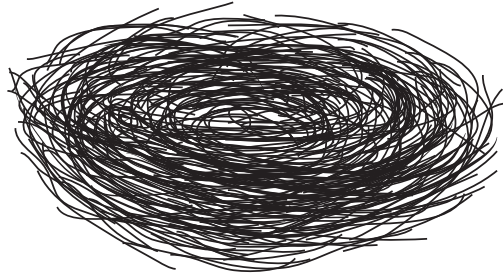




**ESPOL**  
*"Impulsando la sociedad del conocimiento"*

**Materia Integradora**

## **DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE PROYECTOS GRÁFICOS**



**DISEÑO DE CAMPAÑA**

**LIGRA**

**Licenciatura en Diseño Gráfico y  
Publicitario**

---

## **BROCHURE DE PROCESOS**

Tema:

Campaña para Reducir el Índice de Embarazos en Adolescentes del Colegio de Bachillerato 9 de Octubre de la ciudad de Machala.

Autores:

Joselyn Elena Cervantes Valencia

Katherine Yuleisi Veloz Santos

Paralelo # 3

**Año 2016**

**Firma del Profesor**

.....

**Contenido:**

Resumen	5
Antecedentes	6
Público objetivo o target	7
Investigación y Metodología del proyecto	7
Objetivos del proyecto	8
Cronograma	9
<b>DISEÑO</b>	
Proceso creativo	10
Proceso de bocetos	12
Prueba - error	13
Proceso técnico	14
Detalle de piezas gráficas	17
Cronología	26
Presupuesto	29
Resultados	30
Conclusiones	31
Bibliografía	32
Anexos	33



## RESUMEN

El embarazo en la adolescencia, establece un problema social y económico de enorme dimensión, sobre todo en los países en vías de desarrollo, donde las tasas de fecundidad son muy altas, con el estudio de ésta investigación se evitará que muchas chicas salgan embarazadas a temprana edad, lo que reduciría el índice de adolescentes en estado de gestación, permitiéndoles disfrutar de su niñez y adolescencia, sin preocupaciones y dificultades, de esta manera se contribuirá con la economía del país, ya que el gobierno no gastaría más recursos para poder mantenerlas a ellas y a sus hijos.

Al realizar este proyecto se contribuirá con la formación académica de muchos adolescentes, para que puedan culminar sus estudios, convirtiéndose en profesionales exitosos y de esta manera garantizar nuevas experiencias que ayuden a incrementar sus conocimientos y expectativas, y así, brindar mayores oportunidades de conseguir el empleo deseado o emprender su propio negocio, para que puedan alcanzar nuevos horizontes y superar las todas las metas planteadas, dando como resultado, una mejor educación en el país.

El desarrollo de esta Campaña está basada y argumentada con las investigaciones realizadas y el correcto manejo de herramientas del diseño.

## ANTECEDENTES

La adolescencia es un ciclo de muchos cambios ya sean físicos o emocionales, que involucran el inicio de una intensa sexualidad, por esta razón se debe de estar bien informado de los diferentes peligros que pueden existir al momento de mantener una relación íntima, siendo así necesario prevenir posibles embarazos.

Actualmente la ONG Plan Internacional, en su estudio de 2015, determinó que el 85% de los adolescentes ecuatorianos de entre 10 y 17 años han tenido por lo menos un embarazo. (2016, Diario EL TELÉGRAFO)

Según Viviana Rodríguez estudiante de la Estatal, dice que las chicas con más tendencia a embarazarse a temprana edad son las chicas que no tienen una instrucción primaria versus las que tienen educación primaria y secundaria. (2013, Viviana Rodríguez Aquino)

En el 2012, según datos oficiales del Ministerio de Salud y el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), el 17% de mujeres de entre 15 y 17 años son madres adolescentes. (2012, Diario La Hora)

Cada año en el Ecuador 45,000 adolescentes se convierten en madres. En el 2010 los embarazos por cada 1000 mujeres entre 10 a 14 años era de 1.98 % pero esta cifra subió al 2.16 % en el 2014. Antes del 2007 todavía no se registraban parto de adolescentes de 11 años desde entonces hasta el 2014, 65 niñas de esa edad ya son madres. Según estudios informa que Ecuador ocupa el segundo lugar en Sudamérica en embarazos en adolescentes (2015, Youtube visión 360)

Según la Ministra Coordinadora de Desarrollo Social, Cecilia Vaca, informó que los embarazos de adolescentes entre 15 - 19 años tuvo una reducción del 7% mientras la sección de la área urbana de entre 10 - 14 se reflejó un aumento. (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica, 2015)

## **PÚBLICO OBJETIVO**

La audiencia para este proyecto son: estudiantes entre 12 y 14 años del Colegio 9 de Octubre de la ciudad de Machala; la cuál consta también de: profesores, administrativos y colaboradores en general, los cuales nos ayudarán en el desarrollo de la campaña, para el fortalecimiento académico.

## **METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

En la metodología se utilizará tres métodos como son la observación ya que analizaremos el comportamiento de las estudiantes a la hora de realizar la actividad planificada. En el método motivacional, se va a averiguar porqué las estudiantes o padres actúan de una manera en particular.

Se conocerá los motivos y estímulos los cuáles conllevan a adolescentes a embarazarse.

Por último se utilizó el método de la entrevista, el cual consistirá en interrogar a varias estudiantes para que nos relaten su experiencia de haber sido madre a temprana edad.

## OBJETIVOS

## DE COMUNICACIÓN

Demostrar a las estudiantes del Colegio 9 de Octubre de la ciudad de Machala, mediante una campaña de prevención que les permita experimentar lo difícil que resulta afrontar la maternidad a temprana edad.

## DE DISEÑO

Elaborar una campaña de concientización, utilizando piezas gráficas para prevenir el embarazo infantil y fomentar al estudiantado a continuar con su formación.

### **General:**

Crear estrategias de comunicación para reducir el índice de embarazos en adolescentes en el Colegio 9 de Octubre de la ciudad de Machala.

### **Específicos:**

- Analizar el nivel de conocimiento que tienen las adolescentes acerca de la sexualidad.
- Identificar qué factores han incidido en la iniciación sexual temprana de adolescentes.
- Explicar la gran magnitud de responsabilidad que representa tener un hijo a temprana edad.



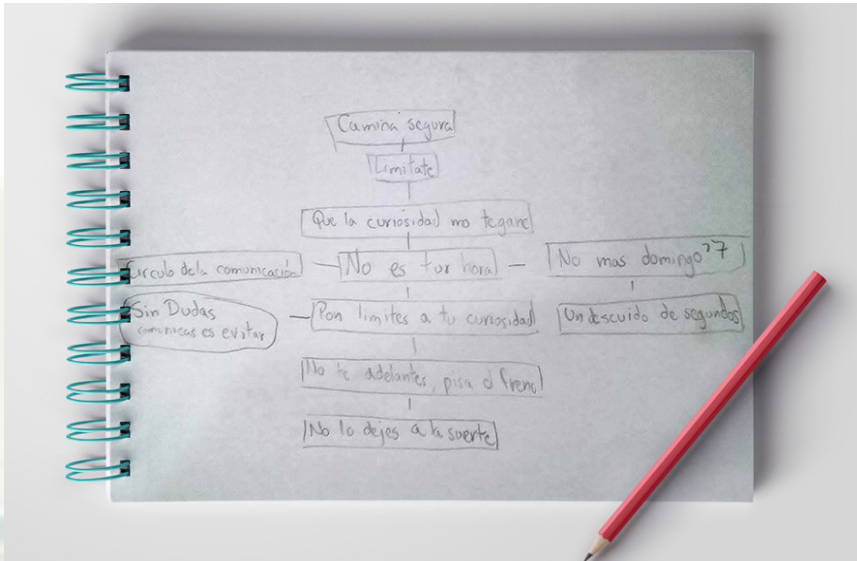
# CRONOGRAMA

Cronograma Proyecto																		
Actividades	Mayo		Junio			Julio				Agosto				Septiembre				
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Fase de Definición</b>																		
Busqueda de problemas	■																	
Recopilación de información		■																
Elaboración de Problemática y Justificación			■															
Elaboración de objetivos				■														
Elaboración de tipo y metodos de investigación					■													
Elaboración de presupuesto						■												
<b>Fase de seguimiento</b>																		
Elaboración de entrevista									■									
Elaboración de encuesta									■									
Realización de encuesta y de entrevista									■									
Análisis de datos										■								
Determinación de factores										■								
Determinación de conocimiento sexual										■								
Entrevista a obstrecta											■							
Entrevista a psicólogo clínico											■							
Charla para los padres sobre valores												■						
Charla para las estudiantes sobre autoestima												■						
Taller tu futuro												■						
Sesión de fotos con los estudiantes												■						
<b>Fase de Diseño</b>																		
Lluvia de ideas													■					
Moodboard & Coolboard													■					
Elaboración de propuesta de campaña													■					
Elaboración de bocetos de piezas gráficas														■				
Corrección de artes														■				
Elaboración de arte final														■				
Impresión de arte final															■			
Implementación de campaña																■		

## PROCESO CREATIVO

Para la realización del logotipo de la campaña de concientización se utilizaron diferentes técnicas de investigación como entrevistas y encuestas.

Para la creación del naming se tomó en consideración las respuestas de las entrevistas a psicólogos quienes mencionaban que los padres de familia están en la obligación en despejar las dudas de sus hijos sobre sexualidad u otro tema.



## PROCESO CREATIVO

Para la elección de los colores del logotipo de la campaña, se utilizaron herramientas de diseño, el coolboard y el moodboard.

### COOLBOARD



### MOODBOARD



## PROCESO DE BOCETOS

La realización de bocetos es la opción más recomendada para la creación de ideas y así llegar a un resultado final óptimo. Se tomó como referencia las diferentes opiniones generadas de las entrevistas realizadas a las estudiantes y a psicólogos expertos en la materia.



## PRUEBA Y ERROR

Se ha digitalizado varios bocetos de logotipo para escoger la mejor opción.

Todavía  
**NO**  
ES LA  
HORA

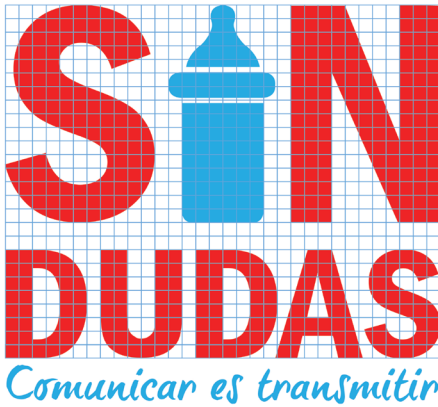
No más  
**Domíngo**

**SIN  
DUDAS**  
*Comunicar es transmitir*

**Sin Dudas**  
*Comunicar es evitar*

## PROCESO TÉCNICO

Escogido el isotipo, se procedió a digitalizarlo, para lo cual se utilizó el software Adobe Illustrator para su correcto desarrollo y aplicación, ya que nos proporciona la facilidad y nitidez en la presentación del trabajo.

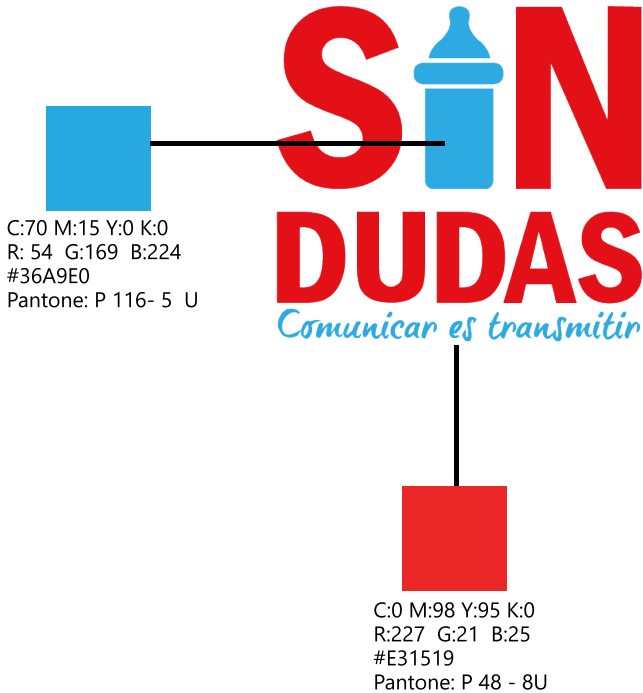


Cada cuadro tiene un tamaño de 0,3 mm de ancho y alto.

El isologo fue creado por medio de una retícula, la cual está conformada por 32 cuadros de ancho y 26 cuadros de alto.

## ELECCIÓN DE COLORES

Para la elección de colores del isotipo, se utilizó las herramientas del diseño como es el moodboard y el coolboard en el cual se reflejó de manera muy repetitiva los colores azul y rojo.



## ELECCIÓN DE TIPOGRAFÍAS

Para la elección de tipografías para el isologo, se llegó a la conclusión de utilizar una fuente Franklin Gothic Demi Cond, la misma que tuvo que ser modificada para la realización de la retícula, la cual es una fuente san serif, que es una letra rígida y bold, en donde se refleja la seriedad al hablar del tema.

En lo que concierne al eslogan se utilizó una tipografía brush tipTerrence, con movimiento, la cual denota la confianza que los padres deben de transmitir a sus hijos.

**Franklin Gothic Demi Cond**    **A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

*brush tipTerrence*    **A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
*a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z*

**Tipografía Complementaria:** Se utilizo para las piezas gráficas

**Títulos**

**Montserrat Bold**    **A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

Cuerpo del texto

**Montserrat Regular**    **A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

**SIN**  
**DUDAS**  
*Comunicar es transmitir*



## PIEZAS GRÁFICAS

Para el desarrollo de la campaña, se hicieron piezas gráficas como díptico, afiches y volante.

Se consideró importante la entrega de un díptico a los padres de familia.

20 cm

20 cm

**10**  
**Mandamientos**  
**para educar a tus hijos**

- 1** No decida por ellos
- 2** Dialoga con ellos
- 3** Da un buen ejemplo
- 4** Ponles límites
- 5** Dales obligaciones
- 6** Pregunta antes de regañar
- 7** Vive con ellos y no sobre ellos
- 8** Intégralos a tu vida
- 9** Evita preferencias
- 10** Dales más amor

**EDUCANDO A TUS HIJOS**

**SIN DUDAS**  
Comunidad al servicio

*"Sólo en la comunidad que cultiva Valores, prospera la Educación."*

Kant

## PIEZA GRÁFICA

Díptico anverso: El mismo que será entregado a los padres de familia, después de finalizar la charla.

### Valores

Los valores humanos son aquellos conceptos universales conductores de la acción que se encuentran en todas las culturas, sociedades y en todos los lugares donde los seres humanos interactúan con los demás. Un asunto clave con los valores es que los niños, niñas, jóvenes y adultos necesitan para guiarse.

**Felicidad:** Es la sensación de bienestar y realización que experimentamos cuando alcanzamos nuestras metas, deseos y propósitos; es un momento duradero de satisfacción, donde no hay necesidades que apremien, ni sufrimientos que apremien.

**Perseverancia:** Capacidad para seguir adelante a pesar de los obstáculos, dificultades, desánimo, aburrimiento, frustración, o los propios deseos de rendirse. La persona perseverante termina lo que ha empezado, vuelve a intentarlo tras un fracaso inicial, persigue sus objetivos, se mantiene concentrada y trabajando en su tarea.

**Respeto:** Equivale a tener veneración, aprecio y reconocimiento por una persona pero sobretodo por uno mismo, el respeto a sí mismo es la base de la autoestima.

**La responsabilidad:** Signo de madurez, pues el cumplir una obligación de cualquier tipo no es generalmente algo agradable, pues implica esfuerzo, y dedicación cotidiana por avanzar en la construcción de la estabilidad en la vida.

El amor: Es el alimento para el alma. Así como la comida, lo es para el cuerpo, el amor lo es para el alma. Sin alimento el cuerpo está débil, sin amor el alma está débil.

La llave que revela tu potencial ilimitado es el amor.


Solo el amor te libera; solo el amor te cura; y el amor empieza por ti. No tiene sentido buscar fuera de ti lo que tu no te das a ti mismo.


¡El amor empieza en casa!

### Hablar del sexo con los hijos


A veces algunos padres se ayudan de terceras personas para hablar con sus hijos, no está mal, pero lo ideal es que seas tú la persona con la que tus hijos puedan contar cualquier momento, que seas el pilar de ellos.

### Riesgos del embarazo precoz

 Abandono de la escuela

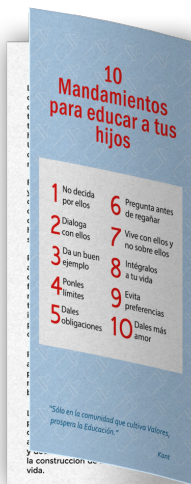
 Problemas para independizarse económicamente

 Dificultades laborales

 Dificultad para formar una pareja estable

 Interrupción en el proceso de la adolescencia

# PIEZA GRÁFICA



### Valores

Los valores humanos son aquellos conceptos universales conductores de la acción que se encuentran en todas las culturas, sociedades y en todos los lugares donde los seres humanos interactúan con los demás. Un asunto clave con los valores es que los niños, niñas, jóvenes y adultos necesitan para guiarse.

**Felicidad:** Es la sensación de bienestar y realización que experimentamos cuando alcanzamos nuestras metas, deseos y propósitos; es un momento duradero de satisfacción, donde no hay necesidades que apremien, ni sufrimientos que apremien.

**Perseverancia:** Capacidad para seguir adelante a pesar de los obstáculos, dificultades, desánimo, aburrimiento, frustración, o los propios deseos de rendirse. La persona perseverante termina lo que ha empezado, vuelve a intentarlo tras un fracaso inicial, persigue sus objetivos, se mantiene concentrada y trabajando en su tarea.

**Respeto:** Equivale a tener veneración, aprecio y reconocimiento por una persona pero sobretodo por uno mismo, el respeto a sí mismo es la base de la autoestima.

La responsabilidad: Signo de madurez, pues el cumplir una obligación de cualquier tipo no es generalmente algo agradable, pues implica esfuerzo, y dedicación cotidiana por avanzar en la construcción de la estabilidad en la vida.

El amor: Es el alimento para el alma. Así como la comida, lo es para el cuerpo, el amor lo es para el alma. Sin alimento el cuerpo está débil, sin amor el alma está débil.

La llave que revela tu potencial ilimitado es el amor.

Solo el amor te libera, solo el amor te cura, y el amor empieza por ti. No tiene sentido buscar fuera de ti lo que tu no te das a ti mismo.

El amor empieza en casa.

### Hablar del sexo con los hijos

A veces algunos padres se ayudan de terceras personas para hablar con sus hijos, no está mal, pero lo ideal es que seas tú la persona con la que tus hijos puedan contar cualquier momento, que seas el pilar de ellos.

### Riesgos del embarazo precoz

- A Abandono de la escuela
- S Problemas para independizarse económicamente
- D Dificultades laborales
- M Dificultad para formar una pareja estable
- I Interrupción en el proceso de la adolescencia

## PIEZA GRÁFICA

Se realizaron varios afiches con la colaboración de los estudiantes.



Los afiches se imprimiran en cartulina couche.

## SOUVENIR

Se hará la entrega de un souvenir, con el propósito de que las personas recuerden la campaña. Dentro del souvenir tendrá la frase "Aún no es tiempo de ser Padre o Madre"



Etiqueta dentro del souvenir

### Prueba y Error de Souvenir

Se realizaron pruebas sobre lo que se colocará en el interior del souvenir.



## PIEZA GRÁFICA

Se consideró el uso de Redes sociales, ya que es un medio que tiene bastante acogida tanto para los adolescentes como para los padres de familias.



## PIEZA GRÁFICA

Estas piezas se utilizarán exclusivamente para el facebook.



## PIEZA GRÁFICA

Para el inicio de la campaña se realizó un volante, para hacer la entrega a los padres de familia e invitarlos a la charla.

10cm

14cm

**CHARLA  
PARA  
PADRES  
DE  
FAMILIA**

Comunicación Padres e hijos  
¿Cómo hablarles a tus hijos de sexo  
Riesgos del embarazo precoz  
Valores Humanos

**MIÉRCOLES 11 DE AGOSTO**

Expositor: Lcdo. Bolívar Cervantes  
Lugar: Colegio 9 de Octubre (Auditorio)  
Hora: 5:00 pm

**SIN  
DUDAS**  
Universidad El Salvador



## BELOW THE LINE (BTL)

Para la entrega del souvenir, se realizará un BTL, el cuál consistirá en que habrá dos mochilas; una con un cuaderno y lápiz; la otra con implementos para el bebé (biberón, pañales, ropa etc).

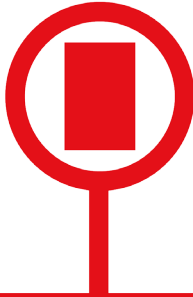
Los estudiantes tendrán que cruzar obstáculos con la mochila que contiene el cuaderno y lápiz; luego la misma estudiante regresará a ver la segunda mochila que contiene implementos para el bebé y deberá cruzar nuevamente los obstáculos.

Al finalizar los 2 recorridos, a la estudiante se le preguntará con cual mochila se le hizo más difícil cruzar los obstáculos, dicha la respuesta se le procederá abrir la maleta para que ella observe lo que tiene en su interior y para finalizar se procederá a entregar el souvenir.



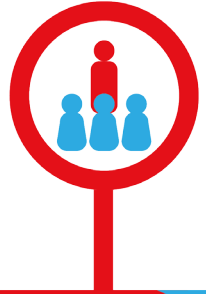
## CRONOLOGÍA

### Primer paso



Charla a padres de familia sobre los valores, riesgos del embarazo precoz y como hablar el sexo con sus hijos, terminada la charla se entregará los dipticos a los padres de familia.

### Tercer paso



Creación de Redes Sociales y entrega de volantes en las reuniones de padres de familia



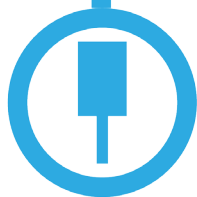
### Segundo paso

Charla a estudiantes sobre los valores y la baja autoestima donde va a estar un roll up de un afiche.

## Quinto paso



Implementación de afiches en exteriores.



## Cuarto paso

BTL El cual consistirá en el que habra dos maletas una maleta con un cuaderno y la otra con implementos para el bebe como biberon ropa etc donde las o los estudiantes tendran ke cruzar unos obstáculos con una maleta y luego la misma estudiante regresará a ver la segunda maleta y cruzar nuevamente los obstáculos al finalizar los 2 recorridos, a la estudiante se le preguntará con cual maleta se le hizo mas difícil cruzar los obstáculos, dicha la respuesta se le procederá abrir la maleta para que ella observe lo que tiene en su interior y para finalizar se procederá a entregar el souvenir.

## PUBLICIDAD EXTERIOR

Se utilizará el Roll Up, con medidas de 2 m x 1,80 m



Se utilizará Paleta Publicitaria, con medidas de 120 cm x 180 cm



# PRESUPUESTO

Egresos		P.Unitario	Total
<b>Gastos</b>	<b>Costos fijos</b>		<b>6.420</b>
	Servicios Básicos	50	200
	5 Movilización	24	120
	Sueldo Diseñadores	500	5000
	Imprevistos	100	100
	Mes 01 a 04		6420
<b>Diseño</b>	<b>Investigación + Desarrollo</b>		<b>430</b>
	Definición Mercado Objetivo	80	80
	Concepto Creativo	350	350
	Mes 01 A 02		430
<b>Construcción</b>	<b>Bocetos y Pruebas</b>		<b>650</b>
	Diseño de propuestas	200	200
	Digitalización de propuestas	150	150
	Diagramación	150	150
	Prototipo final	100	100
	Mes 02 a 03		650
<b>Comunicación</b>	<b>Diseño de piezas gráficas</b>		<b>177,25</b>
	Díptico 2 lados	40	40
	Afiche 1	30	30
	Afiche 2	30	30
	Afiche 3	30	30
	Afiche 4	30	30
	Envases	0,60	15
	Piola	0,11	1,65
	Cartulina	0,15	0,15
	Chaquiras	0,45	0,45
	Impresión		
<b>Inversión</b>			
<b>Implementación</b>			<b>297,25</b>
	Impresiones Sugeridas		
	Díptico 2 lados	80	80
	Afiche 1	50	50
	Afiche 2	50	50
	Afiche 3	50	50
	Afiche 4	50	50
	Envases	0,60	15
	Piola	0,11	1,65
	Cartulina	0,15	0,15
	Chaquiras	0,45	0,45
	Impresión		
		60	60
<b>Total</b>	Egresos + Inversión Mes 01 a 04		<b>7974,5</b>

## RESULTADOS

Reducir el índice de embarazos en adolescentes, para que de esta manera puedan culminar sus estudios y sean profesionales de éxito.

Conseguir que adolescentes tomen conciencia de la gran responsabilidad que es cuidar a un bebé y a las dificultades a las que se enfrentan.

Lograr que los padres no sean tan permisivos con sus hijos, que les demuestren afecto e interés y aprendan a valorar sus logros.

## CONCLUSIONES

En las entrevistas que se realizaron a los psicólogos nos informaron que a pesar de que en un 60% la culpa de los embarazos prematuros inciden en los estudiantes, el otro 40% se debe a que los padres son muy permisivos con sus hijos.

En las encuestas realizadas a los estudiantes del tercer año, se llegó a la conclusión que el 95% del estudiantado tiene conocimientos de métodos anticonceptivos.

En la entrevista con el psicólogo se pudo detectar que hay una ausencia de valores morales y baja autoestima en los estudiantes lo que provoca que los estudiantes no tengan deseo de superación por esta causa buscan métodos fáciles como hacer de compromiso.

Con los talleres realizados con los alumnos de tercer año se pudo apreciar que la mayoría tiene el deseo de ser profesionales en un futuro próximo.

La obtención de manera gratuita de anticonceptivos mediante el gobierno desencadena en los adolescentes una conducta liberal.

Los factores antes mencionados, desencadenan que las adolescentes se embaracen rápidamente, por lo que la comunicación debe ser enfocada a los padres para que ellos puedan transmitir el mensaje a sus hijos de una manera correcta y con un lenguaje acorde a su edad para así fortalecer sus valores y autoestima.

## BIBLIOGRAFÍA

Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica. (26 de Marzo de 2015). *En Ecuador cae índice de embarazo en jóvenes de 15 y 19 años aunque aumenta en edades menores. En Ecuador cae índice de embarazo en jóvenes de 15 y 19 años aunque aumenta en edades menores*, pág. 1

Aquino, V. R. (Febrero de 2013). *repositorio de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de repositorio de la Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1978/1/TESIS%20VIVIANA%20RODRIGUEZ%20AQUINO.pdf>

Diario el Tiempo. (10 de Mayo de 2012). El embarazo en adolescentes aumenta en América Latina. *El embarazo en adolescentes aumenta en América Latina*, pág. 1.

Diario la Hora. (27 de Septiembre de 2012). Embarazos cada vez más precoces. *Embarazos cada vez más precoces*, pág. 1.

El Telégrafo. (30 de Abril de 2016). El embarazo adolescente es un problema social en el Ecuador. *El embarazo adolescente es un problema social en el Ecuador*, pág. 1.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (28 de Noviembre de 2010). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de Ecuador en Cifras: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/embarazos\\_adolescentes1.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/embarazos_adolescentes1.pdf)

Visión 360 Ecuavisa. (2015). Niñas madres.

Visión 360 Ecuavisa. (3 de Agosto de 2015). *Niñas Madres. Niñas Madres*. Guayaquil, Guayas, Ecuador.



**ANEXOS**

ENCUESTA

La presente encuesta es de carácter anónima y tiene como finalidad recopilar información, acerca de cuáles son los factores que provocan el embarazo a temprana edad.

Edad:

1. ¿Tienes novio (a)? SI  NO
2. ¿Has tenido relaciones sexuales? SI  NO  Porque \_\_\_\_\_
3. ¿Alguna vez has estado embarazada? Solo contestan mujeres SI  NO
4. ¿De quién has recibido o escuchado información sobre enfermedades de transmisión sexual?
 

Amigos (a) <input type="checkbox"/>	Radio o televisión <input type="checkbox"/>	Ninguno <input type="checkbox"/>
Colegio <input type="checkbox"/>	Centros de Salud <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/> _____
Padres <input checked="" type="checkbox"/>		
5. ¿Cuál consideras que es la principal causa de embarazo en adolescentes?
 

Falta de valores <input type="checkbox"/>	Poca información sobre los métodos anticonceptivos <input checked="" type="checkbox"/>
Carencia de un proyecto de vida <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/> _____
Poca información sobre el sexo <input type="checkbox"/>	
6. ¿Por qué ocurren las relaciones sexuales entre adolescentes?
 

Por curiosidad <input type="checkbox"/>	Por presiones grupales <input type="checkbox"/>	Por decisión propia <input checked="" type="checkbox"/>
Por accidente <input type="checkbox"/>	Por necesidad de afecto <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/> _____
7. ¿Has tenido charlas de educación sexual? ¿Qué temas han tratado?
 

SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Métodos anticonceptivos <input type="checkbox"/>	Ninguno <input type="checkbox"/>
Enfermedades de transmisión Sexual <input checked="" type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/> _____
Riesgos en el embarazo <input type="checkbox"/>	
8. ¿Qué métodos anticonceptivos conoces?
 

Parche <input type="checkbox"/>	Pastillas <input checked="" type="checkbox"/>	Ninguno <input type="checkbox"/>
Condón <input checked="" type="checkbox"/>	Método del Ritmo <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/> _____
9. ¿Cuál método anticonceptivo has utilizado?
 

Parche <input type="checkbox"/>	Pastillas <input type="checkbox"/>	Ninguno <input type="checkbox"/>
Condón <input checked="" type="checkbox"/>	Método del Ritmo <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/> _____
10. ¿Consideras que el embarazo se puede dar en tu primera experiencia sexual? SI  No  No sabe
11. En el embarazo de una adolescente ¿De quién consideras que es la responsabilidad?
 

La adolescente embarazada <input type="checkbox"/>	Ninguno <input checked="" type="checkbox"/>
El padre adolescente <input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/> _____
Familias <input type="checkbox"/>	
12. ¿Por qué piensas que las chicas se embarazan a temprana edad?  
 por que no saben como prevenirlo.
 

---



---



---

Anexo1. Formato de la encuesta realizada a estudiantes.

ENTREVISTA

1. ¿Qué edad tienes? 14 2 de 08/5
2. ¿A qué edad tuviste tu primera relación sexual? 13
3. ¿Por qué tuviste relaciones sexuales? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
4. ¿Cuántos hijos tienes? \_\_\_\_\_
5. ¿Convives con el padre de tus hijos? \_\_\_\_\_
6. ¿Cuál es la historia de tu embarazo? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
7. ¿Recibiste apoyo de alguien durante esta etapa? ¿Qué tipo de apoyo? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
8. ¿Cómo fue la reacción de tus padres? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
9. ¿Utilizas algún método anticonceptivo? ¿Cuál utilizas? Y si no ¿por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
10. ¿Antes de tener relaciones sexuales, conocías de algún método para prevenir el embarazo? ¿Cuál? \_\_\_\_\_
11. ¿Antes de quedar embarazada había tenido relaciones sexuales o esa fue la primera vez? \_\_\_\_\_
12. ¿Por qué te embarazaste? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
13. ¿Te arrepientes de haber quedado embarazada a temprana edad? \_\_\_\_\_
14. ¿Qué fuera de tu vida si no hubieses quedado embarazada a temprana edad? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
15. ¿Le darías algún consejo a las chicas que tienen relaciones sexuales sin protección? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Anexo 2. Formato de la entrevista realizada a adolescentes embarazadas

1. ¿Cuándo una persona alcanza la madurez necesaria para decidir tener un hijo?
2. ¿Un embarazo podría ayudar a madurar a una adolescente?
3. ¿Qué es lo que pasa por la mente de l@s adolescentes?
4. Si las chicas conocen métodos para prevenir el embarazo, ¿Por qué salen embarazadas?
5. ¿Qué buscan las adolescentes cuando se embarazan?
6. ¿Qué papel cumplen los padres en la educación sexual de sus hijos?
7. ¿Cómo deberían reaccionar los padres al enterarse de que sus hijas están embarazadas?
8. ¿Los padres son los responsables de que sus hijas salgan embarazadas?
9. ¿Los padres deberían hacerse cargo por completo de los hijos de sus hijas?
10. Usted cree importante que iniciemos concientizando a los padres de estos chicos y si cree importante, cómo podríamos empezar?
11. ¿Aún existe ese miedo de hablarle a los hijos de sexo por parte de los padres?
12. ¿Podrían presentar cambios y trastornos psicológicos las adolescentes en el embarazo y cuáles?
13. ¿Si existen cambios psicológicos en la madre? El bebé puede tener también cambios?
14. ¿Qué se debería hacer para evitar que las adolescentes sigan teniendo embarazos precoces?
15. Si los padres de estos chicos, lo fueron en la adolescencia. ¿cree usted que esto repercute en la decisión de ser madres o lo tomen de ejemplo para hacer lo mismo?
16. ¿Cómo hacerle entender a las adolescentes que si se embarazan a temprana edad sería más difícil cumplir su meta?
17. ¿Qué consejos básicos de educación sexual propone a los padres para hacer su labor educadora en el campo sexual?
18. ¿Cuál es el lenguaje más adecuado para transmitirles el mensaje?
19. ¿De qué manera captar la atención de las estudiantes y que se comprometan con sus estudios?

Anexo 3. Formato de la entrevista realizada a Psicólogos.



Anexo 4. Encuesta a estudiantes



Anexo 5. Entrevista a adolescentes embarazadas



Anexo 6. Entrevista a Psicólogos.



Anexo 7. Charla a Padres de Familia



Anexo 8. Charla a estudiantes



Anexo 9. Foto portada para el díptico



Anexo 10. Taller con estudiantes



Anexo 11. Mejores dibujos escogidos



Anexo 12. Sesión de fotos



