b>Conferencias</b>	1	1%
<b>Todas las anteriores</b>	1	1%
Total	<b>214</b>	<b>102%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes del colegio “Unidad Educativa fiscomisional Calasanz”

**Autor:** Katerine Valeria Meza Barrigas

**Gráfico 8**



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Katerine Valeria Meza Barrigas



### *Análisis cuantitativo*

En la gráfica número 8, se puede apreciar que el 92,1% de los estudiantes encuestados, consideran que las campañas publicitarias deben realizarse por medio de redes sociales, el 5,6% de los estudiantes, creen que las campañas deberían realizarse por medio de Televisión y por último el 2,4% están divididos entre radio, charlas, conferencias y todas las anteriores.

### *Análisis cualitativo pregunta 8*

De los resultados obtenidos en esta pregunta, tal como se observa, la mayoría de los estudiantes señalan que las campañas deben realizarse por medio de redes sociales. La frecuencia de estudiantes que eligieron otro medio es baja.

### *Pregunta N.9*

¿En qué horario usted utiliza las siguientes redes sociales?

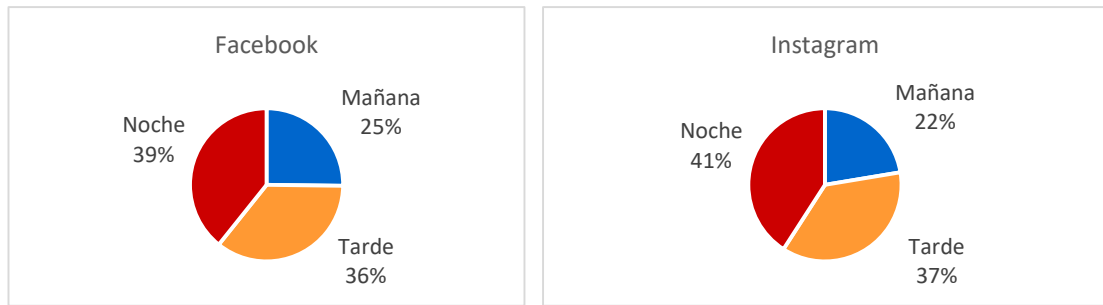
**Tabla 10**

*Horario de redes sociales*

Variables	Frecuencia		
	Mañana	Tarde	Noche
Facebook	95	134	148
Instagram	81	133	167

**Fuente:** Encuesta realizada a los estudiantes del colegio “Unidad Educativa fiscomisional Calasanz”

**Autor:** Katerine Valeria Meza Barrigas

**Gráfico 9**

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Katerine Valeria Meza Barrigas

### *Análisis cuantitativo*

En la gráfica número 9, se puede apreciar que la mayor interacción en redes sociales por parte de los jóvenes es en la noche y tarde.

### *Análisis cualitativo pregunta 9*

De los resultados obtenidos en esta pregunta, tal como se observa, la mayoría de los estudiantes encuestados muestran mayor interés por estas redes a partir de la tarde, siendo Instagram la red social con mayor interacción.

## **10. Propuesta De Acción**

### **10.1 Introducción**

Al realizar la investigación y obtener datos verídicos mediante las técnicas de recolección, se logró hallar que era pertinente la implementación de material gráfico para aportar a la prevención y concientización de embarazos adolescentes, por ende, la ejecución de este proyecto se llevó a cabo de forma precisa y rigurosa cubriendo las necesidades requeridas.

### **10.2 Nombre del Proyecto**

¡Campaña Hablemos sin miedo!

### **10.3 Público Objetivo**

Adolescentes de 15 a 19 años del colegio “Unidad Educativa Fiscomisional Calasanz” de la ciudad de Loja

### **10.4 Descripción**

¡Hablemos sin miedo! Nace a partir de querer aportar a prevenir y concientizar de manera positiva sobre los embarazos en adolescentes; El material gráfico utilizado en este proyecto consta de artes informativas para redes sociales, mismas que comprenden datos informativos, datos de ¿sabías qué?, artes ilustrativas y artes dirigidas a derechos sexuales y reproductivos. El tríptico contiene información dirigida a la educación sexual integral, recomendaciones para saber si el adolescente está o no está preparado para iniciar su vida sexual y métodos anticonceptivos. El folleto comprende todos los temas a tratar, educación sexual integral, conceptos de sexualidad básica, recomendaciones para tener sexo seguro, métodos anticonceptivos, riesgos y enfermedades de transmisión sexual, información sobre por qué es mejor esperar a tener relaciones sexuales.

**Boceto****Figura 9 Boceto**

Fuente: Elaborado por la autora.

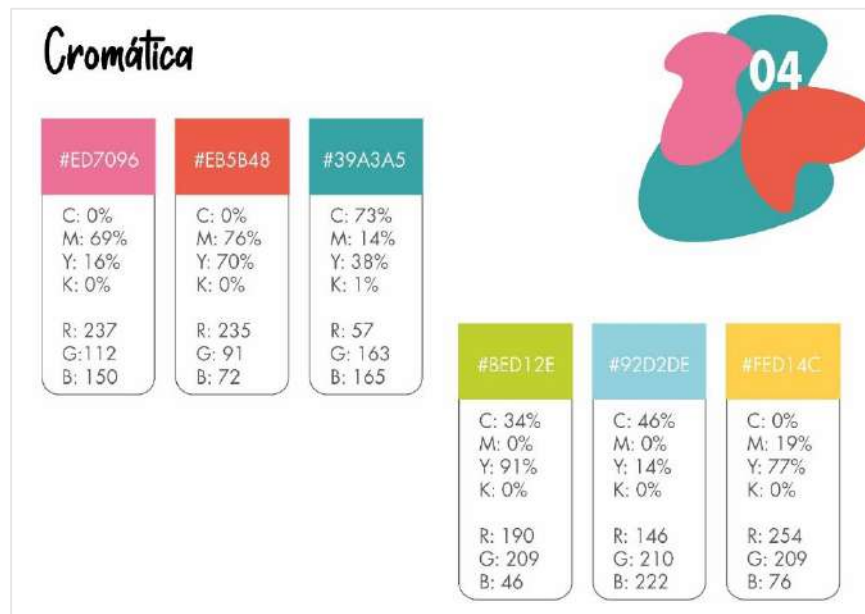
Este fue el boceto presentado, mismo que partió de la composición de los dos símbolos de género masculino y femenino, se buscó que entre ambos símbolos exista un tipo de comunicación y a partir de esta idea se implementó la burbuja de mensaje.

**Logo****Figura 10 Logo**

Fuente: Elaborado por la autora.

El logo de Hablemos sin miedo, está compuesto por un Isotipo, mismo que puede funcionar por si solo u acompañado del nombre.

### *Cromática*



**Figura 11 Cromática**

Fuente: Elaborado por la autora.

Son seis colores elegidos, los cuales se dividen en principales y secundarios; los tres primeros colores fueron utilizados en la creación del logo, por tanto, son los principales, mientras que los tres colores siguientes son utilizados como completo para la creación de la línea gráfica, artes, tríptico y folleto. Es importante recordar que la cromática escogida no puede sufrir de ninguna alteración o cambio.

## Tipografía

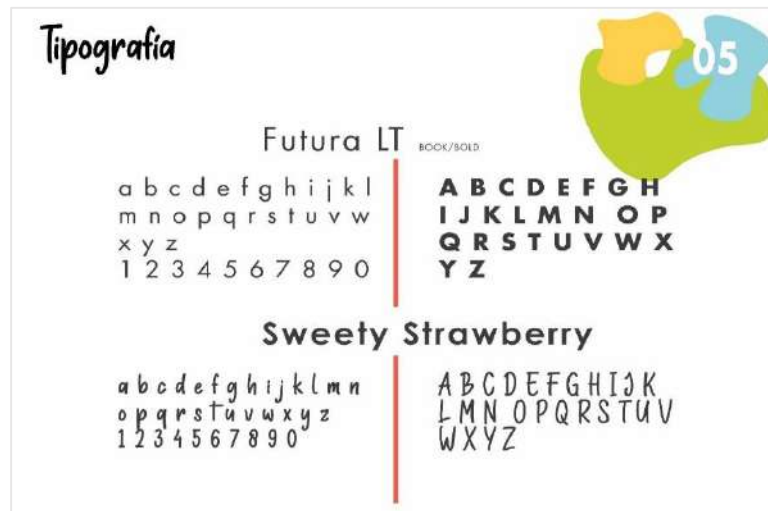


Figura 12 Tipografía

Fuente: Elaborado por la autora.

Se utilizó dos tipografías, futura Lt book/bold, fueron utilizadas en el eslogan así como también en las artes gráficas, el tríptico y folleto. Sweety Strawberry fue utilizada en el nombre de Hablemos sin miedo y en algunas frases de las artes, tríptico y folleto. Así mismo la tipografía debe ser respetada y mantenida.

## 10.5 Desarrollo de propuesta Gráfica

### Línea Gráfica



Figura 13 Línea Gráfica

Fuente: Elaborado por la autora.

Esta línea fue utilizada para todo el proyecto, artes, tríptico y folleto, se respetó los colores usados, las transparencias, espacios, tipografía y orden.

**Contenido para redes sociales (Artes)**

**Construcción de las artes**



Figura 14 Construcción de las artes

Fuente: Elaborado por la autora.

**Artes**



 Hablamos con miedo...
  Hablamos Sin miedo

## Enfermedades de transmisión sexual

### Infección Herpes genital

Es una infección de transmisión sexual muy extendida causada por el virus del herpes simple (VHS): de tipo 2 (VHS-2) y de tipo 1 (VHS-1), que también es causa habitual del herpes labial.

### Infección Sífilis

Es una infección causada por la bacteria *Treponema pallidum* y forma parte del grupo de las infecciones que se transmiten de persona a persona por contacto sexual.





 Hablamos con miedo...
  Hablamos Sin miedo

## Riesgos de las prácticas sexuales

- Infecciones de **transmisión sexual**
- Embarazos **no deseados**
- Sexualidad **desligada de la afectividad**.
  - Tener **múltiples parejas sexuales**.
  - Tener una **pareja de alto riesgo** (una persona que tiene muchas parejas sexuales u otros factores de riesgo).
- **Abortos**.





 Hablamos con miedo...
  Hablamos Sin miedo

## La indicación de un método debe contemplar factores dependientes del usuario:

- Edad, valorar el grado de maduración biológica.
- Grado de maduración psicológica.
- Actividad sexual.
- Aceptabilidad, el método debe ser compatible con el usuario.
- Impacto sobre la economía.
- Entorno familiar y social.





 Hablamos con miedo...
  Hablamos Sin miedo

## ¿Qué método anticonceptivo usar?

**Recomendables/Preferentes**

Preservativo, anticoncepción hormonal combinada (oral, transdérmica y anillo vaginal), anticoncepción hormonal oral de solo progestágeno y dispositivo intrauterino (DIU).

**Aceptables**

Anticoncepción hormonal de depósito (inyectables e implantes), y diafragma.





 Hablamos con miedo...
  Hablamos Sin miedo

## Derechos sexuales y reproductivos

 Los **Derechos Sexuales** se refieren a la libertad de las personas para ejercer su sexualidad de manera saludable, sin ningún tipo de abuso, coerción, violencia o discriminación.

 Los **Derechos Reproductivos** se refieren a la libertad de las personas para decidir si tener o no hijos, la cantidad y el espaciamiento entre ellos, el tipo de familia que se quiere formar, acceder a información y planificación para hacerlo, a métodos anticonceptivos y al aborto legal y seguro.





 Hablamos con miedo...
  Hablamos Sin miedo

## Derechos sexuales y reproductivos

1. **Derecho a la igualdad**, a una protección legal igualitaria y a vivir libres de toda forma de discriminación basada en el sexo, la sexualidad o el género.
2. **Derecho** de todas las personas **a la participación**, sin importar su sexo, sexualidad o género.
3. **Derecho a la vida**, libertad, seguridad de la persona e integridad corporal.
4. **Derecho a la privacidad**.
5. **Derecho a la autonomía personal** y el reconocimiento ante la ley.







 #HablemosSinMiedo... 
  Hablemos Sin miedo

## Derechos sexuales y reproductivos

6. **Derecho a la libertad de pensamiento, opinión y expresión;** derecho a la asociación.  
 7. **Derecho a la salud** y a los beneficios del avance científico.  
 8. **Derecho a la educación** e información.  
 9. **Derecho a elegir** si casarse o no y a formar y planificar una familia, así como a decidir si tener o no hijos y cómo y cuándo tenerlos.  
 10. **Derecho a la rendición de cuentas y reparación de daños.**





 #HablemosSinMiedo... 
  Hablemos Sin miedo

## ¿Cómo sé si estoy listo/a?

**Toma en cuenta los siguientes aspectos:**

Tus objetivos

- Tus valores personales.
- Si es algo que realmente quieres hacer.
- Qué tipo de relación quieres tener con la persona con la que tengas sexo.
- Si las personas importantes en tu vida, como amigos y familia, te apoyarán y si eso es importante para ti.





 #HablemosSinMiedo... 
  Hablemos Sin miedo

## ¿Por qué esperar?

**Las personas que esperan hasta tener la edad adecuada para tener sexo descubren que es:**

- Menos riesgoso para su salud.
- Resulta más fácil actuar de manera responsable y tomar precauciones para evitar infecciones y embarazo.

**Establecer límites**  
Nunca permitas que nadie te convenga de hacer algo que no quieres hacer.

**Respetar tu decisión**  
Recuerda que "no" significa "no".





 #HablemosSinMiedo... 
  Hablemos Sin miedo

## Hablemos de s3x0 sin miedo!









## Cuida tu futuro !PROTÉGETE!







## Vive tu vida antes de crear otra vida!





 @HablaSinMiedo... 
  HablaSinMiedo

# Dato informativo

El embarazo precoz afecta a los jóvenes de todo el mundo y se incrementa aún en situaciones de distanciamiento como el que impone el COVID-19. Según el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), cada 6 meses que se mantenga el aislamiento social, preventivo y obligatorio, se proyectan 7 millones más de embarazos no planeados en el Mundo.






 @HablaSinMiedo... 
  HablaSinMiedo

# Enfermedades de transmisión sexual

**Infección gonococo**  
Es una infección causada por la bacteria Neisseria gonorrhoeae o gonococo. La gonococia favorece la adquisición del VIH por vía sexual.

**Infección Chlamidia**  
Es una infección causada por la bacteria Chlamydia trachomatis, y es una de las más extendidas en Europa.







 @HablaSinMiedo... 
  HablaSinMiedo

# La primera vez

**La primera vez se sangra mucho. FALSO.**  
No siempre se sangra en la primera relación con penetración vaginal.

**El cuerpo te cambia. FALSO.**  
No hay ninguna evidencia científica de que existan cambios físicos.






 @HablaSinMiedo... 
  HablaSinMiedo

# Consecuencias en embarazos adolescentes

**Riesgos médicos**

- Se presenta un mayor riesgo de abortos naturales.
- Una mayor tasa de mortalidad para la madre y el bebé.

**Riesgos psicológicos**

- Muchas madres jóvenes puede generar depresión en la gestación o post parto.
- El fracaso escolar es otro factor importante, muchas adolescentes deciden dejar sus estudios.





 @HablaSinMiedo... 
  HablaSinMiedo

# ¿Sabías qué?

La práctica sexual a temprana edad afecta física y psicológicamente a la pareja. Algunos de los **trastornos psicológicos y emocionales** que presentan los adolescentes son: depresión, desesperación, ansiedad y preocupación.





 @HablaSinMiedo... 
  HablaSinMiedo

# La primera vez

**No existe riesgo de embarazo la primera vez. FALSO.**  
Hay riesgo de embarazo siempre que practiques relaciones sexuales.

**La primera vez no puedes contraer ninguna ITS. FALSO.**  
En cada relación sexual existirá la posibilidad de contagiarte de una ITS.






Las imágenes mostradas fueron las artes que se elaboraron para las redes sociales Instagram y Facebook. Todas ellas bajo la misma línea gráfica, cromática y tipografía.

## Plan de Medios: “HABLEMOS SIN MIEDO”

Horario	Red Social	Acciones	Objetivo	Tipos De Contenido	Frecuencia	Horarios	Indicaciones
Lunes 04/10/2021	Facebook Instagram	-Crear redes sociales en <b>Facebook e Instagram.</b> -Crear un <b>arte</b> socializando la campaña.	-Dar a conocer la campaña.	-Crearemos las portadas y las contraportadas de Facebook e Instagram. -Se colocará un arte relacionando la campaña.	1	16h00 -	-Dar a <b>conocer</b> la campaña y alcanzar un mayor público. - <b>Implementar</b> el uso de redes sociales con el fin de generar conciencia.
Lunes 04/10/2021	Facebook Instagram	-Crear 1 arte	-Socializar lo que trata la campaña.	-Primer arte, ¿Sabías qué? (dato informativo sobre la cantidad de embarazos adolescentes en el último año)	1	16h00	- El objetivo de crear esta arte es <b>generar expectativa.</b>
Martes 05/10/2021	Facebook Instagram	-Crear 2 artes -Exponer sobre los mitos y verdades de tener relaciones sexuales por primera vez.	-Impartir conocimiento sobre la primera relación sexual.	En el arte se presentara mitos y verdades sobre lo que ocurre tras la primera relación sexual.	1	16h00	-Se busca <b>desmentir o afirmar</b> datos que se dicen que suceden tras la primera relación sexual.

Martes 05/10/2021	Facebook Instagram	-Realizar 1 arte	-Proporcionar información sobre las consecuencias que podría tener un embarazo a temprana edad	-Realizar un arte donde se expongan cuatro consecuencias sobre mantener un embarazo adolescente.	1	16h00	-Con esta información se pretende causar <b>conciencia</b> en nuestro público objetivo sobre las consecuencias que presenta un embarazo adolescente.
Miércoles 06/10/2021	Facebook Instagram	- Dato informativo	-Proporcionar información sobre como el COVID-19 influye sobre los embarazos a temprana edad	-Realizar un arte donde se expongan datos sobre el aumento de embarazos en tiempo de pandemia	1	16h00	-Con esta información se pretende <b>informar</b> sobre el incremento de embarazos precoces en tiempo de pandemia.
Miércoles 06/10/2021	Facebook Instagram	-Crear 1 arte	-Socializar	- Esta arte es una ilustración conjuntamente con una frase a favor de la prevención de embarazos en adolescentes	1	16h00	-El objetivo de esta arte es <b>socializar</b> .
Jueves 07/10/2021	Instagram Facebook	- Crear 1 arte	-Informar	-Primer arte, ¿Sabías qué? (dato informativo sobre el día mundial de prevención del	1	16h00	- El objetivo de crear esta arte es <b>generar expectativa</b> .

embarazo en adolescentes)							
Jueves 07/10/2021	Facebook Instagram	-Crear 2 artes	-Aportar información de educación sexual.	-2 artes enfocadas en las enfermedades sexuales más comunes	1	16h00	- Con las artes se busca <b>socializar</b> sobre las enfermedades de transmisión sexual.
Viernes 08/10/2021	Facebook Instagram	-Crear 1 arte	-Aportar información de educación sexual.	-1 arte enfocada en los riesgos en las prácticas sexuales	1	16h00	- Con las artes se busca <b>socializar</b> sobre los riesgos en las relaciones sexuales.
Sábado 09/10/2021	Facebook Instagram	-Crear 1 arte	-Brindar información sobre los derechos sexuales	-1 arte con información sobre que son y cuáles son los derechos sexuales	1	16h00	- Con las artes se busca <b>informar</b> sobre los derechos sexuales.
Sábado 09/10/2021	Facebook Instagram	-Crear 1 arte	-Brindar información sobre los derechos reproductivos	-1 arte con información sobre que son y cuáles son los derechos reproductivos	1	16h00	- Con las artes se busca <b>informar</b> sobre los derechos reproductivos.
Domingo 10/10/2021	Facebook Instagram	-Crear 1 arte	-Socializar	- Esta arte es una ilustración conjuntamente con una frase a favor de la prevención de	1	10h00	-El objetivo de esta arte es <b>socializar</b> .

embarazos en adolescentes							
Lunes 11/10/2021	Facebook Instagram	- Crear 1 arte	-Informar	-Primer arte, ¿Sabías qué? (dato informativo sobre lo que causa a nivel psicológico mantener relaciones sexuales tempranas)	1	16h00	- El objetivo de crear esta arte es <b>generar expectativa</b> .
Martes 12/10/2021	Facebook Instagram	- Crear 1 arte	-Argumentar	-Crear 1 arte donde se responda la pregunta ¿Cómo saber si estoy listo/a?, recomendaciones y puntos a valorar	1	16h00	- El objetivo de crear esta arte es <b>argumentar</b> sobre la decisión de empezar a tener relaciones sexuales y estar seguro de ello.
Miércoles 13/10/2021	Facebook Instagram	-Crear 2 arte	-Aportar información sobre métodos anticonceptivos	- Primera arte, dar a conocer indicaciones sobre los métodos anticonceptivos – Segunda arte, sobre qué tipo de anticonceptivo se podría usar	1	16h00	- El objetivo de crear estas artes es para <b>socializar sobre los diferentes métodos anticonceptivos</b> .

Jueves 07/10/2021	Facebook Instagram Zoom	-Crear 1 arte -Webinar sobre las consecuencias de un embarazo adolescente y cómo prevenirlo	-Socializar sobre porque es mejor esperar a tener relaciones sexuales -Impartir información por parte de un profesional de la salud	- Crear 1 arte que contenga datos sobre porque es mejor esperar a tener relaciones sexuales -El Webinar será impartido por el doctor Mario Ordoñez	1	16h00 18h00	-El objetivo de crear esta arte es <b>socializar</b> información que les permita a los adolescentes tomar la decisión de esperar a tener relaciones sexuales. -Se pretende <b>ofrecer</b> un espacio donde se responda todo tipo de dudas y a través de esto <b>informar</b> sobre cómo prevenir embarazos a temprana edad.
----------------------	-------------------------------	--	---	---	---	----------------	---

**Tabla 11 Plan de medios Hablemos sin miedo!**

**Nota:** Tabla de recursos elaborado por la autora



## Publicación en redes sociales

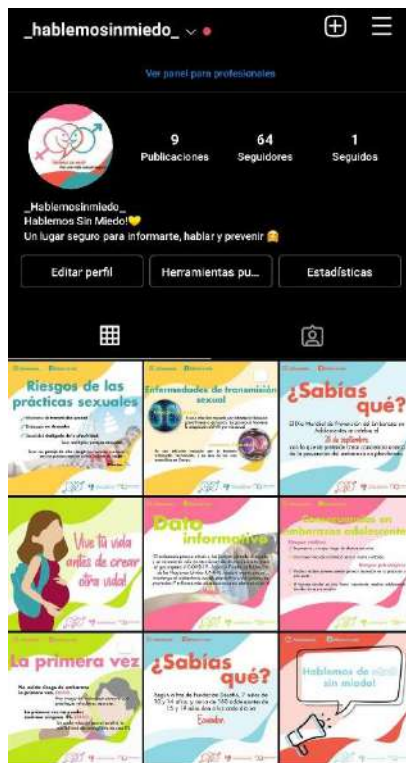


Figura 16 Red social Instagram

Fuente: Elaborado por la autora.



Figura 15 Publicación Instagram

Fuente: Elaborado por la autora.

Las capturas mostradas pertenecen al perfil y a las publicaciones de Instagram de Hablemos sin miedo!

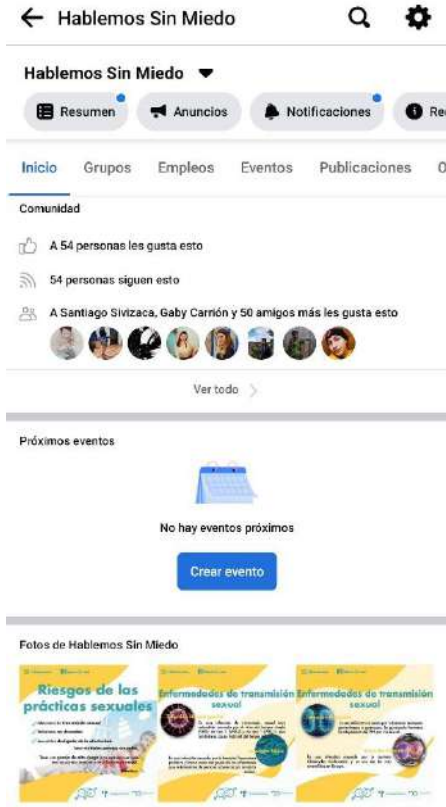


Figura 17 Red social Facebook

Fuente: Elaborado por la autora.



Figura 18 Publicación Facebook

Fuente: Elaborado por la autora.

Las capturas mostradas pertenecen al perfil y a las publicaciones de Facebook de Hablemos sin miedo!

### Tríptico

### Construcción de tríptico



Figura 21 Construcción tríptico

Fuente: Elaborado por la autora.

**Tríptico digital**



Figura 20 Tríptico digital externo

Fuente: Elaborado por la autora.



Figura 19 Tríptico digital interno

Fuente: Elaborado por la autora.

El tríptico fue realizado bajo la misma línea gráfica y con información necesaria y de fácil entendimiento para los adolescentes.

### Tríptico impreso



Figura 22 Tríptico

Fuente: Elaborado por la autora.

Se presentó el tríptico impreso, en la fotografía se muestra su portada y contra portada.



Figura 23 Tríptico contenido

Fuente: Elaborado por la autora.

En la fotografía se muestra el lado interno del tríptico.



Figura 24 Tríptico contenido

Fuente: Elaborado por la autora.

Esta fotografía muestra el lado externo del tríptico

## Folleto

### Construcción del folleto



Figura 25 Construcción folleto

Fuente: Elaborado por la autora.

## Folleto digital



Figura 28 Folleto digital

Fuente: Elaborado por la autora.



Figura 27 Folleto digital contenido

Fuente: Elaborado por la autora.



Figura 26 Folleto digital contenido

Fuente: Elaborado por la autora.



Figura 31 Folleto digital contenido

Fuente: Elaborado por la autora.



Figura 30 Folleto digital contenido

Fuente: Elaborado por la autora.



Figura 29 Folleto digital contenido

Fuente: Elaborado por la autora.

El folleto fue realizado bajo la misma línea gráfica y con información adecuada para el adolescente.

## Folleto impreso



Figura 32 Folleto impreso

Fuente: Elaborado por la autora.

Se presentó el folleto impreso, la fotografía muestra la portada y contra portada.



Figura 33 Folleto impreso contenido

Fuente: Elaborado por la autora.





Figura 34 Folleto impreso contenido

Fuente: Elaborado por la autora.



Figura 35 Folleto impreso contenido

Fuente: Elaborado por la autora.

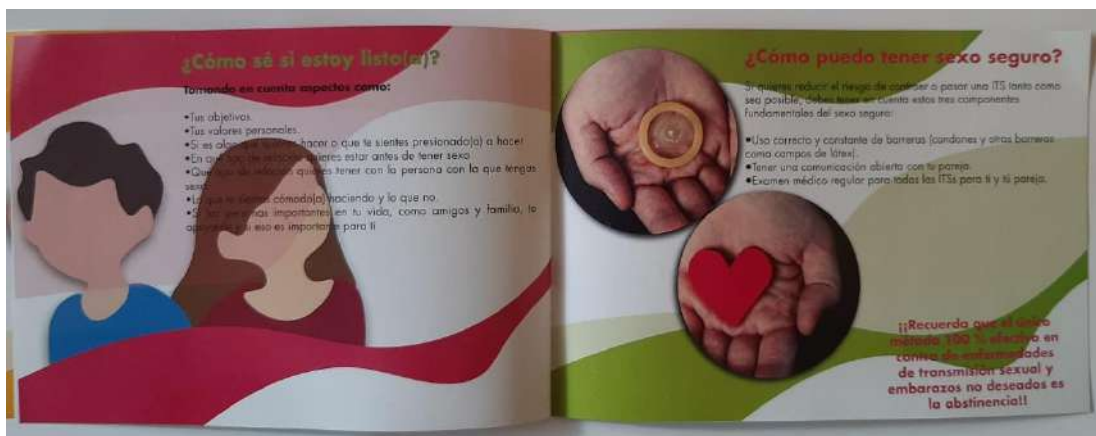


Figura 36 Folleto impreso contenido

Fuente: Elaborado por la autora



**Figura 37 Folleto impreso contenido**

Fuente: Elaborado por la autora.

Las fotografías corresponden a toda la información que contiene el folleto, mismo que consta de 12 páginas con un total de seis hojas.

### Webinar



**Figura 38 Webinar**

Fuente: Elaborado por la autora

El webinar estuvo a cargo del Dr. Mario Ordoñez especialista en medicina familiar y comunitaria. La ejecución del webinar fue el día jueves 07 de octubre a las

18h00 horas por medio de Zoom. La charla fue titulada con “Prevención de embarazos adolescentes”, dirigida a los alumnos de primero, segundo y tercero de bachillerato.

## 11. Conclusiones

- Con la ayuda de las técnicas de investigación se logró la meta de analizar las principales causas de embarazos adolescentes en nuestro entorno, descubriendo así sus causas comunes y cómo aportar una solución frente a este problema social.
- Fue gratificante obtener conocimientos sobre cómo prevenir embarazos a temprana edad mediante información confiable y útil la misma que nos permitió informar y apoyar a los y las adolescentes.
- Investigar de manera social y educativa sobre las consecuencias presentes en un embarazo adolescente, me permitió explorar y encontrar diversas maneras de aportar de manera positiva a la prevención de embarazos a temprana edad.
- Para concluir, se analizó, validó y se implementó la campaña Hablemos sin miedo, la cual cumple con informar, socializar y crear conciencia en los y las adolescentes sobre la prevención de embarazos adolescentes.

## 12. Recomendaciones

- Se propone que se empleen más campañas a favor de la prevención de embarazos adolescentes en nuestro entorno para que la comunidad en este caso los jóvenes, entiendan que mantener relaciones sexuales es un acto de responsabilidad que se debe considerar.
- Se aconseja informarse a profundidad y de fuentes confiables antes de empezar una investigación, pues esto logra determinar las etapas a desarrollar dentro del proceso para conseguir el cumplimiento total de los objetivos.
- Como sugerencia, la investigación debe ser de manera social y educativa, ya que se pretende apoyar a los jóvenes con información útil y que pueda ser entendida por los mismos.
- Como última recomendación, se debe recordar que el objetivo principal de esta campaña fue informar y prevenir embarazos no deseados en adolescentes, por tanto toda información confiable y útil debe ser de apoyo para esta campaña.

### 13. Bibliografía

- ArgotaI, R. A., LarreaII, J. C., GarcíaII, J. C., & DespeineII, G. M. (2009). Factores que influyen en el embarazo en la adolescencia. *Ciencias Médicas*.
- Diseño, A. (6 de Septiembre de 2020). *Academia Diseño*. Obtenido de Academia Diseño: <https://academiadedisen.com/2020/09/06/que-es-la-ilustracion-digital/>
- EcuRed. (s.f.). *Ilustración (Diseño gráfico)*. Obtenido de Ilustración (Diseño gráfico): [https://www.ecured.cu/Ilustraci%C3%B3n\\_\(Dise%C3%B1o\\_gr%C3%A1fico\)](https://www.ecured.cu/Ilustraci%C3%B3n_(Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico))
- Elida, F. G. (Abril de 2019). *SCielo*. Obtenido de SCielo: [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2307-79992019000100010](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-79992019000100010)
- Hector, M. R. (2012). *Metodología de la Investigación*. Cengage Learning.
- investigación, T. e. (2008). *academia.edu*. Obtenido de [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/41375407/Tecnicas\\_e\\_Instrumentos\\_Material\\_de\\_clases\\_1.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DTecnicas\\_e\\_Instrumentos\\_Material\\_de\\_clas.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AK](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/41375407/Tecnicas_e_Instrumentos_Material_de_clases_1.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DTecnicas_e_Instrumentos_Material_de_clas.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AK)
- Médica, E. (Viernes de Octubre de 2020). *Edición Médica*. Obtenido de Ecuador registra más de 51.000 embarazos adolescentes en 2019; la pandemia agudizará esta realidad: <https://www.edicionmedica.ec/secciones/salud-publica/ecuador-registra-mas-de-51-000-embarazos-adolescentes-en-2019-la-pandemia-agudizara-esta-realidad--96524>
- MIES. (Junio de 2018). *MIES*. Obtenido de POLÍTICA INTERSECTORIAL DE PREVENCIÓN DEL EMBARAZO EN ADOLESCENTES : [https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/10/politica\\_intersectorial\\_de\\_preencion\\_d\\_el\\_embarazo\\_en\\_ninas\\_y\\_adolescentes.pdf](https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/10/politica_intersectorial_de_preencion_d_el_embarazo_en_ninas_y_adolescentes.pdf)
- OMS. (31 de Enero de 2020). *Organización Mundial de la SALUD*. Obtenido de El embarazo en la Adolescencia: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/adolescent-pregnancy>

OPS. (28 de Febrero de 2018). *Organización Panamericana de la Salud*. Obtenido de América Latina y el Caribe tienen la segunda tasa más alta de embarazo adolescente en el mundo:

[https://www.paho.org/ecu/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1996:america-latina-y-el-caribe-tienen-la-segunda-tasa-mas-alta-de-embarazo-adolescente-en-el-mundo&Itemid=360#:~:text=La%20tasa%20mundial%20de%20embarazo,y%20son%20s%C3%B3lo%20superada](https://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_content&view=article&id=1996:america-latina-y-el-caribe-tienen-la-segunda-tasa-mas-alta-de-embarazo-adolescente-en-el-mundo&Itemid=360#:~:text=La%20tasa%20mundial%20de%20embarazo,y%20son%20s%C3%B3lo%20superada)

Publicitaria, C. (2020). *Enciclopedia Económica*. Obtenido de Enciclopedia Económica: (<https://enciclopediaeconomica.com/campana-publicitaria/>)

Sierra.R. (1994). *Técnicas de Investigación social*. Madrid: Parainfo. Obtenido de <https://abcproyecto.files.wordpress.com/2018/11/sierra-bravo-tecnicas-de-investigacion-social.pdf>

UNFPA Ecuador, U. E. (13 de Octubre de 2020). *UNFPA Ecuador*. Obtenido de UNFPA Ecuador: <https://ecuador.unfpa.org/es/publications/consecuencias-socioecon%C3%B3micas-del-embarazo-en-la-adolescencia-en-ecuador%E2%80%9D>

## 14. Anexos

### 14.1 Presupuestos y recursos

#### 14.1.1 Recursos Materiales, Tecnológicos y humanos

<b>Recursos Materiales</b>	
Transporte	\$30.00
Internet	\$150.00
Imprevistos	\$50.00
<b>Total, egresos</b>	<b>\$230.00</b>

#### Tabla 12 Recursos Materiales

**Nota:** Tabla de presupuestos elaborado por la autora

<b>Recursos Tecnológicos</b>	
Recursos Tangibles	Recursos Intangibles
Hojas papel bond	Web grafía



Computador
Internet
<b>Recursos Humanos</b>
Tlgo. Pablo Duque: Tutor de proyecto de titulación
Katerine Valeria Meza: Autora de proyecto de titulación

### Tabla 13 Recursos Tecnológicos y Humanos

**Nota:** Tabla de recursos elaborado por la autora

#### 14.1.2 Recursos

<b>Recursos</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Proyecto de titulación	\$230.00
Imprevistos	\$100.00
Internet	\$150.00
<b>Total, egresos</b>	<b>\$480.00</b>

### Tabla 14 Recursos

**Nota:** Tabla de recursos elaborado por la autora

### 15. Cronograma De Proceso De Titulación Mediante Proyecto De Investigación De Fin De Carrera

ABRIL - SEPTIEMBRE 2021

SEMANA	FECHA	ACTIVIDAD
<b>Primera</b>	Miércoles 14 de abril del 2021	Inicio de tutorías/Exposición ante los alumnos de tentativa de temas en base a las LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN por parte de los directores del proceso de titulación; información que les otorga el Vicerrectorado, y que a su vez ha sido determinada por los coordinadores de carrera. Si el estudiante tiene otras propuestas las puede presentar.
<b>Segunda</b>	Lunes 19 al 24 de abril	Identificación del problema
<b>Tercera</b>	Lunes 26 de abril al 01 de mayo	Planteamiento del tema
<b>Cuarta</b>	Lunes 03 al 08 de mayo	Elaboración de justificación
<b>Quinta</b>	Lunes 10 al 15 de mayo	Planteamiento de objetivo general y objetivos específicos
<b>Sexta</b>	Lunes 17 al 22 de mayo	Elaboración del marco institucional y marco teórico

<b>Séptima</b>	Lunes 24 al 29 de mayo	Elaboración del diseño metodológico: Metodologías y técnicas a ser utilizadas en la investigación
<b>Octava</b>	Lunes 31 de mayo al 05 de junio	Determinación de la muestra, recursos, y bibliografía.  Para determinar la muestra cooperará con ustedes el Ing. Fernando Pesantez. Los tutores deben recordar con anticipación el tema al Rectorado.
<b>Novena</b>	Lunes 07 al 12 de junio, siendo el 12 de junio hasta las 11h00 el último día de plazo.	Semana de presentación del proyecto ante el Vicerrectorado con la petición para su aprobación en su orden: Carátula, problema, tema, justificación, objetivos: general y específicos, marco institucional, marco teórico, metodología, recursos, cronograma y bibliografía. La presentación la hace en un solo grupo el director del proceso de titulación.
<b>Décima primera</b>	Lunes 21 al 26 de junio	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<b>Décima segunda</b>	Lunes 28 de junio al 03 de julio	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<b>Décima tercera</b>	Lunes 05 al 10 de julio	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<b>Décima cuarta</b>	Lunes 12 al 17 de julio	Desarrollo de investigación y propuesta de acción

<b>Décima quinta</b>	Lunes 19 al 24 de julio	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<b>Décima sexta</b>	Lunes 26 al 31 de julio	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<b>Décima séptima</b>	Lunes 02 al 07 de agosto	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<b>Décima octava</b>	Lunes 09 al 14 de agosto	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<b>Décima novena</b>	Lunes 16 al 21 de agosto	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<b>Vigésima</b>	Lunes 06 al 11 de septiembre	Elaboración de conclusiones y recomendaciones y levantamiento del documento final del borrador de proyecto de investigación.
<b>Vigésima primera</b>	Lunes 13 de septiembre	Entrega de borradores de proyectos de investigación de fin de carrera, de acuerdo al horario que estipule Secretaría General.

### **Tabla 15 Cronograma de Actividades**

**Nota:** Tabla de cronograma elaborado por la autora.

## 16. Certificado de aprobación del proyecto de investigación



VICERRECTORADO ACADÉMICO

Loja, 03 de julio del 2021  
Of. N° 103-V-ISTS-2021

Srta. Katerine Valeria Meza Barrigas  
**ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO DEL ISTS**  
Ciudad

De mi consideración:

Por medio de la presente me dirijo a ustedes para comunicarles que una vez revisado el proyecto de investigación de fin de carrera de su autoría titulado **“DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO QUE APORTE A PREVENIR Y CONCIENTIZAR SOBRE LOS EMBARAZOS ADOLESCENTES EN EL COLEGIO “UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL CALASANZ” EN LA PROVINCIA DE LOJA EN EL PERIODO ABRIL SEPTIEMBRE /2021”**, el mismo cumple con los lineamientos establecidos por la institución; por lo que se autoriza su realización y puesta en marcha, para lo cual se nombra como director de su proyecto de fin de carrera (el/la) Tlga. Pablo Andrés Duque Correa.

Particular que le hago conocer para los fines pertinentes.

Atentamente,

Ing. Germán Patricio Villamarín Coronel Mgs.  
**VICERRECTOR ACADEMICO DEL ISTS**  
c/c. Estudiante, Archivo



## 17. Certificado de la implementación del proyecto

**Tglo Pablo Andrés Duque Correa**

**Director de investigación**

CERTIFICA

Que la Srta. Katerine Valeria Meza Barrigas con C.I. : 1150577466 estudiante de la carrera de diseño Gráfico del instituto Tecnológico Sudamericano ha venido desarrollando el proyecto de investigación de fin de carrera titulado "DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO QUE APORTE A PREVENIR Y CONCIENTIZAR SOBRE LOS EMBARAZOS ADOLESCENTES EN EL COLEGIO "UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL CALASANZ" EN LA PROVINCIA DE LOJA EN EL PERIODO ABRIL-SEPTIEMBRE 2020/2021. ", el mismo que ha sido revisado y se encuentra con un 100% de haber cumplido; la actual propuesta de acción entregada por el estudiante consta de la siguiente información:

- Creación de artes
- Tríptico
- Folleto
- Webinar

Sin otro particular que indicar, autorizo su presentación de la propuesta de acción ante el tribunal.

**Tglo. Pablo Andrés Duque Correa**  
**DIRECTOR DE INVESTIGACION**

## 18. Certificado del Abstract



CERTF. N° 012-JP-ISTS-2021  
Loja, 06 de octubre del 2021

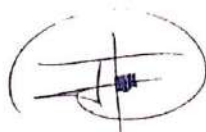
El suscrito, Lic. Juan Pablo Quezada Rosales **DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS - CIS DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO**, a petición de la parte interesada y en forma legal,

**CERTIFICA:**

Que el apartado **ABSTRACT** del Proyecto de Investigación de Fin de Carrera de la señorita **KATERINE VALERIA MEZA BARRIGAS** estudiante en proceso de titulación periodo abril - noviembre 2021 de la carrera de Diseño Gráfico, está correctamente traducido, luego de haber ejecutado las correcciones emitidas por mi persona; por cuanto se autoriza la impresión y presentación dentro del empastado final previo a la disertación del proyecto.

Particular que comunico en honor a la verdad para los fines académicos pertinentes.

*English is a piece of cake.*



Lic. Juan Pablo Quezada Rosales  
**DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS ISTS - CIS**

Checked by:  
Juan Pablo Quezada R.  
E.F.L. Teacher

## 19. Certificado de implementación



Orden Religiosa de las Escuelas Pías - Unidad Educativa Fiscomisional

**CALASANZ**

Loja - Ecuador

DECE

2021 - 2022



Loja, 11 de octubre de 2021

La que suscribe, **Adriana Paulina León Vega**, Coordinadora DECE de la Unidad Educativa Fiscomisional Calasanz

### CERTIFICA:

Que, la Señorita **KATERINE VALERIA MEZA BARRIGAS**, identificada con el número de cédula: 1150577466, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, ha realizado la entrega de material gráfico tal como artes para redes sociales, tríptico folleto a la institución para realizar campaña de prevención de embarazos en adolescentes, además de haber brindado un webinar a los estudiantes de bachillerato de nuestra institución.

Se expide el presente certificado a solicitud de la interesada para los fines que estime conveniente.

Atentamente,

Adriana León Vega  
Coordinadora DECE - Calasanz Loja  
CONSEJERÍA  
ESTUDIANTIL



## 20. Formato de la encuesta



La presente encuesta tiene como finalidad recoger datos e información relevante al proyecto de investigación de fin de carrera denominado: Diseño de material gráfico que aporte a prevenir y concientizar sobre los embarazos adolescentes en el colegio “Unidad Educativa Fiscomisional Calasanz” en la provincia de Loja en el periodo abril-septiembre 2020/2021

1. Seleccione su género
  - Femenino
  - Masculino
2. ¿Qué edad tiene?
  - 14-15 años
  - 16-17 años
  - 18-19 años
3. ¿Usted ha recibido charlas sobre los embarazos en adolescentes?
  - Sí
  - No
4. En caso de que la respuesta anterior haya sido Sí, ¿por parte de quién recibió este tipo de información?
  - Familia
  - Escuela/Colegio
  - Amigos
  - Internet
5. Dentro de tu círculo social cercano, ¿has presenciado un embarazo adolescente?
  - Sí
  - No
  - Lo he vivido de manera personal
6. ¿Qué considera usted que afecta más en un embarazo adolescente?
  - Salud emocional
  - Salud física
  - Ambas
7. ¿Le gustaría tener información sobre los embarazos en adolescentes por medio de campañas publicitarias?
  - Sí
  - No
8. ¿Por qué medio le gustaría que se realice esta campaña?
  - Redes sociales
  - Radio
  - Televisión
  - Charlas
  - Conferencias
  - Todas las anteriores
9. ¿En qué horario usted utiliza las siguientes redes sociales?
 

Facebook	Mañana <input type="checkbox"/>	Tarde <input type="checkbox"/>	Noche <input type="checkbox"/>
Instagram	Mañana <input type="checkbox"/>	Tarde <input type="checkbox"/>	Noche <input type="checkbox"/>

## 20.1 Encuesta elaborada en Google



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
**SUDAMERICANO**  
*Hacemos gente de talento!*



**DISEÑO GRÁFICO**  
TECNOLOGÍA SUPERIOR

### Encuesta

La presente encuesta tiene como finalidad recoger datos e información relevante al proyecto de investigación de fin de carrera denominado DISEÑO DE MATERIAL GRÁFICO QUE APORTE A PREVENIR Y CONCIENTIZAR SOBRE LOS EMBARAZOS ADOLESCENTES

1. Seleccione su género

Masculino

Femenino

2. ¿Qué edad tiene?

14-15 años

16-17 años

18-19 años

3. ¿Usted ha recibido charlas sobre los embarazos en adolescentes?

Sí

No

4. En caso de que la respuesta anterior haya sido Sí, ¿por parte de quién recibió este tipo de información?

Familia

Escuela/Colegio

Amigos

Internet

5. Dentro de tu círculo social cercano, ¿has presenciado un embarazo adolescente?

Sí

No

Lo ha vivido de manera personal

⋮

6. ¿Qué considera usted que afecta más en un embarazo adolescente?

- Salud Emocional
- Salud Física
- Ambas

7. ¿Le gustaría tener información sobre los embarazos en adolescentes por medio de campañas publicitarias?

- Sí
- No

8. ¿Por qué medio le gustaría que se realice esta campaña?

- Redes Sociales
- Radio
- Televisión
- Otra...

9. ¿En qué horario usted utiliza las siguientes redes sociales?

	Mañana	Tarde	Noche
Facebook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 21. Entrevista

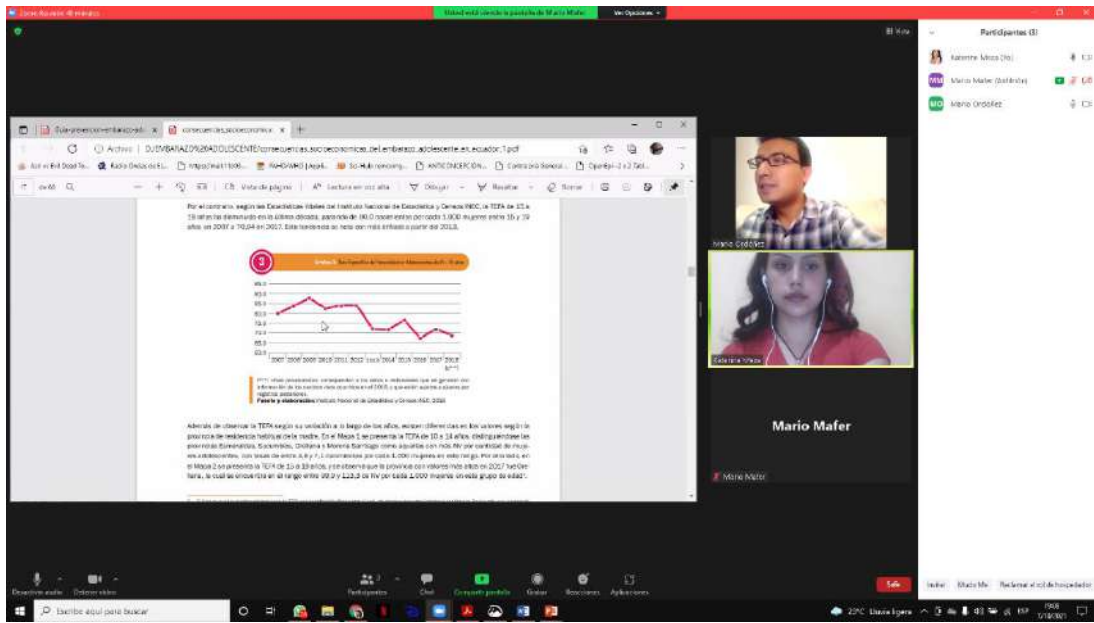


Figura 40 Entrevista

Fuente: Elaborado por la autora.

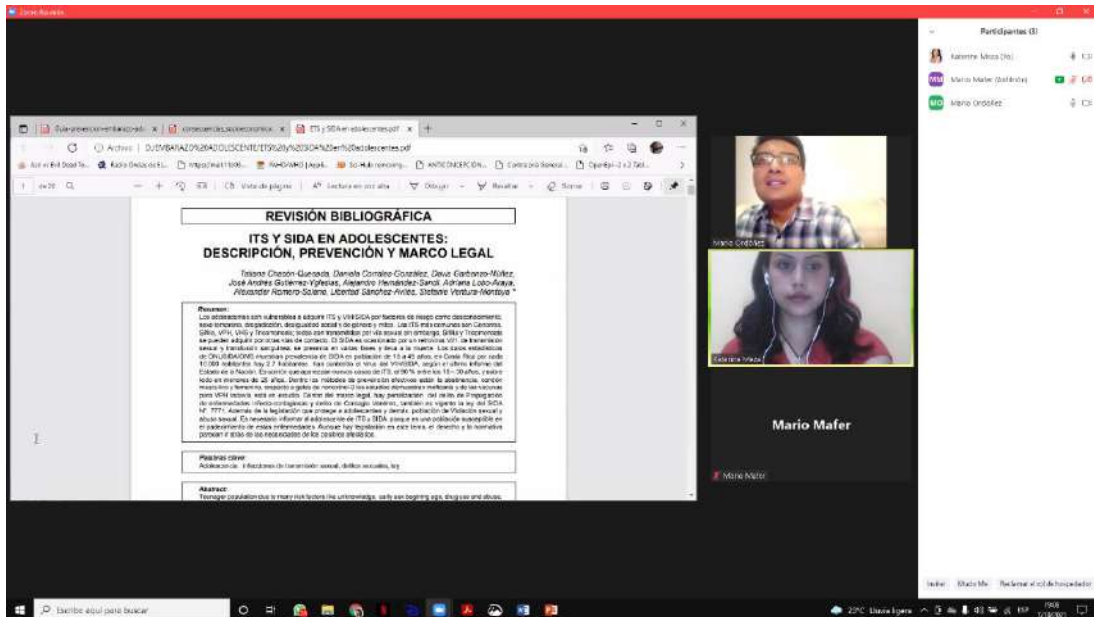


Figura 39 Entrevista

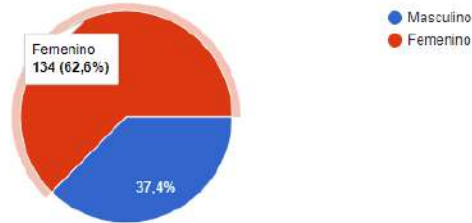
Fuente: Elaborado por la autora.

## 22. Evidencia Fotográfica

### ENCUESTA

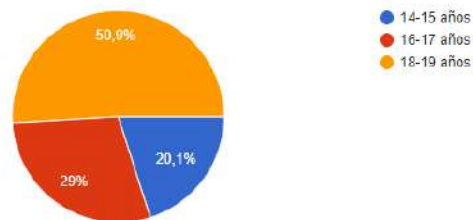
1. Seleccione su género

214 respuestas



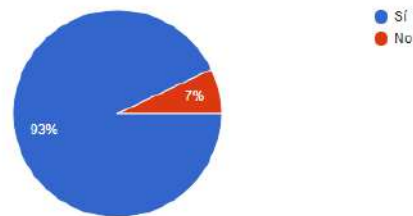
2. ¿Qué edad tiene?

214 respuestas



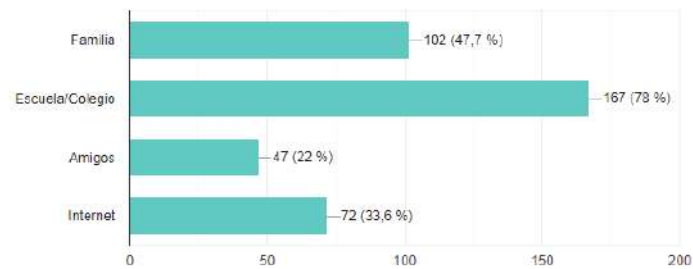
3. ¿Usted ha recibido charlas sobre los embarazos en adolescentes?

214 respuestas



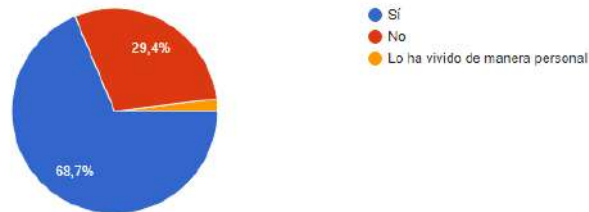
4. En caso de que la respuesta anterior haya sido Sí, ¿por parte de quién recibió este tipo de información?

214 respuestas



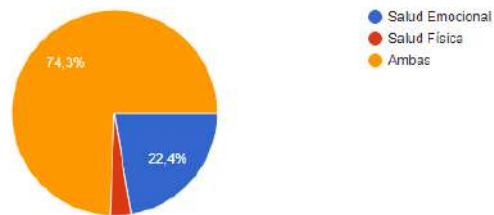
5. Dentro de tu círculo social cercano, ¿has presenciado un embarazo adolescente?

214 respuestas



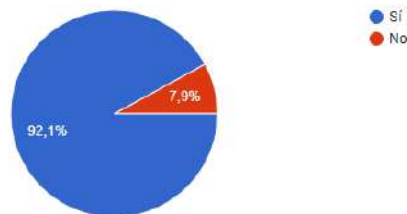
6. ¿Qué considera usted que afecta más en un embarazo adolescente?

214 respuestas



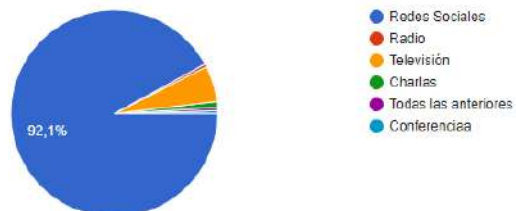
7. ¿Le gustaría tener información sobre los embarazos en adolescentes por medio de campañas publicitarias?

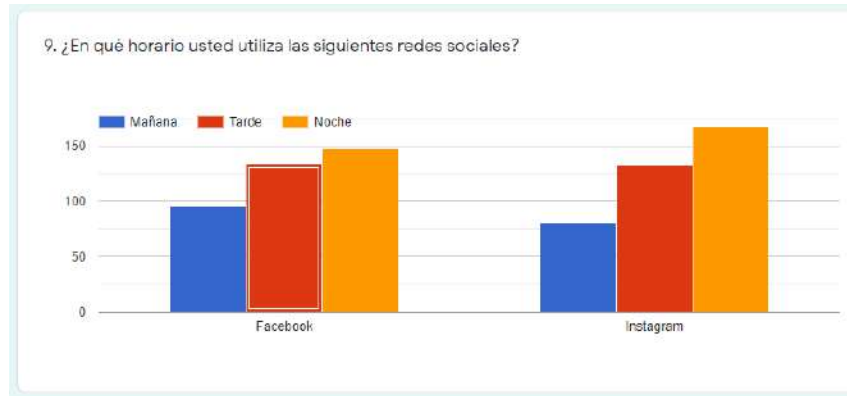
214 respuestas



8. ¿Por qué medio le gustaría que se realice esta campaña?

214 respuestas





WEBINAR

## Enfermedades de Transmisión sexual

### Virus del papiloma humano

### Gonorrea

### Sífilis

### Clamidia

- Marta Pineda
- ADRIANA LEÓN
- Erika Marrojo
- Cristel Granda

Figura 41 Webinar

Fuente: Elaborado por la autora.



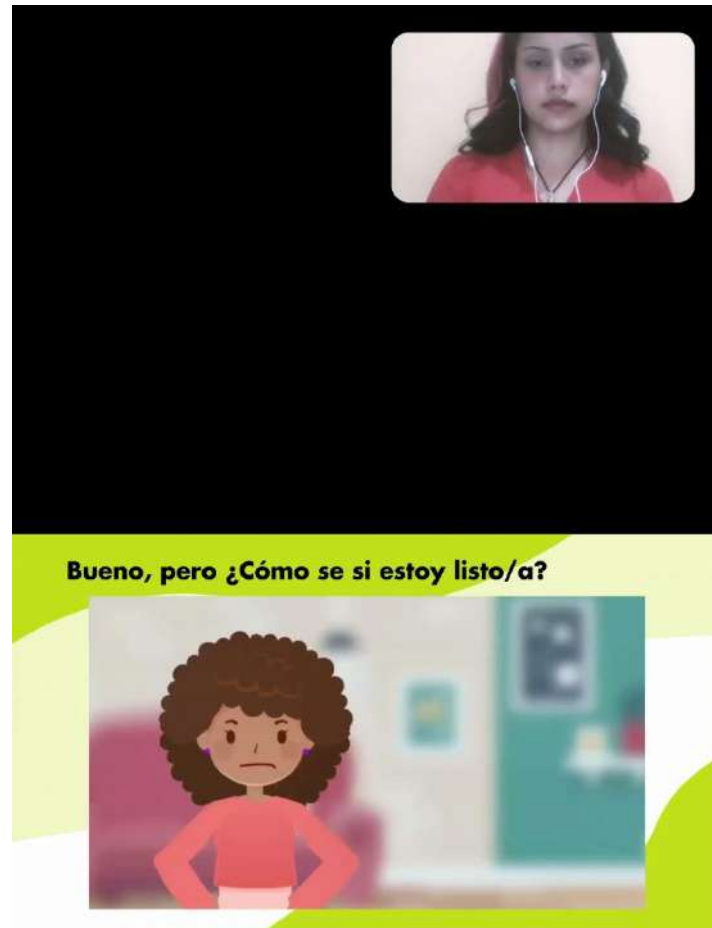


Figura 42 Webinar

Fuente: Elaborado por la autora.

**¡Esperar es importante!**

**Las personas que esperan hasta tener la edad adecuada para tener sexo descubren que es:**

- Más especial.
- Más gratificante.
- Menos riesgoso para su salud.
- Más fácil actuar de manera responsable y tomar precauciones para evitar infecciones y embarazo.

**Establecer límites**  
Nunca permitas que nadie te convenza de hacer algo que no quieres hacer.

**Respetar tu decisión**  
Recuerda que "no" significa "no".

Recuerda... ¡Respetar!

Figura 43Webinar

Fuente: Elaborado por la autora.

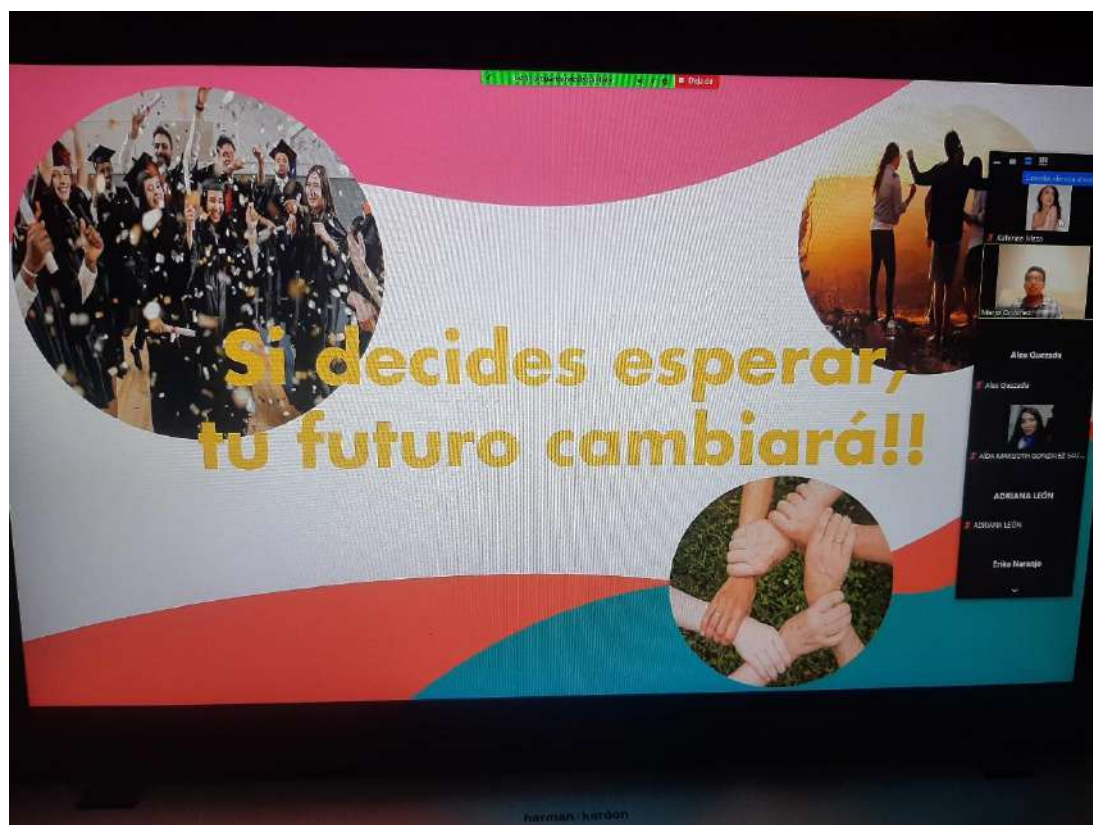


Figura 44 Webinar

Fuente: Elaborado por la autora.