



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

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

Diseño de un Folleto sobre el uso de los “Métodos Anticonceptivos” y la
Percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos
Callao, Lima 2018.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE

Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

AUTORA:

Diana Milagros Coronado Taboada

ASESOR:

Dr. Juan Apaza Quispe

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

**ARTE VISUAL Y SOCIEDAD: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN EL ÁMBITO
DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA, IMAGEN CORPORATIVA Y DISEÑO DEL
PRODUCTO.**

Lima – Perú

2018

El Jurado encargado de evaluar el Trabajo de Investigación, *PRESENTADO EN LA MODALIDAD DE: INFORME DE TESIS*

Presentado por Don (a)

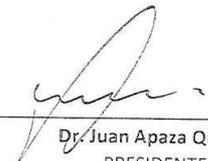
CORONADO TABOADA, DIANA MILAGROS

Cuyo Título es:

DISEÑO DE UN FOLLETO SOBRE EL USO DE LOS MÉTODOS ANTICONCEPTIVOS Y LA PERCEPCIÓN EN ESTUDIANTES DE 3° A 5° DE SECUNDARIA EN TRES CENTROS EDUCATIVOS CALLAO, LIMA 2018

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la Resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 16 (número) Dieciséis (letra).

Lima, 06 de diciembre de 2018



Dr. Juan Apaza Quispe
 PRESIDENTE



Mg. Liliana Olga Melchor Agüero
 SECRETARIO



Mg. Jessica Marisol Rodarte Santos
 VOCAL

NOTA: En el caso de que haya nuevas observaciones en el informe, el estudiante debe levantar las observaciones para dar el pase a Resolución.

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

DEDICATORIA

A mi familia; por sus palabras de aliento de ser una persona perseverante por lo que quiero.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi casa de estudio la Universidad Cesar Vallejo por haberme formado, gracias a mi madre, mi madrina y tía que sin ellas esto no hubiera sido posible. Por su apoyo incondicional tanto económico y afectivo. Y a las demás personas que formaron parte de este proyecto de investigación.

¡MUCHAS GRACIAS!

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Diana Milagros Coronado Taboada con DNI N° 72329364, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Arte y Diseño Gráfico Empresarial, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Lima. 21 de Diciembre del 2018



Diana Milagros Coronado Taboada.

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada Diseño de un Folleto sobre el uso de los “Métodos Anticonceptivos” y la Percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018. La misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial.

Diana Milagros Coronado Taboada

INDICE

	Pag.
CARÁTULA	i
PAGINAS PRELIMINARES	
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	
1.1 Realidad problemática	11
1.2 Trabajos previos	12
1.3 Teorías relacionadas al tema	15
1.4 Formulación del problema	21
1.5 Justificación del estudio	22
1.6 Hipótesis	23
1.7 Objetivos	24
II. MÉTODO	
2.1 Diseño, tipo y nivel de investigación	25
2.2 Variables, operacionalización	25
2.3 Población y muestra	29
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos,	31
Validez y confiabilidad	
2.5 Método de análisis de datos	32

2.6 Aspectos éticos	33
III. RESULTADOS	43
IV. DISCUSIÓN	45
V. CONCLUSIÓN	48
VI. RECOMENDACIONES	50
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	51
VIII. ANEXOS	55

RESUMEN

Esta investigación pretende encontrar la relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y la percepción de los estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres instituciones educativas. I.E.P. Regina Pacis, I.E.P B Group y I.E Raul Porras Barrenechea, Callao, Lima 2018. La investigación se realizó para que los estudiantes tengan conocimiento con dicho tema. Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo – descriptivo, de tipo no experimental – diseño correlacional.

Para el desarrollo de este proyecto de investigación se trabajó con 2 variables el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y la percepción en los estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres instituciones educativas. I.E.P. Regina Pacis, I.E.P B Group y I.E Raúl Porras. Teniendo como población 974 estudiantes de 3° a 5° del nivel secundario donde la muestra consta de 276 estudiantes. Fueron seleccionados de una manera aleatoria sistemática y se realizó una técnica de encuesta conformada por 10 preguntas con alternativas de la escala de Likert. Dicha encuesta fue validada con 3 expertos en el tema. Por consiguiente, se realizó una prueba del alfa de Crombach para obtener la fiabilidad del instrumento obteniendo como resultado un ,839 dando una confiabilidad aceptable.

Los datos recopilados pasaron a un proceso de análisis, a través del programa estadístico IBM SPSS STATISTICS 20.0. Utilizando la prueba del Chi cuadrado para la contratación de hipótesis tuvo como resultados una significancia de 0,000 <0,05 entre ambas variables. Por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se afirma la hipótesis la hipótesis de investigación. Afirmando que existe una relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y la percepción de los estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres instituciones educativas Callao, Lima 2018.

Palabras claves: Folleto, métodos anticonceptivos, percepción

ABSTRACT

This investigation tries to find the relation between the design of a leaflet on the use of the contraceptive methods and the perception of the students of 3 ° to 5 ° of secondary in three educational institutions. I.E.P. Regina Pacis, I.E.P B GROUP and I.E Raul Porras Barrenechea, Callao, Lima 2018. The investigation was realized in order that the students have knowledge with the above mentioned topic. This investigation has a quantitative approach - descriptively, of not experimental type - I design correlational.

For the development of this project of investigation one worked with 2 variables the design of a leaflet on the use of the contraceptive methods and the perception in the students of 3 ° to 5 ° of secondary in three educational institutions. I.E.P. Regina Pacis, I.E.P B GROUP and I.E Raul Porras. Taking 974 students of 3 as a population ° to 5 ° of the secondary level where the sample consists of 276 students. They were selected in a random systematic way and there was realized a technology of survey shaped by 10 questions by alternatives of Likert's scale. The above mentioned survey was validated by 3 experts in the topic. Consequently, a test of the alfa was realized of crombach to obtain the reliability of the instrument obtaining as result one, 839 giving an acceptable reliability.

The data collected went through a process of analysis, through the statistical program IBM SPSS STATISTICS 20.0. Using the Chi-squared test for the hiring of hypotheses resulted in a significance of $0.000 < 0,05$ between both variables. Therefore, the null hypothesis is rejected and the hypothesis of the research hypothesis is affirmed. Affirming that there is a relationship between the design of a brochure on the use of contraceptive methods and the perception of students from 3rd to 5th year of secondary school in three educational institutions Callao, Lima 2018.

Keywords: Brochure, contraceptive methods, perception

I. INTRODUCCION

1.1 Realidad Problemática

Muchos de los embarazos en adolescentes son consecuencias a una escasez de educación sexual en casa y en la escuela. Según el índice de embarazos en jóvenes en el Perú continua bastante estático con un porcentaje del 13% hace 30 años, por tanto esto llega a empeora la gran desigualdad en mujeres con su continua vida adulta, según un capítulo peruano cuyo informe anual por parte del estado de dicha ciudad mundial del fondo de poblaciones de las Naciones Unidas (UNFPA), 2017.

Por otro lado, en el ámbito de la investigación del diseño gráfico es la presentación de textos e imágenes con el objetivo de comunicar información útil mediante un soporte determinado de tal manera de persuadir a las personas. Es por ello, que a través de una breve investigación respecto a los diversos métodos anticonceptivos que se conoce alrededor del mundo. Vamos a tratar sobre aquellos métodos que pueden hacer uso en los adolescentes, uniré aquellos conocimientos del diseño gráfico al exhibir una proposición de un folleto de manera dinámica e impacte al lector. Por ello lograr con una contribución a una creación en la sociedad más transparente, ordenada y más justa.

Por lo tanto, es considerable brindarles información necesaria a los jóvenes de un tema tan importante del uso de los métodos anticonceptivos, y que gracias a ello se puede evitar embarazos de adolescentes no deseados por otro lado evitar las infecciones de transmisión sexual.

Por otro lado, el avance de dicho estudio pretende saber la relación entre el diseño de una pieza grafica de un folleto acerca de los “Métodos Anticonceptivos” y la percepción visual en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres colegios educativos en el callao, lima, 2018. Cuya investigación, es muy importante descubrir la relación de encontrarse con la elaboración que tiene el folleto y la percepción en los jóvenes estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018.

Dicha investigación ayudara a aquellas futuras investigaciones, del gran valor por las piezas graficas dado como un instrumento importante para la difusión de advertencia y disposición para estos temas sociales que colaboren de alguna manera en nuestra sociedad. Por ello se usara el diseño gráfico como estrategia de comunicación visual para informar sobre dicha problemática. Por consiguiente, dicha indagación es

viable porque tiene un importe economía, dedicación, soporte y acuerdo de los directivos de los tres colegios educativos: IEP Regina Pacis, IEP B.Group, IE Raúl Porras Barrenechea.

1.2 Trabajos Previos

Calvopiña (2017), con su tema de investigación titulada: Diseño de material informativo para la vinculación de los adolescentes de 14 a 17 años de edad con el área de sexualidad del Departamento de Orientación y Bienestar Estudiantil de la Unidad Educativa Celestin Freinet ubicada en el DMQ. Para obtener la titulación como diseñadora profesional con alusión en Diseño Gráfico y Comunicación Visual. En Quito - Ecuador. Su objetivo general es el diseñar material informativo y persuasivo tanto impreso como digital, para el enlace de jóvenes de 14 a 17 años. Esta investigación cuyo diseño expuesto es no experimental transversal, de nivel descriptivo - correlacional, su investigación desarrollo unos modelos de entrevista - encuesta que comprendía evaluar productos diseñados cuyo periodo de investigación, se basa en la guía de observación en la experiencia de los adolescentes con prototipos físicos y digitales del proyecto. El sondeo de la fue realizado con 76 personas. Con los resultados de los adolescentes es que la información del material informativo es agradable y de sus intereses. Por otro lado, sale también que el material es fácil de leer y recordar. Otra conclusión es que la gran motivación para aquellos usuarios use, continúen usando el formulario de contacto con las diferentes herramientas vía online y en anonimato. Concuerdan que la usaría y seguirán usando para hacer preguntas sin colocar su nombre si no de una manera anónima. Finalmente, la autora concluye que el diseño realizado es aportando a mejorar la percepción cultural que tienen los adolescentes sobre la sexualidad y anticoncepción para dicha vinculación con el área de sexología de la institución a mediano y largo plazo, colaborar a la prevención del embarazo en los/las adolescentes. Los adolescentes/usuarios han mostrado una reacción positiva de esta propuesta, así como la aceptación de la información, aquellos nuevos canales y vías de comunicación, adicionalmente la identificación del departamento DOBE. Los resultados se los podrán conocer a medio o largo plazo.

Caballero. (2007). En su investigación titulada “Material informativo sobre la importancia de planificación familiar para clínica ginecológica”- Guatemala. Teniendo como objetivos generales realizar un folleto donde facilite el conocimiento de los

diferentes métodos anticonceptivos en el sentido conceptual. Aquel trabajo de investigación de diseño no experimental – transversal de tipo aplicada y nivel correlacional. Aplicó una muestra cuya investigación consta de 21 personas donde valida su propuesta con expertos del diseño gráfico, que comprueba técnicamente la funcionalidad del material, su forma y contenido. Por otro lado se validó la propuesta también con especialistas en el área por lo que en las preguntas se consideró funcionalidad y manejo. El autor, llegó a la conclusión que los resultados en general fueron satisfactorios por la funcionalidad en cuanto a facilitar la información pertinentes en los jóvenes en lo cual tomen decisiones pertinentes a los diferentes métodos anticonceptivos. Finalmente, concluye que la propuesta cumple con los objetivos de su investigación donde facilita la comprensión del tema, integra elementos de diseño para así hacer de su material informativo más atractivo, interesante pero sobre todo funcional.

Siquina. (2017), su investigación titulada: Diseño de material informativo para el Instituto Neurológico de Guatemala orientado a la inclusión social de personas con discapacidad intelectual, con alusión a la licenciatura en diseño gráfico de la universidad de San Carlos de Guatemala. Este proyecto de estudio tuvo como propósito realizar un material gráfico al instituto donde presta aquel apoyo de comunicación apropiado, para la sensibilización a jóvenes. Investigación de diseño no experimental – transversal de modo observatorio de nivel descriptivo – correlacional. Cuyo modelo es de 12 jóvenes. El autor concluye que aquel diseño de un material informativo para una campaña puede ser dado a que si aquel enfoque no es claro no sirve, los jóvenes necesitan percibir el mensaje claro y donde lo primordial es el diseño gráfico.

Romero (2017), en su investigación titulada: Material informativo para el manejo de estrés laboral en maestras de primaria de la escuela No.17 rafaela de Águila de Guatemala, con alusión al título profesional de licenciada en Diseño gráfico en comunicación y publicidad. Esta investigación es de método deductivo ya que es un método de deducción donde se debe tomar conclusiones generales a dichas explicaciones particulares. Si aquella deducción es deductivo tiene validez y los datos son verídicas, finalmente el desenlace llega a ser real. Cuenta con una población de 13 personas. El autor, con su investigación llega a la conclusión que sus piezas realizadas poseen unidad, donde sus diseños crean impacto y conciencia sobre el estrés laboral, aquella propuesta de colores cumplen con aquel objetivo de captar y ser agradable para la vista. Finalmente,

concluye que tan importante es la realización de un material informativo para brindar conocimiento sobre un tema determinado.

Díaz (2016), su proyecto de investigación titulada: Diseño de una pieza gráfica sobre el uso saludable del móvil y la percepción en estudiantes de la I.E. Raúl Porras Barrenechea en Carabayllo, Lima, 2016, con alusión del grado de licenciatura en arte y diseño gráfico empresarial en la universidad cesar vallejo. Este estudio cuyo propósito fue determinar aquella relación entre una pieza gráfica del uso saludable del móvil y la percepción visual en los adolescentes. Investigación de diseño no experimental – transversal de modo observatorio de nivel descriptivo–correlacional. Cuya población de 838 estudiantes del colegio Raúl Porras Barrenechea, con una muestra según la fórmula de 228 jóvenes. Aquel autor llega a la conclusión que llega a existir una gran relación entre el Diseño de una pieza gráfica sobre el gran uso saludable del móvil y cuya percepción en los estudiantes de la Institución educativa Raúl Porras Barrenechea en Carabayllo, Lima, 2016. Finalmente, concluye que estos elementos gráficos contribuyen a aquellos jóvenes se llenen de información y finalmente comprendan sobre el valor de aquel uso muy saludable del teléfono móvil, realizando inducir en aquel aspecto de pensar.

Díaz, S.(2017), en su investigación titulada: Relación entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017. Con alusión a la licenciatura en arte y diseño gráfico empresarial en la universidad Cesar Vallejo. Cuyo estudio tuvo como finalidad acordar aquel vínculo entre el diseño de un folleto y el uso responsable de los dispositivos móviles. La investigación es de diseño no experimental – transversal de modo observatorio de nivel descriptivo – correlacional. Con población de 1200 alumnos del colegio Raúl Porras Barrenechea, con una muestra según la fórmula de 292 estudiantes. El autor con esta investigación concluye que existe un vínculo entre una pieza grafica del diseño para un folleto sobre aquel uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los jóvenes de secundaria de la institución educativa San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017. Finalmente, aquella pieza grafica realizada con su forma, contraste, tipografía y color brindados en aquel folleto genera en alumnos a generar lectura y comprender dicha información y entender dicha información expuesta en el folleto.

Velasquez, G (2017), en su investigación titulada: Relación entre una pieza grafica sobre educación ambiental y la percepción en niños de 4to a 6to de primaria de dos instituciones educativas en los olivos, Lima - 2017, por la titulación profesional de licenciado en arte y diseño gráfico empresarial en la universidad cesar vallejo. El estudio tuvo como propósito de definir la relación de una pieza gráfica sobre educación ambiental y la percepción en niños de 4to a 6to de primaria de dos instituciones educativas en los olivos, Lima - 2017 – transversal modo observatorio de nivel descriptivo–correlacional. Cuya población de 978 jóvenes del colegio Raúl Porras Barrenechea, con una muestra según la fórmula de 277 jóvenes. Este autor concluye que existe una vinculación entre una pieza grafica sobre educación ambiental y la percepción en niños de 4to a 6to de primaria de dos instituciones educativas en los olivos, Lima - 2017. Finalmente, concluye que en jóvenes encuestados se llegaron a mostrar muy satisfechos con aquella forma presentada de las piezas gráficas, donde se llegó a obtener un impacto visual coherente.

1.3 Teorías relacionadas al tema

Dicha investigación tiene aspectos considerables, se recopilo información con distintos enfoques de diseño de un folleto y la percepción. Cuyo tema son aquellas procedencias teóricas son respaldadas por autores, (López, 2015); (Bustos, 2012); (Landa, 2011); (Peralta, 2006); (Peña, 2006), (Gomez, 2011) En el segundo enfoque son los autores que manifiestan la percepción visual son (Rivera, J., Arellano, R. y Molero, V. 2013); (Cornsweet, 2012); (Bayo, 2006).

El diseñador tiene que conseguir que una información se comunique de la forma más clara y breve posible. Anteriormente el diseño tenía un aspecto más de labor artesano, donde se encargaba de realizar objetos completos hasta incluso venderlos. Bustos (2012, p.6 - 12). El autor nos cuenta de cómo nace el nombre del diseño gráfico. Antes de tomar el nombre del diseño gráfico, los que tenían esta profesión solían llamarlos “artistas comerciales” donde se encargaban de la creación de piezas conectados con la comunicación de lo comercial y de aquellas aplicaciones, dependían mucho de la estética de aquella época. Por ello tomaban muchos cargos como el diseño de carteles, infografías, ilustraciones, campañas publicitarias, etc. Hasta que en el año 1922 apareció el diseñador, tipógrafo y calígrafo el norteamericano William Addison

Dwiggins. Aquel hombre que se autodefinió como profesional. Y llegó a emplear el término del diseño gráfico. Después de una segunda guerra mundial su uso fue general.

El diseño es un desarrollo creativo donde acopla el arte junto con la tecnología para comunicar ideas. Donde el diseñador elabora trabajos con una alta variedad de herramientas como medio de comunicación a fin de emitir un mensaje de un usuario a una audiencia definida, Tal como manifiesta López, (2015, p.21). Por otro lado, El diseño ha ido avanzando, continuamente, con mayor significación en un campo de la comunicación cuyas ideas es transformar hoy en el poder del convencimiento, dado en su objetivo es llegar a contribuir en aquel modo de pensamiento en los jóvenes. Peralta (2006, p.6).

Entrando al primer enfoque, donde mencionamos los fundamentos del diseño. Se puede trabajar de manera intuitiva, pero que explorando e investigando todas las situaciones que están dentro de los fundamentos del diseño, se llegara a una solución más profesional con el fin que sea considerado y entendido para un público determinado. Tal como manifiesta Landa (2017.p17). Aquella finalidad de la pieza del diseño es satisfacer una necesidad previa de comunicación, de mensajes al receptor por recursos de signos visuales, donde en realidad todas las personas somos buenos receptores de aquella información visual, la vida se basa obteniendo y leyendo mensajes visuales.

Continuando con el primer enfoque de los fundamentos López (2015) divide estos fundamentos del diseño en: a) color, juega un papel muy significativo dentro del diseño gráfico. Aquel concepto de un diseño puede cambiar claramente dependiendo de los colores empleados en su conceptualización gráfica. Por medios digitales han originado una gran cantidad de millones de colores para disposición del diseñador gráfico. El diseñador tiene que tener muy en claro en la clasificación de los colores, aquellos términos al utilizar para describirlos y técnica al presentar adecuadamente en soportes tanto digitales como en impresos. Aquella tecnología avanzada en tema de equipamiento elemental en mostrar aquellas imágenes, ilustraciones, carteles, etc. A todo color de forma accesible donde el color puede circular sin límites. , (p.88-90).

El color puede generar muchas sensaciones, sentimientos, estados de ánimo a su vez propagar mensajes, valores y situaciones. Por tanto el color no existe más allá de la

percepción visual. Para un diseñador siempre es aconsejable tener en mano un círculo cromático, donde se ofrece una gran referencia para aquellos tonos primarios, secundarios y terciarios, que hace ayudar a seleccionar una mezcla cromática adecuada a dicho proyecto al trabajar. Ahora en el indicador, b) Tipografía, es la plasmación gráfica del lenguaje verbal. Su naturaleza visual influye en la emisión del mensaje. En la caligrafía y en la tipografía la legibilidad en función del soporte y el tipo de colocación, la afabilidad de lectura y su carácter gráfico influyen en el lector. (Alberich, J., Gomez, D. y Ferrer, A. 2010, p.49).

Por último el indicador c) Composición, el autor Portales (2009) menciona que esta técnica nos ayuda a ordenar los elementos que disponemos en el espacio, de manera clara, para fortalecer los mensajes que queremos dar a entender por lo que sin la composición esto no sería posible. Es por ello que los diseñadores cuentan con una gran cantidad de opciones para componer. (p.11) por ello, situar aquellos elementos de una imagen de tal manera el lector llegue al punto que nos interesa.

Por consiguiente, se eligió realizar un diseño de un folleto con dicha forma atractiva, teniendo una dimensión adecuada al elegir los colores como (celestes, rosa), el celeste predomina la tranquilidad, aquel color que nos hace transmitir cómodos y tranquilos. Por otro lado está el color rosa donde influyen los sentimientos del positivismo. Su significado está asociado a la protección. En tanto la tipografía es versátil y de clara lectura, se optó por el color amarillo significa alegría, juventud. Este folleto fue realizado a jóvenes para percibir y captar su atención. Y por último la composición, en el folleto se trata de obtener un buen recorrido visual. En tanto a los elementos e información a brindar.

En tanto en el segundo enfoque, sobre los aspectos del folleto. López (2015) agrega que un folleto es una aplicación de diseño gráfico más versátil y más ampliamente utilizada, ya que sirve para muchos propósitos. Es una de las pocas páginas, con textos e imágenes, donde se puede contar la historia de una marca establecida, transmite información, proporciona instrucciones, muestra productos o cumple cualquier otra función (p.222). Por otro lado el autor Landa (2011) concuerda que el gran propósito de un folleto donde la gente confía es por su eficiencia y contenido. Un proyecto puede abarcar el diseño de

un solo folleto o de un sistema de folletos, donde la serie esta relacionados entre sí. Otro punto importante es que el folleto es un sistema coherente para todos los folletos donde tiene dos funciones principales: mejorar el reconocimiento de una marca o grupo y generar información o comunicación de una manera eficaz dado a un tema diferente sea servicio o producto.

En pocas palabras el diseño de un folleto es una herramienta de amplia difusión, relacionado con cualquier sector sea educativo, comercial, benéfico o gubernamental. López (2015) añade aquellos aspectos del folleto cuyo indicadores son los siguientes: d) distribución final, desde el principio del proyecto hay que considerar cual es el soporte y tamaño final del folleto que irá impreso en el papel. Es muy distinto al diseñar aquel folleto en digital, La autora Landa nos brinda un ejemplo: si se tiene que diseñar un folleto promocional en medio digital, se tendrá que escoger un formato y medida que puede ser enviado que de tal forma facilitar su lectura en la pantalla, y en el caso de estar diseñando un folleto impreso, tener consideración el número de tintas al utilizar para no disparar aquellos costos de impresión y producción. (p.222). para el segundo indicador e) comunicación de contenidos, la autora López (2015) comenta que al considerar aspectos importantes en el folleto es estar definiendo la jerarquía visual de los elementos, de qué manera se quiere comunicar con claridad el contenido, donde se puede optar en el folleto en darle un mayor protagonismo a las imágenes o a los textos, será consistente de lo que se requiere comunicar y el estilo en el que se quiere llegar. Por tanto en aquel folleto promocional se emplea un lenguaje coloquial, mientras que los folletos corporativos es un lenguaje más formal. (p.222).

Continuando con la investigación, el segundo enfoque es la percepción, donde según (Rivera, J., Arellano, R. y Molero, V. 2013). Las definiciones han evolucionado hacia 3 dimensiones: sensorial, constructiva y afectiva. Aquella percepción se llega a forma con fomentar las experiencias y dichas necesidades, por otro lado es aquella conclusion de un desarrollo de selección, interpretación y corrección de sensaciones. (p.95 -96). Así también manifiesta otros autores donde la percepción es el procedimiento en que los usuarios seleccionan, organizan e interpretan aquella comunicación donde se establece una imagen significativa del mundo. (Kotler, 2013, p.140).

Ahora al primer enfoque de la percepción los autores (Rivera, J., Arellano, R. y Molero, V. 2013). Nos habla sobre los procesos y componentes de la percepción. Como primer indicador tenemos los procesos de la percepción donde comentan que es un proceso perceptual por aquel medio de individuo donde selecciona, organiza e interpreta estímulos cuyo fin es adaptar a una deseable habilidad de una comprensión. Por lo tanto, dicha apreciación es un desarrollo donde se realiza en 3 fases: a). Selección, donde se relaciona a las necesidades, valores e interpretaciones son aquellos anuncios que reciben aquellos sentidos. (p.103), Como segundo indicador dentro de los procesos de la percepción esta la b). Organización, estos estímulos es donde aquellas personas clasifican de algún modo veloz dándole algún significado donde esto hace algunas variaciones según como han sido clasificados, obteniendo diferentes resultados. (p.104), por ultimo c) la interpretación, donde es la último ciclo en medio del proceso perceptual, donde los contenidos a aquellos estímulos principalmente son seleccionados y organizados (p.105).

Ahora bien, respecto a los componentes de la percepción donde (Rivera, J., Arellano, R. y Molero, V. 2013) manifiesta, en cada sujeto obtiene estímulos similares, no obstante muchos de ellos percibirá cosas totalmente diferentes, aquel estudio nos llevara a dicha percepción como desenlace final de 2 tipos de inputs: tenemos las d). Sensación, donde estos estímulos pueden ser influido por aquella naturaleza del estímulo sea por color, tamaño, forma, sonido, etc. Los autores relacionan la concepción de las sensaciones en 3 elementos: un estímulo, un órgano sensorial, y una relación sensorial (p.98-99). Es por ello que el sujeto tiene la necesidad de ser informado correctamente a través de estímulos de acuerdo a aquellas publicidades que se quiere dar a conocer.

Otro punto que como diseñadores, publicista, es importante conocer las capacidades sensitivas del individuo, esto sugiere que se debe considerar tanto como en el estímulo del receptor de aquel órgano que será estimulado. Aquellos autores nos brindan un ejemplo de que mensajes publicitarios con sonidos bastante altos o bajos serán pocos percibidos por los consumidores (p.99).

Para concluir los elementos sensoriales, aquellos autores nos brindan que si en vista al que no es dado aquella relación sensorial, no se llegaría establece dicha percepción. Por este motivo muchas agencias gastan dinero para estudiar en que situación su segmento objetivo será mostrado en medios publicitarios. Esto sirve para observar que medio es el más apropiado en exhibir los anuncios publicitarios y dar el mensaje adecuado en el que se quiere comunicar. A su vez, nos brinda un ejemplo, sería complicado promocionar la claridad de colores de un televisor en un diario donde solo es publicitado en blanco y negro (p.99). Siguiendo con la investigación tenemos como segundo indicador dentro de los componentes de la percepción es el e) Inputs internos donde estos también es formado por las necesidades, motivaciones y experiencias del consumidor - sujeto (p.101).

Las necesidades, tiene como definición el estado del consumidor, donde prepara el desarrollo del proceso conductual destinado a resolver el problema aquella autosatisfacción. Un ejemplo si la persona está enamorada reconocerá al ser amado a larga distancia así este rodeado de muchas personas. Otro ejemplo de relación de acuerdo al folleto presentado respecto al uso de los métodos anticonceptivos, la persona que lo percibe reconocerá la gran importancia del uso de los métodos anticonceptivos para dicha prevención de aquellas mujeres con embarazos no deseados y sobre todo evitar muchas infecciones cuya transmisión sexual. Otro punto al notar aquellos autores nos manifiesta que las motivaciones, dado en situaciones al consumidor involucra conductualmente en la búsqueda de soluciones. Depende de la fuerza que se brinde y motive hacia los estímulos (p.102). Quiere decir que si la persona está totalmente motivada encontrara mayor información por conocer dicho tema brindado. Finalmente, la experiencia previa, es importante a considerar que aquellas experiencias que tienen estos consumidores con dichos símbolos que usaran en sus participaciones de comunicación. Por ello, deberá conocer aquellas fuentes de estas experiencias: mensajes publicitarios, información básica del sujeto de un tema. De esta manera se podrá con la creación y asociaciones perceptuales positivas y fomentar publicidades, mensajes fáciles de recordar (p.103). Por tanto, se puede concluir que tanto los procesos y componentes de la percepción son importantes para la investigación ya que será percibidas a través de estos estímulos que serán captados por sentidos en influir conocimientos en los adolescentes respecto a esta tema social.

1.4 Formulación del problema

1.4.1 Problema General

- ¿Qué relación existe entre el diseño de un Folleto sobre el uso de los Métodos Anticonceptivos y la Percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018?

1.4.2 Problemas Específicos

- ¿Qué relación existe entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y los procesos de la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018?
- ¿Qué relación existe entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y los componentes de la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018?

1.5 Justificación del estudio

Dicha tesis se llegó a ejecutar para llegar a calcular el grado de relación entre ambas variables. Esta investigación tendrá una contribución para aquellas próximas investigaciones sobre la significación del diseño de un folleto creativo a un método de comunicación de prevención y una contribución social, relacionado al diseño de un folleto y la prevención.

Esta investigación se realiza porque en primer lugar el conocimiento en estudiantes de nivel de secundaria respecto a estos temas de sexualidad, es escaso tanto en los medios de comunicación, como en los colegios y en casa. Es por ello que muchos de los adolescentes por algunas razones son más propensos a enfrentar situaciones de riesgos, en las que no miden las consecuencias de embarazos prematuros e infecciones transmisión sexual por falta de información.

Por ende, al elaborar un folleto de tema de "uso de los métodos anticonceptivos" los estudiantes tendrán conocimientos más claros y constructivos, presentando un diseño donde sea creativo y dinámico posible para la motivación, aprendizaje, pero sobre todo prevención para evitar embarazos prematuros y enfermedades de transmisión sexual. Por tanto, esta investigación colabora con presentar una pieza grafica (folleto) sobre aquellos métodos que pueden hacer tratados en los adolescentes al uso de los métodos anticonceptivos como un medio de comunicación y contribuir con la sociedad.

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis General

H_i: Existe relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018.

H₀: No existe una relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos” y la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018.

1.6.2 Hipótesis Específicas 1:

H_i : Existe relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y los procesos de la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018.

H₀: No existe relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y los procesos de la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018.

Hipótesis Específicas 2:

H_i: Existe relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y los componentes de la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018.

H₀: No existe relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y los componentes de la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo general

- Determinar la relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018.

1.7.2 Objetivos específicos

- Determinar la relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y los procesos de la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018.
- Determinar la relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y los componentes de la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de Investigación

El método dado en dicho estudio es cuantitativo, al ser datos de un cuestionario usando magnitudes numéricas donde será tratada en el campo estadístico.

El estudio cuenta con un diseño no experimental - transversal, donde no se llegaría a manipular las variables, donde llega a realizar una observación donde llegaría a presentar los fenómenos a un ambiente totalmente natural posteriormente ser analizado en una sola ocasión, por otro lado este estudio es de tipo aplicada, dado que dicho estudio es difundir conocimiento sobre alguna preocupación social. Asimismo es de nivel correlacional ya que determinara la vinculación de dichas variables.

2.2. Variables y Operacionalización

Para esta investigación se llegaron a estudiar dos principales variables, con el único propósito de encontrar alguna relación entre estas variables de estudio.

Tabla 1: Clasificación de las variables

		Clasificación	
		Según su naturaleza	Según su importancia
Variables	X Diseño de un folleto	Cualitativa-Nominal	-----
	Y Percepción en estudiantes	Cualitativa-Nominal	-----

Fuente: Elaboración propia

- **Operacionalización de la variable**

Variable X: Diseño de un folleto

Hoy en día se vive una era de comunicación, donde día a día captamos estímulos muy visuales que nos ayudan e influyen en la toma de aquellas decisiones bastantes cotidianas. Cuya manera habitual los fundamentos del diseño gráfico es el consecuente en

poder comunicarnos visualmente aquellos tipo de información dada en la publicidad. Aquella sociedad de consumo como la nuestra, donde la gran diferenciación es muy usual e importante, el diseño gráfico ha logrado cada vez más protagonismo, transformando en el arte más universal y omnipresente (López, 2012, p.20).

Esta conformado por la siguiente dimension

- Fundamentos del diseño
- Aspectos del folleto

Variable Y: Percepción en estudiantes

La percepción es aquel proceso donde las personas seleccionan, Organiza e interpreta sensaciones. Por ello, el estudio de la percepción está muy centrada en lo que se añade a esas sensaciones cuyo objetivo es proporcionar significado. (Rivera,J., Arellano, R. y Molero, V. 2013, p.111).

Está conformado por las siguientes dimensiones:

- Procesos de la percepción
- Componentes de la percepción

Por consiguiente, se realiza un cuadro con dimensiones e indicadores con aquellas variables estudiadas.

Tabla 2. Cuadro de Operacionalización de variables

Variable	Definición Operacional	Definición Conceptual	Dimensión	Indicador	Ítem	Pregunta
Diseño de un folleto	El diseño es el proceso cuya finalidad es la resolución de los problemas planteados en función de alguna necesidad. (López, 2015, p.21)	El diseño gráfico es un proceso creativo que combina el arte y la tecnología.	Fundamentos del diseño (López, 2015)	Color (López, 2015, p.87)	El folleto presenta colores	Consideras adecuado el uso de los colores aplicados en el folleto para el tema
				Tipografía (López, 2015, p.115)	Tipografía adecuada en el folleto	Consideras que el texto utilizados te ayudo a una fácil lectura
				Composición (López, 2015, p.147)	Composición de los elementos del folleto	El orden de las imágenes y el texto te ayudaron a entender el mensaje
			Aspectos del folleto (López, 2015)	Distribución final (López, 2015, p.)	Tamaño y soporte final del folleto	Consideras que el tamaño y el soporte del folleto es el adecuado, y te facilito la lectura
			Comunicación de contenidos (López, 2015, p.224)	Comunicación visual efectiva	En las gráficas utilizadas te ayudaron a entender con claridad la relevancia del tema	
Percepción en estudiantes	La percepción es una fase donde las personas seleccionan, organiza e interpreta sensaciones. Por ello, el estudio de la percepción se centra en lo que se añade a esas sensaciones para	La percepción es un proceso de etapas que da significado a estímulos neutrales.	Procesos (Rivera,J., Arellano, R. y Molero, V. 2013)	Selección (Rivera,J., Arellano, R. y Molero, V. 2013, p.98).	Selección de la información escrita y visual del folleto	Reconoce cada elemento de manera clara y precisa.
				Organización (Rivera,J., Arellano, R. y Molero, V. 2013, p.98).	Relación entre la información escrita y visual del folleto	Existe una relación entre la información y la forma del folleto.
				Interpretación	Interpretación personal de la	El folleto me brinda conocimientos para el uso de los métodos anticonceptivos.

proporcionar significado. (Rivera,J., Arellano, R. y Molero, V. 2013, p.111).		(Rivera,J., Arellano, R. y Molero, V. 2013, p.98).	información escrita y visual del folleto	
	Componentes (Rivera,J., Arellano, R. y Molero, V. 2013)	Sensación (Rivera,J., Arellano, R. y Molero, V. 2013, p.98).	Genera intereses de la información escrita y visual del folleto	El mensaje del folleto llega con facilidad
		Inputs Internos (Rivera,J., Arellano, R. y Molero, V. 2013, p.98).	Necesidad, motivación, experiencia previa de la información escrita y visual del folleto	El folleto me motiva a conocer más del tema.

Fuente: Elaboración propia

2.3 Población, muestra y muestreo

2.3.1 Población

Este trabajo de investigación obtiene como lugar a tres centros educativos del distrito CARMEN DE LA LEGUA REYNOSO – CALLAO. Con un total 974 alumnos de 3°, 4° y 5°.

2.3.2 Muestra

Para hallar esta muestra, se llegó a tomar una población de 276 estudiantes de nivel secundario de los colegios, Regina Pacis, Raul Porras Barrenechea y B group –CARMEN DE LA LEGUA REYNOSO – CALLAO, Lima 2018. Se llegó a establecer cuya fórmula para la población finita.

Fórmula:

$$n = \frac{NZ^2 \cdot P(1-p)}{(N-1)e^2 + Z^2 p(1-p)}$$

N (Población o universo) = 974 estudiantes

Z (Valor del nivel de confianza) = 84% / 1.96

P (Proporción de individuos que poseen las características del estudio) = 0.5

q (Proporción de individuos que poseen las características del estudio) = 0.5

E (Margen de error) = 0.05

$$n = \frac{974 \times (1.96)^2 \cdot (0.5)(0.5)}{(0.05)^2 \cdot 973 + (1.96)^2 \cdot (0.5)(0.5)} = 276$$

2.3.3 Técnica de Muestreo

Esta técnica de muestreo realizada para dicho estudio es de Muestra Probabilística es de **Muestreo Aleatorio Sistemático**.

Según Hernández et al. (2010, p.184) Llega hacer un procedimiento de selección bastante adecuado, solido en elegir una población (N) de estudio un número n de componente a partir de un intervalo (K)

Esta tabla cuyos números aleatorios permitirá la elaboración de aquella muestra. $n = 276$ de una población de $N = 974$ alumnos de nivel secundaria

Se aplicara la siguiente fórmula para hallar el intervalo de selección sistemática, K . = intervalo de selección sistemática. La fórmula es:

$$K = N / n$$

$$K = 974 / 276$$

$$K = 3.5289$$

$$K = 4$$

El intervalo $1/K = 4$ indica que cada 4 estudiantes $1/k$ se seleccionara hasta completar $n = 276$.

Tabla 3: Población de jóvenes estudiantes de las tres instituciones educativas, Callao, Lima 2018.

GRADOS	3°	4°	5°	TOTAL
REGINA PACIS	64	67	73	204
B GROUP	142	134	150	426
RAUL PORRAS BARRENECHEA	94	116	134	344
				974

Fuente: Elaboración propia

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

• Técnica

Para dicha recolección de los datos, se utilizó un cuestionario como una técnica en recoger información precisa y adecuada, esto ayudaría en fomentar el diseño del folleto y la percepción en tres centros educativos. Callao, Lima 2018.

El instrumento:

Se usó como instrumento un cuestionario formado por 10 interrogantes que fueron extraídas de las variables respectivas. En donde las interrogaciones ayudo en conseguir los objetivos de dicha investigación. Por tanto, 5 interrogantes están aludidas a la primera variable del diseño de un folleto y 5 a la segunda variable de investigación la percepción. Esto se basa en una escala de Likert cuya finalidad es medir el grado de correlaciones entre ambas variables de investigación.

- Muy de acuerdo (5)
- De acuerdo (4)
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)
- En desacuerdo (2)
- Muy en desacuerdo (1)

El cuestionario está formuladas en forma de afirmaciones. Se escogió 5 alternativas para que los estudiantes se le realizara más fácil de contestar.

2.4.2 Validez y confiabilidad

La herramienta de dicho estudio llega hacer confirmado como consecuencia al dictamen del experto. Por 3 especialista temáticas con aquel proceso de dicha realización (Anexo 6). Los especialistas evaluaron aquella herramienta de investigación por dicha tabla dada con 10 ítems y dichas opciones.

Tabla 4: Prueba binominal

	Categoría		N	Proporción observada	Prop. De prueba	Sig. Exacta (ilateral)
Experto 1 Liliana Melchor	Grupo 1	Si	10	1,00	,50	,001
			10	1,00		
Experto 2 Tanta Juan	Grupo 1	Si	10	1,00	,50	,001
			10	1,00		
Experto 3 Jessica Rodarte	Grupo 1	Si	10	1,00	,50	,001
			10	1,00		
Total			10	1,00		

Fuente: Elaboración propia

P promedio = 0,01

P promedio < 0,05

Dado que se aplica la prueba binominal, se comprueba que el resultado nos brinda la validación de este instrumento cuyo objetivo es la recaudación de datos, finalmente el rendimiento es muy menor a la significancia de 0,05.

Tabla 5: Tabla de Fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,839	10

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El resultado de la prueba de análisis de confianza mediante alfa de cronbach fue de 0.839, lo que se llegaría a significar que el resultado es de una confiabilidad aceptable ya que supero el 0.75.

2.5 Método de análisis de datos

Dicha realización de operacionalización de estas variables, llega a establecerse primero las variables para dar paso a la dimensión de las variables e indicadores. Con el proceso donde dicho instrumento de recaudación de datos, se proceden datos donde fueron

colocados mediante un programa estadístico SPSS, dando conclusión proporcionando un desenlace final al estudio sea gráfico y confiable.

2.6 Aspectos éticos

Dicho proyecto de búsqueda efectúa aquellos resultados de aspectos éticos, donde todo es totalmente confiable, donde la información vista fue extraída de algunas citas cuyo autores son confiables, esto con lleva a la realización del proyecto de tesis. Asimismo, la recolección de estos resultados se expuso en el programa estadístico IBM SPSS versión-24. La elaboración del folleto se empleó el programa adobe Illustrator CC2018. Por otro lado se llegó a solicitar aquel permiso formal para aquel acceder a estos 3 colegios educativos dado que cumple un rol importante para esta investigación. Finalmente se utiliza correspondientemente el manual de estilo Apa 2017.

Análisis descriptivo:

Tabla 6. Frecuencia de la variable X Diseño de un Folleto

		VARIABLE 1			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INDECISO	30	10,9	10,9	10,9
	DE ACUERDO	179	64,9	64,9	75,7
	MUY DE ACUERDO	67	24,3	24,3	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla de frecuencia se observa que 276 jóvenes estudiantes encuestados, 67 (24.3%) están muy de acuerdo y 179 (64.9%) de acuerdo con el diseño de una pieza grafica - folleto. Mientras que un 10.9% se encuentran.

Tabla 7: Frecuencia de la variable Y. Percepción en estudiantes

		VARIABLE 2			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INDECISO	33	12,0	12,0	12,0
	DE ACUERDO	195	70,7	70,7	82,6
	MUY DE ACUERDO	48	17,4	17,4	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

De los 276 jóvenes encuestados, 48 (17.4%) están muy de acuerdo y 195 (70.7%) de acuerdo con el diseño del folleto. Mientras que un 12.0% se encuentran indecisos.

2.6.1 Análisis Descriptivos

Tabla N° 8 Frecuencia de la pregunta n° 1

Consideras adecuado el uso de los colores aplicados en el folleto para el tema					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INDECISO	25	9,1	9,1	9,1
	DE ACUERDO	124	44,9	44,9	54,0
	MUY DE ACUERDO	127	46,0	46,0	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

En esta octava tabla de frecuencia se observa que un 46% responden en estar muy de acuerdo, mientras que un 45% de acuerdo respecto al uso adecuado del color en el folleto de los métodos anticonceptivos.

Tabla N° 9 Frecuencia de la pregunta n°2

Consideras que el texto utilizados te ayudo a una fácil lectura					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EN DESACUERDO	1	,4	,4	,4
	INDECISO	62	22,5	22,5	22,8
	DE ACUERDO	131	47,5	47,5	70,3
	MUY DE ACUERDO	82	29,7	29,7	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Esta siguiente tabla nos muestra que un 47.5% de los estudiantes encuestados consideran estar de acuerdo en el texto utilizado en dicho folleto les ayudo a una fácil lectura y que solo el 4% se muestra en desacuerdo.

Tabla N° 10 Frecuencia de la pregunta n°3

El orden de las imágenes y el texto te ayudaron a entender el mensaje					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INDECISO	41	14,9	14,9	14,9
	DE ACUERDO	127	46,0	46,0	60,9
	MUY DE ACUERDO	108	39,1	39,1	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Los resultados nos muestra que un 46% de los jóvenes estudiantes encuestados se muestran de acuerdo en el orden de las imágenes y el texto del folleto del uso de los métodos anticonceptivos. Mientras que un 14.9% de los estudiantes se muestran indecisos.

Tabla N° 11 Frecuencia de la pregunta n°4

Consideras que el tamaño y el soporte del folleto es el adecuado, y te facilito la lectura					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INDECISO	57	20,7	20,7	20,7
	DE ACUERDO	137	49,6	49,6	70,3
	MUY DE ACUERDO	82	29,7	29,7	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Los resultados nos muestra que un 49.6% de los estudiantes encuestados están de acuerdo en el tamaño y soporte del folleto. Mientras que un 20.7% de los estudiantes se muestran indecisos.

Tabla N° 12 Frecuencia de la pregunta n°5

En las gráficas utilizadas te ayudaron a entender con claridad la relevancia del tema					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INDECISO	51	18,5	18,5	18,5
	DE ACUERDO	143	51,8	51,8	70,3
	MUY DE ACUERDO	82	29,7	29,7	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Esta tabla nos muestra que un 51.8% de los estudiantes encuestados se muestran de acuerdo, mientras que un 18.5% de los estudiantes se muestran indecisos.

Tabla N° 13 Frecuencia de la pregunta n°6

Reconoce cada elemento de la imagen de manera clara y precisa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulad o
Válido	MUY EN DESACUERDO	2	,7	,7	,7
	EN DESACUERDO	2	,7	,7	1,4
	INDECISO	58	21,0	21,0	22,5
	DE ACUERDO	125	45,3	45,3	67,8
	MUY DE ACUERDO	89	32,2	32,2	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Aquellos resultados nos muestra que un 45.3% de los estudiantes que fueron sondeados están de acuerdo en que reconoce cada elemento cuya imagen es de manera clara y precisa del folleto. Mientras que un 7% de los estudiantes se muestran en desacuerdo.

Tabla N° 14 Frecuencia de la pregunta n°7

Existe una relación entre la información y la forma del folleto					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INDECISO	53	19,2	19,2	19,2
	DE ACUERDO	125	45,3	45,3	64,5
	MUY DE ACUERDO	98	35,5	35,5	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Los resultados nos muestra que un 45.3% de los estudiantes encuestados están de acuerdo, mientras que un 35.5% muy de acuerdo, por otro lado tenemos un 19.2% indeciso en que si existe relación entre la información y la forma del folleto.

Tabla N° 15 Frecuencia de la pregunta n°8

El folleto me brinda conocimientos para el uso de los métodos anticonceptivos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EN DESACUERDO	1	,4	,4	,4
	INDECISO	54	19,6	19,6	19,9
	DE ACUERDO	133	48,2	48,2	68,1
	MUY DE ACUERDO	88	31,9	31,9	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Nos muestra como resultados que el 80.1% de los estudiantes encuestados están entre muy de acuerdo y de acuerdo, mientras que un 4% indeciso en donde el folleto les brinda conocimientos respecto al uso de los métodos anticonceptivos.

Tabla N° 16 Frecuencia de la pregunta n°9

El mensaje del folleto llega con facilidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EN DESACUERDO	1	,4	,4	,4
	INDECISO	51	18,5	18,5	18,8
	DE ACUERDO	138	50,0	50,0	68,8
	MUY DE ACUERDO	86	31,2	31,2	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Nos da como resultados que un 81.2% de los estudiantes encuestados están entre muy de acuerdo y de acuerdo, en que el mensaje del folleto de los usos de los métodos anticonceptivos llega con facilidad visual con dicho tema, mientras que un 4% están en desacuerdo.

Tabla N° 17 Frecuencia de la pregunta n°10

El folleto me motiva a conocer más del tema					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INDECISO	64	23,2	23,2	23,2
	DE ACUERDO	138	50,0	50,0	73,2
	MUY DE ACUERDO	74	26,8	26,8	100,0
	Total	276	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Los resultados de esta tabla nos muestra que un 76.8% de los estudiantes encuestados están entre muy de acuerdo y de acuerdo. En que el folleto les motive en conocer más de dicho tema, mientras que un 23.2% están indecisos.

2.6.2 Análisis Inferencial

Prueba de Hipótesis

Para este resultado del nivel de correlación de dicha investigación. Llega a medir entre las variables y dimensiones donde se llega a contrastar la hipótesis por tanto, esto responde dicha preguntas y ejecutar los objetivos realizados.

Prueba de hipótesis General:

H_i: Existe la relación entre el diseño de un folleto sobre “el uso de los métodos anticonceptivos y la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018.

H₀: No existe la relación entre el diseño de una folleto sobre “el uso de los métodos anticonceptivos y la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018.

Tabla N° 18: Correlación entre las variables Diseño de un folleto y percepción.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	512,896 ^a	90	,000
Razón de verosimilitud	305,610	90	,000
Asociación lineal por lineal	135,316	1	,000
N de casos válidos	276		
a. 92 casillas (83,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.			

Fuente: Elaboración propia

Este valor de significancia $0,000 < 0,05$, Llega a rechazar la hipótesis nula y llega a aceptar la hipótesis de investigación, es decir:

El Diseño de un Folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos definitivamente se vincula significativamente con la percepción en alumnos del 3ero, 4to y 5to de secundaria de tres colegios. Callao, Lima 2018.

Pruebas de hipótesis Específicas 1:

Diseño de un folleto y los procesos de la percepción

H_i: Si existe relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y los procesos de la percepción en estudiantes de 3° 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018.

H₀: No existe relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y los procesos de la percepción en estudiantes de 3° 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018.

Tabla N° 19 Correlación entre la variable diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y la dimensión procesos de la percepción.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	366,749 ^a	63	,000
Razón de verosimilitud	238,412	63	,000
Asociación lineal por lineal	114,079	1	,000
N de casos válidos	276		
a. 61 casillas (76,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,00.			

Fuente: *Elaboración propia*

El valor de significancia obtenido $0,000 < 0,05$, se llega a rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir:

El Diseño de una pieza grafica del Folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos se relaciona significativamente con los procesos de la percepción en alumnos del 3ero, 4to y 5to de secundaria de tres colegios. Callao, Lima 2018.

Pruebas de hipótesis Específicas 2:

Diseño de un folleto y los componentes de la percepción

H_i: Si existe relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y los componentes de la percepción en estudiantes de 3° 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018.

H₀: No existe relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y los componentes de la percepción en estudiantes de 3° 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018.

Tabla N° 20 Correlación entre la variable diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y la dimensión componentes de la percepción.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	275,618 ^a	36	,000
Razón de verosimilitud	194,223	36	,000
Asociación lineal por lineal	90,181	1	,000
N de casos válidos	276		
a. 28 casillas (56,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,12.			

Fuente: *Elaboración propia*

Aquel valor de significancia se llegó a obtener $0,000 < 0,05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, concluye que:

El Diseño de un Folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos se relaciona significativamente con los componentes de la percepción en alumnos del 3ero, 4to y 5to de secundaria de tres colegios. Callao, Lima 2018.

III. RESULTADOS

Dicha investigación se concluye con dichos estudios obtenidos en el campo de trabajo, se seleccionó que aquellos datos de jóvenes según esta muestra investigada, por lo cual se llegaron a obtener los siguientes resultados:

Se admite que la hipótesis general cuyo proyecto de investigación es positiva con aquellas variables de diseño de una pieza grafica de un folleto y la percepción, por la gran prueba del Chi cuadrado realizada. Se determina el diseño del folleto del uso de los métodos anticonceptivos, es aceptado por los jóvenes estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018. (Tabla 19, pág. 42) Encuestados esto genera el buen uso de los indicadores en el diseño del folleto adecuadamente. Por tanto, los fundamentos del diseño y los aspectos del folleto aportaron de una manera clara y breve posible a que los adolescentes se lleguen a informar, comprender e interpretar sobre la importancia y la prevención del uso de los métodos anticonceptivos.

Se confirma esta hipótesis de investigación es sumamente positiva, dado que según la prueba del Chi cuadrado realizada, llega a contar con una significancia “0,000” menor que 0,05. Donde llega a señalar que llega a existir una vinculación entre la variable estudiada del diseño de un folleto, en donde tenemos como dimensiones los fundamentos del diseño (color, tipografía, composición) en tanto en los aspectos del folleto (distribución final, comunicación de contenidos) y la dimensión de aquellos procesos de la percepción. (Selección, organización, interpretación). Eso debido a que al momento de la realización de un diseño es primordial tomar en cuenta el uso del buen color, la elección de la tipografía y sobre todo la composición de los elementos en una pieza grafica suma una gran importancia en el proceso perceptual por medio de los estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018. (Tabla 20, pág. 43) Donde seleccionar, organizar e interpretar estímulos con el fin de adaptarse a una mayor capacidad de entendimiento sobre el uso de los métodos anticonceptivos, por tanto logra su ideal comunicacional por el mensaje.

Se confirma que dicha hipótesis estudiada de esta investigación es positiva, dado que según la prueba del Chi cuadrado realizada. Cuenta con una significancia “0,000”

menor que 0,05. existe una vinculación en la variable del diseño de un folleto en donde tenemos como dimensiones los fundamentos del diseño (color, tipografía, composición) en tanto en los aspectos del folleto (distribución final, comunicación de contenidos) y la dimensión de los componentes de la percepción. (Sensación, inputs internos) esto es debido a que los fundamentos del diseño y aspectos del folleto, en tanto el tamaño soporte final del folleto y las gráficas utilizadas ayudan a entender con claridad la relevancia del tema de suma importancia sobre el uso correcto de los métodos anticonceptivos, dado que los estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018. (Tabla 21, pág. 44) genera interés en la información escrita y visual muy positiva en el folleto esto muestra en los resultados obtenidos y comentarios expuestos en los salones de clases hacia mi persona cumplieron con propagar en ellos una experiencia positiva al permitir comprensión en las mismas.

Finalmente aquella relación positiva en la primera variable del diseño de un folleto y las dimensiones en tanto los procesos y componentes de la percepción. Genera en los jóvenes estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres colegios del Callao, Lima 2018 una necesidad y apoyo en tanto al mensaje de conocimiento y prevención sobre el uso de los métodos anticonceptivos, logrando concientizar en su manera de pensar.

IV. DISCUSION

Este estudio tuvo como meta disponer la conexión en el Diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y la percepción en jóvenes estudiantes de 3ero, 4to y 5to secundaria en tres instituciones en Callao, Lima 2018. Aquellas conclusiones dados en aquella prueba de confiabilidad de alfa de cronbach nos brindan como desenlace una confiabilidad de 0,839. El desenlace del estudio de la prueba del Chi cuadrado se llegó a obtener como vinculación una significancia de 0,000 que es menor al 0,01 con un 99% de confianza. De esta forma se confirma que existe una correlación positiva considerable entre ambas variables la pieza gráfica y la percepción. Se llega a rechazar la hipótesis nula y donde se acepta la hipótesis cuya investigación si existe relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y la percepción en los jóvenes estudiantes de estos centros educativos. Asimismo cuyos resultados obtenidos se fortalece con las investigaciones de:

Aquellos resultados dado se llega a existir una correlación positiva considerable entre la vinculación en el diseño del folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018 (Ver tabla 18, pág. 41). Por tanto aquel resultado dado se llega a fortalecer con el estudio de Calvopiña L. (2017) El autor realizo una conexión entre aquella validación de su pieza gráfica y la percepción. Comenta que efectivamente dado a una excelente percepción visual hace falta un buen diseño de acorde a la población estudiada, y la utilización de las herramientas necesarias en el diseño. Con aquellos resultados de los adolescentes es que su diseño de la información del material es fácil de leer y recordar sobre todo aportando a mejorar la percepción visual y cultural. Por ende el folleto del uso de los métodos anticonceptivos conforma fundamentos del diseño, y los aspectos del diseño para una buena percepción visual. A través de los colores, las imágenes en el folleto entre los jóvenes estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres instituciones educativas en donde los resultados lo demuestran. Agregando que la percepción es la imagen donde forma aquellas experiencias y necesidades. Por ende el folleto realizado por los resultados cumple los que tiene los adolescentes sobre la sexualidad y anticoncepción. Por tanto al elaborar una pieza grafica cooperando en un gran tema social, llegando a utilizar estas herramientas perfectamente, se llegara a complementar una buena percepción en los jóvenes estudiantes dado que aportara en los

conocimientos y prevención sobre un tema poco tratado en nuestra sociedad a los adolescentes.

Por otro lado, los resultados dados llegan a tener una gran correlación positiva considerable este resultado se acepta la hipótesis de investigación. Por consiguiente, el diseño de un folleto se relaciona con los procesos de la percepción en los alumnos. (Ver tabla 19, pág. 42). Aquel resultado dado se llega a fortalecer con el estudio de Díaz, J (2016), si bien no coincidimos en el tema pero si con la variable de diseñar una pieza grafica sobre un tema social y los procesos de la percepción en donde su investigación es importante por el apoyo de elementos grafico para una pieza grafica determinada dando así el logro para un objetivo comunicacional sobre todo el favorecer la información en el diseño de un folleto y aquellas personas que observa con atención dado que esto permitirá una respuesta dado sea positiva o negativa de alguna postura. Por tanto, los resultados obtenidos del folleto del uso de los métodos anticonceptivos se observa que los alumnos encuestados reconocen cada elemento en la pieza gráfica, reaccionan de una manera acertada entre la información y la forma del folleto, pero sobre todo están de acuerdo con que el folleto les brindo los conocimientos necesarios sobre el tema. Concordando también con el autor Romero, G (2017), cuyo proyecto de investigación señala que integrando elementos del diseño gráfico correspondiente en un material informativo se da más atractivo e interesante pero sobre todo funcional, de tal manera los estudiantes selecciones, organicen pero sobre todo interpreten de manera personal dicha información.

Aquellos resultados dado en la investigación tiene una correlación positiva considerable por conclusión se llega a aceptar la hipótesis del proyecto de investigación en el diseño del folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y sobre aquellos componentes de la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018. (Ver tabla 20, pág. 43). Por último los resultado se llegan a fortalecer con el estudio de Velasquez, G (2017) si bien no coincidimos en el tema pero si con la variable de diseñar una pieza grafica sobre un gran tema social y los componentes de la percepción estableciendo con el estudio la afirmación de que las piezas graficas dadas es un conjunto al interactuar con ellas. El autor nos comenta que su investigación como resultados obtenidos en estos temas sociales es mejor la realización de campañas y el uso de más de una pieza grafica para los adolescentes.

Interactuar más aun con ellos y sobre todo darle un seguimiento en los adolescentes el de cumplir con los objetivos planteados de dicha gráfica. Por otro lado comenta que se relacionan su pieza grafica con los componentes de la percepción. Dado que da significado a estímulos neutrales. En los resultados obtenidos nos da como resultado en los estudiantes una percepción fácil del mensaje y en donde llamo la atención en ellos, pero sobre todo les motiva a conocer más del tema. Los estudiantes muestran una perspectiva positiva frente al mensaje que se presenta en el folleto dado que se logra una motivación del tema social planteado viéndose reflejado en los resultados obtenidos de las encuestas realizadas.

V.CONCLUSIONES

Conclusión 1

El diseño realizado de un folleto del uso de los métodos anticonceptivos guarda relación con la percepción en estudiantes del nivel de 3° a 5° secundaria dado a las tres instituciones educativas Callao, Lima 2018. Estos resultados se afirman mediante una contrastación de las hipótesis obtenidas mediante este estudio teniendo una significancia de 0,000. Por consiguiente existe una vinculación positiva considerable, con los resultados obtenidos se rechaza automáticamente la hipótesis nula del estudio y se acepta la hipótesis de investigación: Determinar la relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018.

Conclusión 2

El diseño de un folleto emplea los fundamentos del diseño (color, tipografía, composición) en tanto los aspectos del folleto (distribución final, comunicación de contenidos) guardan relación con aquellos procesos de la percepción (selección, organización, interpretación) en jóvenes estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018. Dado estos resultados del coeficiente de correlación utilizando la prueba del Chi cuadrado obtiene una significancia de 0,000 (99% de confianza). Por tanto, se encuentra una correlación entre el diseño de un Folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos se relaciona significativamente con los procesos de la percepción. Finalmente los fundamentos del diseño y los aspectos del folleto empleados ayudaron a los alumnos a reconocer, relacionar y llevarse conocimientos de una consideración del uso de los métodos anticonceptivos.

Conclusión 3

Diseño de un folleto emplea los fundamentos del diseño (color, tipografía, composición) en tanto los aspectos del folleto (distribución final, comunicación de contenidos) guardan relación con aquellos componentes de la percepción (sensación, inputs internos) en jóvenes estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres colegios educativos Callao, Lima 2018. A través de los resultados del coeficiente de correlación utilizando la prueba del Chi cuadrado da como resultado una significancia de 0,000 (99% de confianza). Donde se llega a rechazar aquella hipótesis nula y se reconoce la hipótesis

de investigación. Finalmente el tamaño y las gráficas utilizadas conllevan a los alumnos a generar un interés por dicha información dado que se motivaron por conocer más del tema del uso de los métodos anticonceptivos.

VI. RECOMENDACIONES

El proceso de dicho estudio no se comprueba al 100% que están poniendo en práctica o en búsqueda de más conocimiento continuo de lo percibido, dado que se llegaría a recomendar a otros proyectos de investigación constatar si efectivamente con estas piezas graficas aportarían al cambio de disposición a un determinado plazo de dicha población, por lo tanto la realización de una investigación más amplio empleando el origen y la consecuencia de dicha situación en el público objetivo.

Se recomienda mejor para estos temas sociales la creación de campañas para concientizar el tema de la educación sexual, dado que no se toca mucho estos temas empezando en las escuelas, los padres. La utilización de más materiales gráficos donde informen de una manera interactiva, más detallado a los alumnos.

Se recomienda el gran apoyo de las autoridades de las instituciones para un mejor desempeño en estos temas sociales.

Se recomienda a los diseñadores conocer la gran cantidad de soportes y utilizar el adecuado para su diseño, de la misma manera se recomienda elegir el uso del color adecuado esto conlleva a una mejor experiencia visual entre el folleto y el espectador.

Se recomienda a los diseñadores el uso de la forma de un folleto troquelado depende del tema a tratar, esto genera mejor impacto y brinda mejor la atención en el espectador.

Se recomienda utilizar el diseño gráfico como soporte en la causa de asuntos sociales, utilizándolo como instrumento en expandir dicho mensaje de prevención a través de elaboración de materiales educativos y de difundir las gráficas de alta calidad visual.

Se recomienda la utilización de las gráficas guarde la correlación con aquellas experiencias precedente del receptor, dado que se fomentaría un enlace con un estímulo visual.

VII.REFERENCIAS

Alberich,J., Gomez, D. y Ferrer, A. (2010). Conceptos básicos del diseño gráfico. (1.º ed). España: Creative Commons

Bustos, G. (2012). Teorías del diseño Gráfico. México: Red tercer milenio.

Recuperado de:

http://aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/disenio_y_edicion_digital/Teorias_del_diseno_grafico.pdf

Calvopiña, L. (2017) “Diseño de material informativo para la vinculación de los Adolescentes de 14 a 17 años de edad con el área de sexualidad del Departamento de Orientación y Bienestar Estudiantil de la Unidad Educativa “Celestin Freinet” ubicada en el DMQ.” (Tesis de licenciatura).

Recuperado de:

file:///C:/Users/dianita/Downloads/TFC_Calvopi%C3%B1a_Lalangui_Johana_Katerine.pdf

Caballero, G. (2007) “Material informativo sobre la importancia de planificación familiar para clínica ginecológica” Recuperado de:
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/publilppm/2014/Tesis/2007/03/05/CaballerosMaria.pdf>

Díaz, J. (2016) “Diseño de una pieza gráfica sobre “el uso saludable del móvil” y la percepción en estudiantes de la I.E. Raúl Porras Barrenechea en Carabayllo, Lima, 2016”

Recuperado de:

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/870/Diaz_LJE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gomez, B. (2011). Guia completa del diseño gráfico. (1.º ed). Barcelona: Parramón.

Hernandez, R., Fernandez, C. y Baptipsa, P. (2010). Metodología de la Investigación. (5º ed.). México: McGraw – Hill.

Keller, K. (2006). Dirección de Marketing.

Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=CoHT8SmJVDQC&pg=PA186&lpg=PA186&dq=atencion+distorsion+y+retencion+selectiva&source=bl&ots=15tKTrwKTn&sig=8Si50VV9K0Az8vQjDYbYG60r0H8&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjfyaTAsYjbAhWBUVMKHcKODOkQ6AEIfTAL#v=onepage&q=atencion%20distorsion%20y%20retencion%20selectiva&f=false>

Landa, R. (2011). Diseño gráfico y publicidad. (1.º ed). Madrid: Anaya

López, A. (2015). Curso de diseño gráfico. (2.º ed). Madrid: Anaya

Murillo, D. (2017). Relación entre el diseño de un folleto sobre el uso responsable de los dispositivos móviles y la concientización en los alumnos de secundaria de la I.E. San Juan del distrito de San Juan de Miraflores, Lima-2017.

Recuperado de:

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1441/Murillo_DSE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

OMS. (2007). Planificación familiar. (1ºed).EE.UU: Usaid

Peralta, D. (2006). Diseño gráfico latinoamericano. (1.º ed). Ecuador: Trama

Rivera, J., Arellano, R. y Molero, V. (2013). Conducta del consumidor. (3.º ed).España: Bussines Marketing

Romero, G (2017) Material informativo y educativo para el manejo de estrés laboral en maestras de primaria de la escuela No. 17 Rafaela del águila de Guatemala.

Recuperado de:

<http://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2017/51851.pdf>

Sherin, A. (2012). Elementos del diseño – fundamentos del color. (1.ºed). China: Rockport publishers

Siquina, F. (2017) “DISEÑO DE MATERIAL INFORMATIVO Para el Instituto

Neurológico de Guatemala orientado a la inclusión social de personas con discapacidad intelectual Guatemala, julio de 2017.” Recuperado de:

http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_4710.pdf

Velasquez, G. (2016) “Relación entre una pieza grafica sobre educación ambiental y la percepción en niños de 4to a 6to de primaria de dos instituciones educativas en los olivos, Lima – 2017.” Recuperado de:

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/18947/Gabriel_VA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

VIII ANEXO 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES
<u>Problema General</u>	Objetivo General	Hipótesis General	DISEÑO DE UN FOLLETO	Fundamentos del diseño - Color - Tipografía -Composición
¿Qué relación existe entre el diseño de un Folleto sobre el uso de los Métodos Anticonceptivos y la Percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018?	Determinar la relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018	H _i : Existe relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018.		
<u>Problemas Específicos</u>	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas		
¿Qué relación existe entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y los procesos de la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018?	Determinar la relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y los procesos de la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018.	H _i : Existe relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y los procesos de la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Callao, Lima 2018. H ₀ : No existe relación entre el diseño de un folleto sobre el uso de los métodos anticonceptivos y los procesos de la percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres	PERCEPCIÓN	Aspectos del folleto -Distribución Final -Comunicación de contenidos
				Procesos de la percepción - Selección - Organización - Interpretación

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 2 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

Variable	Definición Operacional	Definición Conceptual	Dimensión	Indicador	Ítem	Pregunta
Diseño de un folleto	El diseño es el proceso cuya finalidad es la resolución de los problemas planteados en función de alguna necesidad. (López, 2015, p.21)	El diseño gráfico es un proceso creativo que combina el arte y la tecnología.	Fundamentos del diseño (López, 2015)	Color (López, 2015, p.87)	El folleto presenta colores	Consideras adecuado el uso de los colores aplicados en el folleto para el tema
				Tipografía (López, 2015, p.115)	Tipografía adecuada en el folleto	Consideras que el texto utilizados te ayudo a una fácil lectura
				Composición (López, 2015, p.147)	Composición de los elementos del folleto	El orden de las imágenes y el texto te ayudaron a entender el mensaje
			Aspectos del folleto (López, 2015)	Distribución final (López, 2015, p.)	Tamaño y soporte final del folleto	Consideras que el tamaño y el soporte del folleto es el adecuado, y te facilito la lectura
			Comunicación de contenidos (López, 2015, p.224)	Comunicación visual efectiva	En las gráficas utilizadas te ayudaron a entender con claridad la relevancia del tema	
Percepción en estudiantes	La percepción es un proceso donde las personas seleccionan, organiza e interpreta sensaciones. Por ello, el estudio de la percepción se centra en lo que se añade a esas sensaciones para	La percepción es un proceso de etapas que da significado a estímulos neutrales.	Procesos (Rivera,J., Arellano, R. y Molero, V. 2013)	Selección (Rivera,J., Arellano, R. y Molero, V. 2013, p.98).	Selección de la información escrita y visual del folleto	Reconoce cada elemento de manera clara y precisa.
				Organización (Rivera,J., Arellano, R. y Molero, V. 2013, p.98).	Relación entre la información escrita y visual del folleto	Existe una relación entre la información y la forma del folleto.
				Interpretación (Rivera,J., Arellano,	Interpretación personal de la	El folleto me brinda conocimientos para el

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 3 INSTRUMENTO



Encuesta

Nombre:

Grado:

Presentación del encuestador

La presente encuesta forma parte de un proyecto de investigación.

Preguntas

Marcar con una (X) solo una alternativa, además deberás responder todo el cuestionario. La información que proporcionarás es importante, es de carácter confidencial. Te agradezco anticipadamente.

ITEM	CRITERIOS				
	Muy de acuerdo (5)	De acuerdo (4)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	En desacuerdo (2)	Muy en desacuerdo (1)
1 Consideras adecuado el uso de los colores aplicados en el folleto para el tema					
2 Consideras que el texto utilizados te ayudo a una fácil lectura					
3 El orden de las imágenes y el texto te ayudaron a entender el mensaje					
4 Consideras que el tamaño y el soporte del folleto es el adecuado, y te facilito la lectura					
5 En las gráficas utilizadas te ayudaron a entender con claridad la relevancia del tema					
6 El folleto me brinda los pasos básicos de su utilización del condón masculino					
7 El folleto me brinda los pasos básicos de su utilización del condón femenino					
8 El folleto presenta una breve noción de su uso de las inyecciones anticonceptivas					
9 El folleto presenta prevención básico del uso de las pastillas anticonceptivas					
10 Reconoce cada elemento de la imagen de manera clara y precisa.					

ANEXO 4 VALIDEZ DE LOS INSTRUMENTOS



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Melchor Agüero Liliara

Título y/o Grado:

Ph. D... () Doctor... () Magister... () Licenciado... () Otros. Especifique _____

Universidad que labora: _____

Fecha: 26 09 18

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Diseño de un folleto sobre el uso de los métodos "Ant conceptivos" y la percepción en estudiantes de 3º a 5º de secundaria en 3 centros Educativos Callao, Lima, 2018.

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	x		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	x		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?	x	x	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	x		
TOTAL		10	01	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

 Apellidos y nombres del experto: Roberto Santos Jessica Marisol

Título y/o Grado:

Ph. D... ()	Doctor... ()	Magister... (X)	Licenciado... ()	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-----------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora:

 Fecha: 26.09.2018
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Diseño de un folleto sobre el uso de los "Módulos Anticorrupción" y la percepción de 3º a 5º de Secundaria en 3 Centros educativos Callao, Lima, Celis

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL		10	01	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto:

Tanta Restrepo Juan José

Título y/o Grado:

Ph. D... () Doctor... () Magister... (x) Licenciado... () Otros. Especifique _____

Universidad que labora:

UCV

Fecha:

26.9.2018
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN
*Diseño de un Rollo sobre el uso de los "Mejores
 Anticonceptivos" y la percepción en estudiantes de 3º a 5º de
 Secundaria en 3 centros educativos Callao, Lima, 2018.*

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	x		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	x		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		x	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	x		
TOTAL		10	1	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:



ANEXO 5 CARTA DE PERMISOS DE LAS INSTITUCIONES



"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

CARTA-156-2018-ADGE/LIMA-NORTE

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL**

Lima, 21 de setiembre de 2018

Señor
RICARDO BARRENECHEA M.
Director
I.E RAÚL PORRAS BARRENECHEA
Jr. Lima cruce con Jr. Piura S/N - Carmen de la Legua
Presente.

De mi consideración:

Por medio de la presente permítame saludarlo(a) cordialmente y a la vez presentarle a nuestra estudiante; quien actualmente se encuentra matriculada en el X ciclo (semestre 2018-II) en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI
1	CORONADO TABOADA, DIANA MILAGROS	72329364

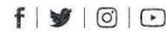
En el marco de la agenda académica, la estudiante en mención solicita permiso para realizar unas encuestas para su Proyecto de Investigación, para cuyo efecto solicitamos a usted otorgar las facilidades necesarias y señalar el día, fecha y hora de la visita.

Agradezco por anticipado la atención que brinde a la presente.

Atentamente,

Mg. Juan José Tanta Restrepo
Coordinador de la Escuela Profesional de
Arte & Diseño Gráfico Empresarial
Universidad Cesar Vallejo
Lima Norte

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

CARTA-157-2018-ADGE/LIMA-NORTE

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL**

Lima, 21 de setiembre de 2018

Señorita
ANA ROCIO
Directora
I.E.P. B.GROUP
Av. Manco Cápac N°251 - Carmen de la Legua
Presente.-

De mi consideración:

Por medio de la presente permítame saludarlo(a) cordialmente y a la vez presentarle a nuestra estudiante; quien actualmente se encuentra matriculada en el X ciclo (semestre 2018-II) en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI
1	CORONADO TABOADA, DIANA MILAGROS	72329364

En el marco de la agenda académica, la estudiante en mención solicita permiso para realizar unas encuestas para su Proyecto de Investigación, para cuyo efecto solicitamos a usted otorgar las facilidades necesarias y señalar el día, fecha y hora de la visita.

Agradezco por anticipado la atención que brinde a la presente.

Atentamente,



Mg. Juan José Tanta Restrepo
Coordinador de la Escuela Profesional de
Arte & Diseño Gráfico Empresarial
Universidad Cesar Vallejo
Lima Norte

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe

CARTA-226-2018-ADGE/LIMA-NORTE

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL**

Lima, 10 de octubre de 2018

Señorita
ELENA LUNA MANCILLA
Directora
I.E.P REGINA PACIS
Carmen de la Legua
Presente.

De mi consideración:

Por medio de la presente permítame saludarla cordialmente y a la vez presentarle a nuestra estudiante; quien actualmente se encuentra matriculada en el **X** ciclo (semestre 2018-II) en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.

1	CORONADO TABOADA, DIANA MILAGROS	72329364

En el marco de la agenda académica, la estudiante en mención solicita permiso para realizar unas encuestas para su Proyecto de Investigación, para cuyo efecto solicitamos a usted otorgar las facilidades necesarias y señalar el día, fecha y hora de la visita.

Agradezco por anticipado la atención que brinde a la presente.

Atentamente,


Mg. Juan José Tanta Restrepo
Coordinador de la Escuela Profesional de
Arte & Diseño Gráfico Empresarial
Universidad Cesar Vallejo
Lima Norte

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe

ANEXO 6 DATA

	GRADO	COLOR	TIPOGRAFIA	COMPOSICION	DISTRIBUCION	COMUNICACION	SELECCION	ORGANIZACION	INTERPRETACION	SENSACION	INPUTS	D1PROCESOS	D2COMPONENTES	VARIABLE1	VARIABLE2	
1	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4	
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3	
3	6	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4	
4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	13	9	5	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4	
6	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	13	10	5	5	
7	3	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	13	8	4	4	
8	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	3	13	8	6	4	
9	4	3	3	3	3	3	4	5	4	4	3	13	7	3	4	
10	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	12	8	4	4	
11	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	13	9	5	4	
12	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	14	9	4	5	
13	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3	
14	3	4	5	3	4	4	4	5	4	3	4	13	7	4	4	
15	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	13	9	5	4	
16	4	5	4	4	4	4	5	5	3	5	4	13	9	4	4	
17	4	5	5	3	5	5	5	4	5	4	4	14	8	5	4	
18	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4	
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4	
20	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	13	10	5	5	
21	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4	
22	5	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	14	8	4	4	
23	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3	
24	3	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	14	9	5	5	
25	5	5	5	5	4	3	5	5	3	4	4	13	8	4	4	
26	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	13	8	4	4	
27	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	11	8	4	4	
28	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	12	8	4	4	
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4	
30	5	5	5	4	5	4	3	5	5	4	5	13	9	5	4	
31	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	5	14	8	5	4	
32	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	13	7	4	4	
33	4	4	3	5	5	5	3	4	5	3	4	12	7	4	4	
34	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	15	10	5	5	
35	3	5	5	4	4	5	5	3	3	3	4	11	7	5	4	
36	3	5	4	5	4	4	5	5	5	4	3	15	7	4	4	
37	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3	
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4	
39	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4	
40	3	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	11	8	5	4	
41	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	15	9	4	5	
42	5	5	4	4	5	5	3	3	3	3	3	9	6	5	3	
43	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4	
44	4	5	4	4	5	4	5	3	5	4	5	12	10	5	4	
45	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3	
46	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	14	9	4	5	
47	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4	
48	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	4	14	8	4	4	
49	4	5	3	5	4	5	4	4	4	5	4	12	9	4	4	
50	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	14	9	4	5	
51	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	12	8	4	4	
52	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3	
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4	
54	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3	
56	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4	
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3	
57	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	11	8	4	4	
58	3	5	3	4	3	5	4	5	4	5	5	13	10	4	5	
59	4	4	4	5	4	5	5	5	3	5	4	13	9	4	4	
60	3	4	5	4	5	4	4	3	3	4	3	10	7	4	3	
61	4	5	4	4	4	3	5	4	5	5	4	14	9	4	5	
62	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4	
63	3	4	4	4	3	5	4	3	5	3	4	12	7	4	4	
64	3	4	4	5	4	4	4	3	4	5	3	11	8	4	4	
65	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4	
66	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	14	8	4	4	

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

66: GRADO 3

	GRADO	COLOR	TIPOGRAFIA	COMPOSICION	DISTRIBUCION	COMUNICACION	SELECCION	ORGANIZACION	INTERPRETACION	SENSACION	INPUTS	D1PROCESOS	D2COMPONENTES	VARIABLE1	VARIABLE2
67	4	4	5	5	3	4	4	3	5	5	4	12	9	4	4
68	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4
69	5	5	5	3	4	3	4	5	5	4	5	14	9	4	5
70	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	3	14	6	5	4
71	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	14	9	4	5
72	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	3	14	8	4	4
73	4	4	3	5	4	4	2	5	3	4	3	10	7	4	3
74	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3
75	5	4	3	4	3	3	5	5	5	5	5	15	10	3	5
76	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	14	7	4	4
77	3	4	5	3	3	4	5	4	5	4	5	14	9	4	5
78	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4
79	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	14	8	5	4
80	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4
81	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4
82	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	12	8	5	4
83	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	14	7	4	4
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4
85	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3
86	5	5	4	4	3	5	5	3	5	4	4	13	8	4	4
87	3	4	4	5	6	4	5	4	5	3	4	14	7	4	4
88	4	5	4	4	5	5	4	3	4	3	3	11	6	5	3

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode ON

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

89: GRADO 5

	GRADO	COLOR	TIPOGRAFIA	COMPOSICION	DISTRIBUCION	COMUNICACION	SELECCION	ORGANIZACION	INTERPRETACION	SENSACION	INPUTS	D1PROCESOS	D2COMPONENTES	VARIABLE1	VARIABLE2
89	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4
90	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4
91	3	5	5	4	5	4	3	4	5	5	3	12	8	5	4
92	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	5	5
93	5	5	5	4	3	5	5	4	3	5	5	12	10	4	4
94	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	14	10	4	5
95	5	5	5	4	4	4	2	5	5	4	4	12	8	4	4
96	5	5	5	5	4	3	3	5	4	5	4	12	9	4	4
97	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4
99	3	4	5	4	5	5	5	4	3	3	4	12	7	5	4
100	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4
101	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	13	8	4	4
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	5	5
103	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	14	8	4	4
104	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	12	10	4	4
105	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	12	8	4	4
106	4	5	5	3	5	3	3	4	4	4	4	11	8	4	4
107	3	5	3	5	5	3	4	5	4	4	5	13	9	4	4
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4
109	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	5	5
110	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	5	5

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode ON

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

110: GRADO 5

	GRADO	COLOR	TIPOGRAFIA	COMPOSICION	DISTRIBUCION	COMUNICACION	SELECCION	ORGANIZACION	INTERPRETACION	SENSACION	INPUTS	D1PROCESOS	D2COMPONENTES	VARIABLE1	VARIABLE2	
111	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	3	12	8	4	4
112	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	14	9	5	5	
113	5	4	4	4	5	5	3	5	2	4	4	10	8	4	4	
114	5	5	5	4	3	3	5	4	4	5	4	13	9	4	4	
115	4	5	5	4	4	3	1	3	4	5	5	8	10	4	4	
116	4	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4	13	9	4	4	
117	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	12	10	5	4	
118	3	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	11	9	5	4	
119	3	5	4	5	4	4	3	5	4	4	4	12	8	4	4	
120	3	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	11	10	4	4	
121	3	5	5	4	3	4	3	5	3	3	5	11	8	4	4	
122	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	14	9	5	5	
123	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4	
124	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4	
125	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3	
126	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	13	8	5	4	
127	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	14	9	4	5	
128	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	5	5	
129	3	4	3	3	5	4	3	3	3	4	5	9	9	4	4	
130	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	5	5	
131	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	5	5	
132	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	14	10	4	5	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode ON

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

132 : GRADO 4

	GRADO	COLOR	TIPOGRAFIA	COMPOSICION	DISTRIBUCION	COMUNICACION	SELECCION	ORGANIZACION	INTERPRETACION	SENSACION	INPUTS	D1PROCESOS	D2COMPONENTES	VARIABLE1	VARIABLE2
133	4	5	5	5	5	4	4	3	5	5	4	12	9	5	4
134	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4
135	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	12	9	5	4
136	5	4	3	4	4	5	4	5	5	4	5	14	9	4	5
137	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3
138	3	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	14	8	5	4
139	5	4	3	4	5	3	3	4	4	4	4	11	8	4	4
140	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	12	10	4	4
141	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	13	10	5	5
142	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	13	9	4	4
143	3	5	5	4	5	4	3	5	5	4	4	13	8	5	4
144	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3
145	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	3	12	7	5	4
146	5	5	3	5	4	5	5	4	4	4	4	13	8	4	4
147	5	5	4	5	4	4	3	3	5	4	5	11	9	4	4
148	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	14	9	4	5
149	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	12	8	4	4
150	3	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	12	10	5	4
151	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	13	8	4	4
152	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3
153	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	13	8	4	4
154	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

154 : GRADO 5

	GRADO	COLOR	TIPOGRAFIA	COMPOSICION	DISTRIBUCION	COMUNICACION	SELECCION	ORGANIZACION	INTERPRETACION	SENSACION	INPUTS	D1PROCESOS	D2COMPONENTES	VARIABLE1	VARIABLE2
155	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	11	8	4	4
156	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	9	7	3	3
157	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	13	8	4	4
158	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	11	9	4	4
159	3	5	4	4	3	5	5	5	5	3	4	15	7	4	4
160	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3
161	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	13	9	5	4
162	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4
163	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	6	4	4
164	3	4	3	4	4	5	4	4	5	5	3	13	8	4	4
165	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	5	5
166	3	5	3	5	5	5	4	4	4	5	5	12	10	5	4
167	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	13	7	4	4
168	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	13	6	5	4
169	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3
170	3	4	3	4	4	4	4	4	5	3	3	13	6	4	4
171	5	4	3	4	4	5	4	4	4	3	5	12	8	4	4
172	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	5	5
173	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	5	14	9	4	5
174	3	5	5	5	4	4	5	4	5	3	4	14	7	5	4
175	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	12	8	5	4
176	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	13	9	5	4

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

176 : GRADO 5

	GRADO	COLOR	TIPOGRAFIA	COMPOSICION	DISTRIBUCION	COMUNICACION	SELECCION	ORGANIZACION	INTERPRETACION	SENSACION	INPUTS	D1PROCESOS	D2COMPONENTES	VARIABLE1	VARIABLE2
177	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	12	9	5	4
178	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4
179	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3
180	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	13	9	4	4
181	5	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	11	10	4	4
182	3	4	4	4	4	3	4	5	3	3	4	12	7	4	4
183	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3
184	5	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	15	8	4	5
185	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3
186	5	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5	13	10	4	5
187	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	14	9	5	5
188	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4
189	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	5	5
190	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4
191	4	5	4	4	3	3	4	3	5	5	5	12	10	4	4
192	4	3	4	3	3	3	3	4	5	4	4	12	8	3	4
193	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4
194	4	5	3	5	4	3	3	3	5	4	4	11	8	4	4
195	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	5	13	9	4	4
196	5	5	4	5	4	3	5	4	4	4	4	13	9	4	4
197	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4
198	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	5	5

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

198 : GRADO 5

	GRADO	COLOR	TIPOGRAFIA	COMPOSICION	DISTRIBUCION	COMUNICACION	SELECCION	ORGANIZACION	INTERPRETACION	SENSACION	INPUTS	D1PROCESOS	D2COMPONENTES	VARIABLE1	VARIABLE2
199	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	4	14	9	4	5
200	4	5	4	4	3	5	4	4	5	5	4	13	9	4	4
201	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4
202	5	5	3	3	4	4	5	5	4	4	4	14	8	4	4
203	5	5	5	3	4	3	4	5	5	4	3	14	7	4	4
204	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	14	8	4	4
205	5	5	4	4	4	3	3	5	4	4	3	12	7	4	4
206	5	5	4	3	5	3	5	5	3	3	4	13	7	4	4
207	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	13	9	4	4
208	5	5	5	5	3	3	5	4	5	4	5	14	9	4	5
209	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	3	9	7	5	3
210	4	5	2	5	3	5	1	5	3	4	4	9	8	4	3
211	3	4	3	5	4	4	5	5	3	4	4	13	8	4	4
212	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	3	14	8	5	4
213	3	4	5	4	3	4	5	5	3	5	4	13	9	4	4
214	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	13	9	4	4
215	4	5	3	4	4	4	4	5	3	5	5	12	10	4	4
216	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	13	10	4	5
217	4	5	3	5	4	5	4	3	5	4	4	12	8	4	4
218	4	4	4	5	5	4	4	3	5	5	4	12	9	4	4
219	4	5	3	5	4	4	4	4	3	4	5	11	9	4	4
220	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	12	9	5	4

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicóde:ON

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

220 : GRADO 3

	GRADO	COLOR	TIPOGRAFIA	COMPOSICION	DISTRIBUCION	COMUNICACION	SELECCION	ORGANIZACION	INTERPRETACION	SENSACION	INPUTS	D1PROCESOS	D2COMPONENTES	VARIABLE1	VARIABLE2
221	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3
222	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	14	7	5	4
223	3	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	12	9	4	4
224	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	12	9	4	4
225	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	13	9	5	4
226	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	14	8	5	4
227	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	12	8	4	4
228	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	12	9	4	4
229	5	4	5	5	4	5	5	4	5	3	4	14	7	5	4
230	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	3	15	8	4	5
231	3	4	5	5	4	4	4	5	5	3	4	14	7	4	4
232	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	15	10	5	5
233	3	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	12	8	4	4
234	3	5	4	4	3	5	5	5	4	3	3	14	6	4	4
235	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3
236	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	13	9	4	4
237	4	5	3	3	4	5	3	3	3	4	5	9	9	4	4
238	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	14	7	4	4
239	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	11	8	4	4
240	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	14	9	5	5
241	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	15	9	4	5
242	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicóde:ON

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

242 : GRADO 4

	GRADO	COLOR	TIPOGRAFIA	COMPOSICION	DISTRIBUCION	COMUNICACION	SELECCION	ORGANIZACION	INTERPRETACION	SENSACION	INPUTS	D1PROCESOS	D2COMPONENTES	VARIABLE1	VARIABLE2
243	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	13	9	4	4
244	5	5	5	5	3	5	3	4	4	4	4	11	8	5	4
245	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	13	9	4	4
246	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	15	10	5	5
247	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	4	14	9	4	5
248	3	5	4	4	3	4	5	4	4	2	4	13	6	4	4
249	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	13	8	5	4
250	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	13	9	4	4
251	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	12	7	4	4
252	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	13	8	4	4
253	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	13	8	5	4
254	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	3	13	7	5	4
255	3	5	4	5	3	4	4	4	4	3	4	12	7	4	4
256	4	5	4	4	3	4	3	4	4	5	4	11	9	4	4
257	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	11	10	4	4
258	3	4	4	5	4	5	5	5	3	4	4	13	8	4	4
259	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	13	8	4	4
260	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	14	7	4	4
261	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	15	10	4	5
262	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	3	13	8	5	4
263	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4
264	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	13	10	4	5

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicóde:ON

264 : GRADO																4		Visible: 15 de 15 variables	
	GRADO	COLOR	TIPOGRAFIA	COMPOSICION	DISTRIBUCION	COMUNICACION	SELECCION	ORGANIZACION	INTERPRETACION	SENSACION	INPUTS	D1PROCESOS	D2COMPONENTES	VARIABLE1	VARIABLE2				
265	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3				
266	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	13	7	4	4				
267	5	4	5	4	3	5	5	4	4	5	4	13	9	4	4				
268	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3				
269	5	4	3	5	5	4	5	4	4	3	4	13	7	4	4				
270	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	6	3	3				
271	3	5	4	3	5	4	5	4	4	5	3	13	8	4	4				
272	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	12	9	4	4				
273	5	5	3	5	3	4	3	5	4	4	3	12	7	4	4				
274	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	3	14	8	4	4				
275	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	13	8	4	4				
276	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	8	4	4				
277																			
278																			
279																			
280																			
281																			
282																			
283																			
284																			
285																			
286																			

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

Unicode:ON

VARIABLES, DIMENSIONES E INDICADORES EN EL SPSS

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	GRADO	Numérico	2	0	GRADO DEL U...	{3, SECUN...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	COLOR	Numérico	2	0	El folleto prese...	{1, MUY EN...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
3	TIPOGRAFIA	Numérico	1	0	Tipografía adec...	{1, MUY EN...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
4	COMPOSIC...	Numérico	2	0	Composición d...	{1, MUY EN...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
5	DISTRIBUCI...	Numérico	2	0	Soporte final de...	{1, MUY EN...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
6	COMUNICA...	Numérico	2	0	Comunicación v...	{1, MUY EN...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
7	SELECCION	Numérico	2	0	Selección de la...	{1, MUY EN...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
8	ORGANIZA...	Numérico	2	0	Relación entre l...	{1, MUY EN...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
9	INTERPRET...	Numérico	2	0	Interpretación p...	{1, MUY EN...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
10	SENSACION	Numérico	2	0	Genera interes...	{1, MUY EN...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
11	INPUTS	Numérico	2	0	Necesidad, mot...	{1, MUY EN...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
12	D1PROCES...	Numérico	2	0	PROCESOS D...	{1, MUY EN...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	D2COMPO...	Numérico	2	0	COMPONENT...	{1, MUY EN...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	VARIABLE1	Numérico	8	0		{1, MUY EN...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	VARIABLE2	Numérico	8	0		{1, MUY EN...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

ANEXO N° 07: Brief del producto

CATEGORIA DEL PRODUCTO

Informar sobre el uso de los métodos anticonceptivos a los estudiantes de 3° a 5° de secundaria

PÚBLICO OBJETIVO

Perfil demográfico

Sexo: mujeres y varones

Ocupación: Estudiantes de secundaria

N.S.E. B Y C

DESCRIPCIÓN DEL FOLLETO

La primera pieza del folleto la tapa y contratapa del diseño tiene la forma de una envoltura del preservativo, la segunda pieza del folleto el tira y retira del diseño tiene la forma de un preservativo, con el fin de poder llamar la atención a los estudiantes de secundaria.

Este folleto permite en que los estudiantes generen conocimientos sobre el uso de los métodos anticonceptivos de una manera más clara y concisa. El folleto presenta elementos como textos, ilustraciones de vectores, color, etc. bastante dinámico.

Por otro lado se optó con poco texto y más imágenes, Esto llevara al estudiante genere un interés por conocer más de este tema. Por tanto, la composición del folleto predomina la imagen.



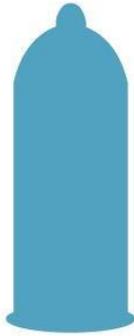
FORMATO DEL FOLLETO



- La primera pieza de la tapa y contratapa donde tiene la forma de una envoltura del preservativo tiene de tamaño 9 largo x 9 ancho. Impreso en brillante couche de 300gr.
- La segunda pieza tira y retira donde tiene la forma de un preservativo tiene de tamaño 19.5 largo x 6.5 ancho. Impreso en hoja bond de 90gr.

COLORES DEL FOLLETO

Confianza
Cuidado



Confianza
Felicidad



Precaución
Amigable



Sociable
Accesible



TIPOGRAFÍAS DEL FOLLETO

KOMIKA AXIS

BUNYA PERSONAL

ALEGREYA SANS

Se eligió 3 tipografías **1.komika axis**, **2. bunya personal** y **3.alegreya sans**. Las tipografías pertenecen a la familia de los sans serif. La primera tipografía se utilizó para los títulos, dándole un estilo juvenil y moderno. La segunda tipografía fue utilizada para los conceptos de dicho tema, esta tipografía es bastante legible. Por último se utilizó la tipografía alegreya sans para los números del folleto.

6.5 X 19.5

PASOS BÁSICOS DEL USO DE UN CONDON MASCULINO



Abra el envase cuidadosamente. No utilice las uñas, dientes, ni nada que pueda dañar el condón.



Asegúrese que el rollo este por fuera, antes de colocarlo.

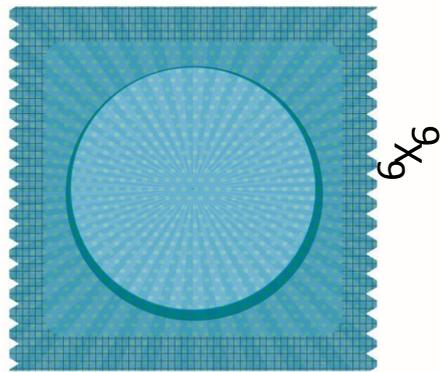


Desenrolle con facilidad el condón hasta la base del pene.



El preservativo debe ser usado una sola vez y descartarlo.

ESTE MÉTODO TE PROTEGE DE LAS ETS



6x6



Las inyecciones anticonceptivas son muy eficaces. Se puede utilizar inyecciones de 1 mes a 3 meses depende de la mujer.

INYECCIONES ANTICONCEPTIVAS

6x6

USO DE LOS METODOS ANTICONCEPTIVOS

En la actualidad, hay una gran variedad de métodos anticonceptivos disponibles. Son objetos, sustancias, y procedimientos que se utilizan de manera voluntaria para regular la capacidad reproductiva de una persona o una pareja con el fin de evitar un embarazo no planeado.

PASOS BÁSICOS DEL USO DE UN CONDON FEMENINO

19.5 X 6.5



Sostenga el aro por el extremo cerrado y apréndelo de modo que quede largo y angosto.



Introduzca un dedo en el condón para empujarlo a su posición y helo.



Para retirarlo apriete el anillo externo y de un par de vueltas y retirelo cuidadosamente.

PASTILLAS ANTICONCEPTIVAS

Previana que se produzca la ovulación, por lo que la mujer no queda embarazada. Estas píldoras se toman durante 21 días y luego se hace una pausa de 7 días.

**USO DE LOS
MÉTODOS
ANTICONCEPTIVOS**

En la actualidad, hay una gran variedad de métodos anticonceptivos disponibles. Son objetos, sustancias, y procedimientos que se utilizan de manera voluntaria para regular la capacidad reproductiva de una persona o una pareja con el fin de evitar un embarazo no planeado.

PASOS BÁSICOS DEL USO DE UN CONDÓN MASCULINO



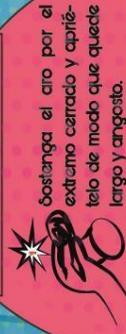
Asegurarse que el rollo este por fuera, antes de colocarlo.



El preservativo debe ser usado una sola vez y descartarlo.

ESTE MÉTODO TE PROTEGE DE LAS ETS

PASOS BÁSICOS DEL USO DE UN CONDÓN FEMENINO



Para retirarlo apriete el anillo externo y de un par de vueltas y retírelo cuidadosamente.

PASTILLAS ANTICONCEPTIVAS

Previene que se produzca la ovulación, por lo que la mujer no queda embarazada. Estas píldoras se toman durante 21 días y luego se hace una pausa de 7 días.

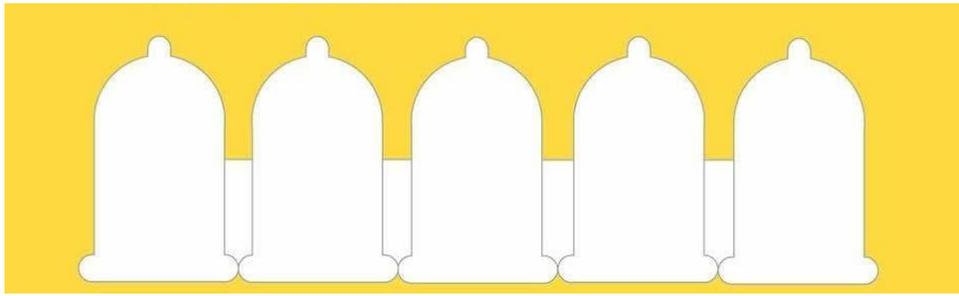


Las inyecciones anticonceptivas son muy eficaces. Se puede utilizar inyecciones de 1 mes o 3 meses depende de la mujer.



INYECCIONES ANTICONCEPTIVAS

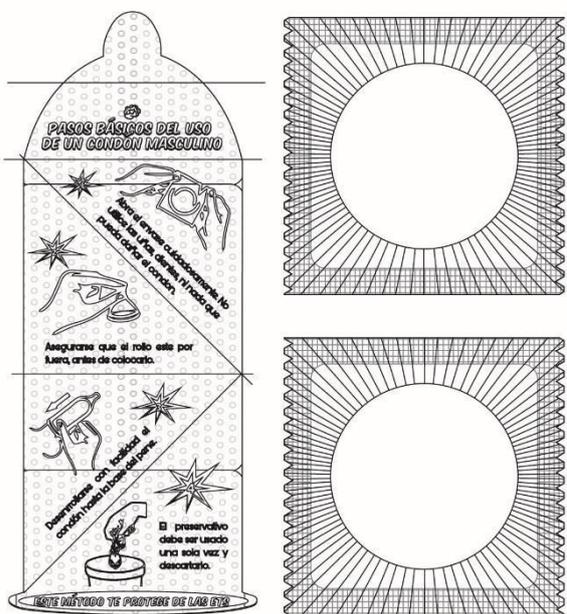
Bocetos



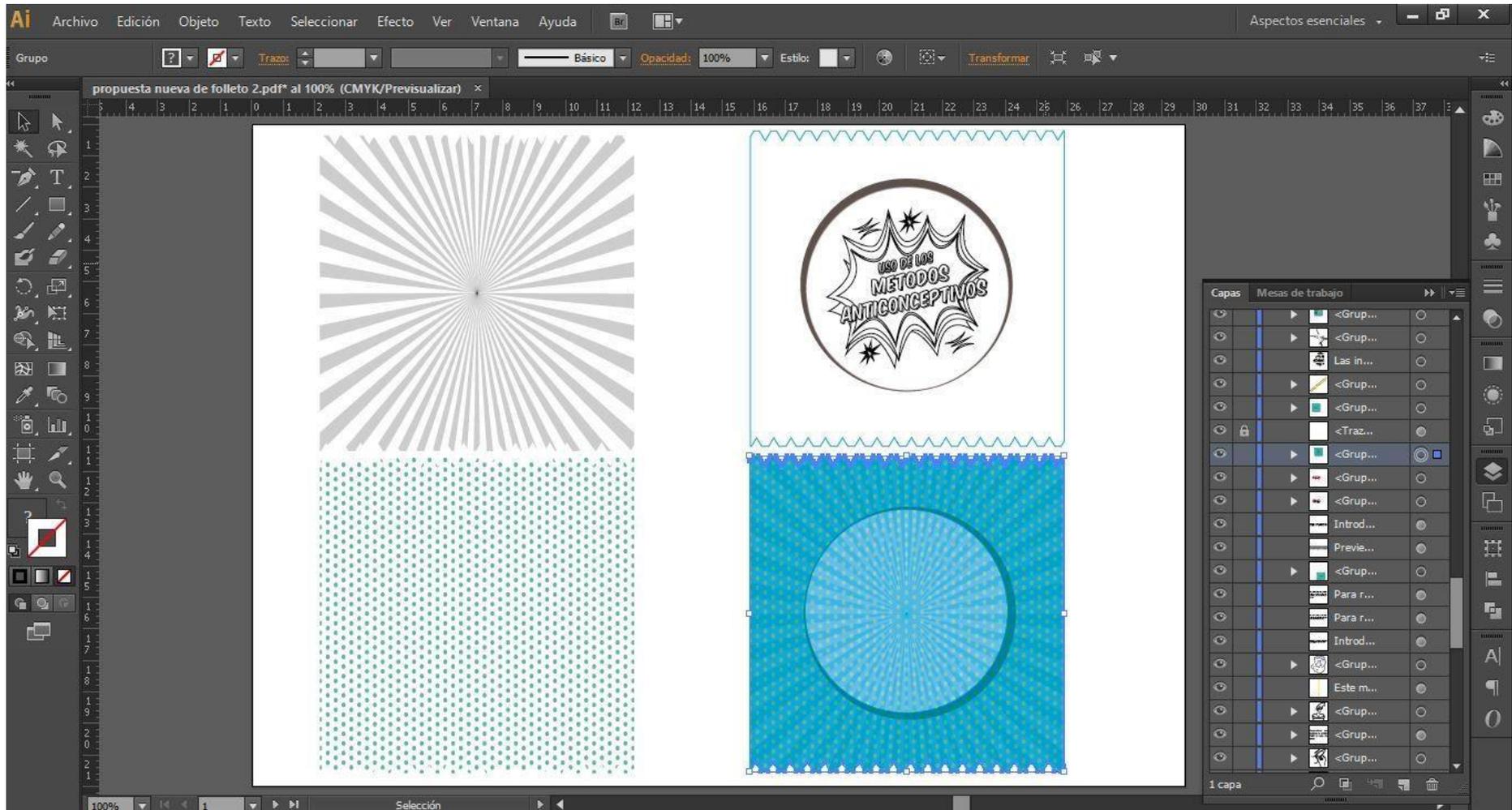
El proceso de la pieza grafica se realizó varios bocetos en los cuales, el primero de una secuencia no se asemejaba a un preservativo si no a un biberón. Y por el poco texto que tenía. Muchas se quedaban en blanco, en el segundo boceto realizado todavía seguía teniendo problemas con la forma del preservativo. Agregando 2 manos al costado para tener la pieza grafica más amigable pero no lo conseguí por el material ya que las manos por el tamaño delgado se doblaban y el intermedio no tenía un equilibrio con todas las piezas unidas.



En los siguientes bocetos al realizar. Se realizó un pequeño personaje en forma de un preservativo. Pero no quedó seleccionado por el poco texto que solía tener y no cerraba de una forma adecuada el troquelado era muy difícil al abrirlo o cerrar el folleto.



Continuando con los bocetos, al final quedó un folleto de troquelado de 3 piezas. Con el poco texto que tenía quedó preciso en la pieza gráfica final que observarán en las siguientes páginas.



**ANEXO 8 REGISTRO DE CAMPO
I.E.P REGINA PACIS**



I.E.P B GROUP



I.E. RAUL PORRAS BARRENECHEA



ANEXO 9 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

- RECURSOS Y PRESUPUESTOS

Para ejecutar el proyecto de investigación se realizó una lista con la representación de los gastos respectivos por cada recurso que será desarrollo en la sucesión de la investigación.

- FINANCIAMIENTO

DESCRIPCIÓN DE GASTOS	CANTIDAD	IMPORTE EN S./	FINANCIAMIENTO
Impresión del folleto tapa y contra tapa 300gr	1000	100.00	
Impresión hoja bond de 90 gr tira y retira	1000	80.00	Recursos propios.
Copias de la encuesta a b/n	1000	8.00	
Impresión de Anilados		30.00	
TOTAL:		218.00	

ANEXO 10 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL DESARROLLO DEL PROYECTO DE INVESTIGACION

Actividades	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5	Sem 6	Sem 7	Sem 8	Sem 9	Sem 10	Sem 11	Sem 12	Sem 13	Sem 14	Sem 15	Sem 16
1. Reunión de coordinación.																
2. Presentación del Esquema de Desarrollo de proyecto de investigación.																
3. Validez y Confiabilidad del Instrumento de recolección de datos.																
4. Recolección de Datos.																
5. Procesamiento y tratamiento Estadístico de datos.																
6. JORNADA DE INVESTIGACIÓN Nº 1. PRESENTACIÓN DE AVANCE.																
7. Descripción de resultados.																
8. Discusión de los resultados y redacción de la tesis.																
9. Conclusiones y recomendaciones.																
10. Entrega preliminar de la tesis para su revisión.																
11. Presenta la tesis completa con las observaciones levantadas.																
12. Revisión y observación de informe de tesis por los jurados.																
13. JORNADA DE INVESTIGACIÓN Nº 2: Sustentación del informe de Tesis																

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---	---

Yo, *Juan Apaza Quispe*, docente de la Facultad Ciencias de la Comunicación y Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial de la Universidad César Vallejo Campus Los Olivos, revisor de la tesis titulada

“DISEÑO DE UN FOLLETO SOBRE EL USO DE LOS “METODOS ANTICONCEPTIVOS Y LA PERCEPCIÓN EN ESTUDIANTES DE 3º A 5º DE SECUNDARIA EN TRES CENTROS EDUCATIVOS CALLAO, LIMA-2018”

Del estudiante CORONADO TABOADA, DIANA MILAGROS constato que la investigación tiene un índice de similitud de 2.7 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 17 de septiembre 2019



Juan Apaza Quispe
 Dr. Juan Apaza Quispe
 Coordinador de Investigación
 Arte & Diseño Gráfico Empresarial
 DNI: 10453803

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

Diseño de un Folleto sobre el uso de los "Métodos Anticonceptivos" y la Percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros educativos Cuzco, Lima 2018.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

AUTORA:
Diana Milagros Coronado Taboada

ASESOR:
Dr. Juan Azaña Quispe



Resumen de coincidencias

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

27 %

Coincidencias

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	21 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	5 %
3	biblioteca.virtuel.educal... Fuente de Internet	<1 %
4	repositorio.dalinoameri... Fuente de Internet	<1 %
5	gltos.unis.edu.gt Fuente de Internet	<1 %
6	espacio.uned.es Fuente de Internet	<1 %
7	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %

Text-only Report High Resolution Astreado

Página: 1 de 42 Número de palabras: 10214

1843 ESP ES 17/09/2019



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Coronado Taboada Diana Milagros
D.N.I. : 72329364
Domicilio : Av. Manco Capac 460 Carmen de la Legua
Teléfono : Fijo : Móvil : 985583601
E-mail : dmcoronadot@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias de la comunicación
Escuela : Arte y Diseño Gráfico Empresarial
Carrera : Arte y Diseño Gráfico Empresarial
Título : Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :
Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:
Coronado Taboada Diana Milagros

Título de la tesis:
Diseño de un Folleto sobre el uso de los "Métodos Anticonceptivos" y la
Percepción en estudiantes de 3° a 5° de secundaria en tres centros
educativos Callao, Lima 2018.

Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma :

Fecha : 29/11/2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACION QUE PRESENTA:

CORONADO TABOADA, DIANA MILAGROS

INFORME TÍTULADO

**DISEÑO DE UN FOLLETO SOBRE EL USO DE LOS MÉTODOS ANTICONCEPTIVOS Y LA PERCEPCIÓN
EN ESTUDIANTES DE 3° A 5° DE SECUNDARIA EN TRES CENTROS EDUCATIVOS CALLAO, LIMA
2018**

PARA OBTENER EL TITULO O GRADO DE

LICENCIADA EN ARTE Y DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

SUSTENTADO EN FECHA 06/12/2018

NOTA O MENCIÓN 16




FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN