



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

**TÍTULO:**

**LICENCIADO EN GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

**AUTOR (A):**

**Zea Naranjo, Hugo Johnny**

**“DISEÑO DE UNA CAMPAÑA VISUAL DE  
RESPONSABILIDAD SEXUAL SOBRE EL USO DEL  
PRESERVATIVO PARA LA PREVENCIÓN DE  
ENFERMEDADES DE TRANSMISIÓN SEXUAL (ETS) EN LA  
UCSG.”**

**TUTOR:**

**Vergara Macías, Will Alberto**

**Guayaquil, Ecuador  
2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Hugo Johnny Zea Naranjo**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria**

**TUTOR (A)**

\_\_\_\_\_  
Mgs. WILL VERGARA MACÍAS

**REVISOR(ES)**

\_\_\_\_\_  
Mgs. BILLY SOTO CHÁVEZ

\_\_\_\_\_  
Mgs. WASHINGTON QUINTANA MORALES

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

\_\_\_\_\_  
Arq. María Fernanda, Compte Guerrero, Dra.

**Guayaquil, a los 29 días del mes de abril del año 2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Hugo Johnny Zea Naranjo**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **CAMPAÑA VISUAL DE RESPONSABILIDAD SEXUAL SOBRE EL USO DEL PRESERVATIVO PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES DE TRANSMISIÓN SEXUAL (ETS) EN LA UCSG**, previa a la obtención del Título **de Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 29 días del mes de abril del año 2016**

**EL AUTOR (A)**

---

**Hugo Johnny Zea Naranjo**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Hugo Johnny Zea Naranjo**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **CAMPAÑA VISUAL DE RESPONSABILIDAD SEXUAL SOBRE EL USO DEL PRESERVATIVO PARA LA PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES DE TRANSMISIÓN SEXUAL (ETS) EN LA UCSG**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 29 días del mes de abril del año 2016**

**EL (LA) AUTOR(A):**

---

**Hugo Johnny Zea Naranjo**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por brindarme sabiduría para enfrentarme a los retos del día a día.

A mis padres, por todo su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, por ser mi mayor inspiración y hacerme la persona que soy.

A mi tía, mi segunda madre, por apoyarme incondicionalmente en todo, por estar conmigo y darme ánimos cuando los necesito.

A mis profesores, por compartir conmigo sus conocimientos.

A mi tutor Mgs. Will Vergara Macías por su compromiso, dedicación y por su valiosa tutoría en todo el proceso de realización de esta tesis.

**HUGO JOHNNY ZEA NARANJO**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto va dedicado en primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a mis padres y a mi tía, mi segunda madre; por siempre haberme dado fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora.

## **TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

Mgs. Will Vergara Macías  
TUTOR

---

Mgs. Washington Quintana Morales

## ÍNDICE GENERAL

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 1     | Introducción.....  | 1  |
| 1.1   | Planteamiento del Problema.....  | 3  |
| 1.2   | Objetivos del Proyecto.....  | 5  |
| 1.2.1 | Objetivo General.....  | 5  |
| 1.2.2 | Objetivos Específicos.....   | 6  |
| 2     | Metodología de Investigación.....  | 7  |
| 2.1   | Descripción del proceso seguido en la etapa de investigación.....                          | 7  |
| 2.1.1 | Recolección de información sobre el cliente, producto competencia, público. 8              |    |
| 2.1.2 | Análisis, interpretación y organización de la información (redefinición del problema)..... | 9  |
| 2.2   | Análisis de proyectos similares (Responsabilidad Sexual).....                              | 28 |
| 3     | Proyecto.....  | 41 |
| 3.1   | Criterios de Diseño.....   | 41 |
| 3.2   | Desarrollo de bocetos o artes iniciales.....   | 47 |
| 3.3   | Evaluación de artes Iniciales.....   | 54 |
| 3.4   | Desarrollo de propuesta gráfica inicial.....   | 58 |
| 3.5   | Desarrollo de línea gráfica definitiva.....  | 60 |
| 3.6   | Arte final de las piezas gráficas.....   | 68 |

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 3.7 | Implementación y verificación de las piezas gráficas ..... | 91  |
| 4   | Conclusiones y recomendaciones.....                        | 98  |
| 5   | Bibliografía .....   | 100 |
| 6   | Anexos .....   | 109 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|                 |   |    |
|-----------------|---|----|
| <i>Tabla 1.</i> | Distribución de estudiantes de la UCSG al semestre B – 2015. .... | 9  |
| <i>Tabla 2.</i> | Población total por facultades .....                              | 12 |
| <i>Tabla 3.</i> | Porcentaje Ponderado .....  | 13 |
| <i>Tabla 4.</i> | Brief de campaña .....  | 94 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|                    |   |    |
|--------------------|---|----|
| <i>Gráfico 1.</i>  | Distribución de encuestados por facultades .....                          | 14 |
| <i>Gráfico 2.</i>  | Distribución de encuestados por sexo.....                                 | 15 |
| <i>Gráfico 3.</i>  | Distribución de encuestados por edades.....                               | 16 |
| <i>Gráfico 4.</i>  | Distribución de encuestados que ha mantenido relaciones sexuales<br>..... | 17 |
| <i>Gráfico 5.</i>  | Encuestados que mantienen relaciones sexuales son frecuencia ...          | 18 |
| <i>Gráfico 6.</i>  | Uso de preservativos para la realización del acto sexual .....            | 19 |
| <i>Gráfico 7.</i>  | Razones para usar preservativo.....                                       | 20 |
| <i>Gráfico 8.</i>  | Razones para no usar preservativo.....                                    | 21 |
| <i>Gráfico 9.</i>  | Nivel de conocimiento sobre las ETS.....                                  | 22 |
| <i>Gráfico 10.</i> | Necesidad de campañas sobre las ETS dentro de la universidad .            | 23 |

|  |    |
|--|----|
| <i>Gráfico 11. Razones para no usar preservativo</i> ..... | 24 |
|--|----|

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| <i>Figura 1. Campaña Desempólvame 1</i> .....                 | 31 |
| <i>Figura 2. Campaña Desempólvame 2</i> .....                 | 31 |
| <i>Figura 3. Campaña Desempólvame 3</i> .....                 | 31 |
| <i>Figura 4. Campaña Love Sex 1</i> .....                     | 33 |
| <i>Figura 5. Campaña Love Sex 2</i> .....                     | 33 |
| <i>Figura 6. Campaña Love Sex 3</i> .....                     | 33 |
| <i>Figura 7. Campaña Love Sex 4</i> .....                     | 34 |
| <i>Figura 8. Campaña No pares de vivir 1</i> .....            | 35 |
| <i>Figura 9. Campaña No pares de vivir 2</i> .....            | 36 |
| <i>Figura 10. Campaña No pares de vivir 3</i> .....           | 36 |
| <i>Figura 11. Condom08 1</i> .....                            | 38 |
| <i>Figura 12. Condom08 2</i> .....                            | 39 |
| <i>Figura 13. Condom08 3</i> .....                            | 39 |
| <i>Figura 14. Condom08 4</i> .....                            | 40 |
| <i>Figura 15. Contraste de color claro oscuro</i> .....       | 42 |
| <i>Figura 16. Tono informal</i> .....                         | 43 |
| <i>Figura 17. Construcción iconográfica</i> .....             | 44 |
| <i>Figura 18. Afiche con diagramación lado con lado</i> ..... | 45 |
| <i>Figura 19. Afiche tipográfico “ultrabold”</i> .....        | 46 |

|  |    |
|--|----|
| <i>Figura 20.</i> Afiche tipográfico “ultrabold” .....                                 | 47 |
| <i>Figura 21.</i> Boceto 1 .....   | 48 |
| <i>Figura 22.</i> Boceto 2.....  | 49 |
| <i>Figura 23.</i> Boceto 3.....  | 50 |
| <i>Figura 24.</i> Boceto 4.....  | 51 |
| <i>Figura 25.</i> Desarrollo de arte inicial .....                                     | 52 |
| <i>Figura 26.</i> Desarrollo del identificador .....                                   | 53 |
| <i>Figura 27.</i> Opción 1 .....   | 54 |
| <i>Figura 28.</i> Opción 1 .....   | 55 |
| <i>Figura 29.</i> Opción 1 .....   | 56 |
| <i>Figura 30.</i> Opciones.....  | 57 |
| <i>Figura 31.</i> Propuesta gráfica inicial 1 .....                                    | 58 |
| <i>Figura 32.</i> Propuesta gráfica inicial 2.....                                     | 59 |
| <i>Figura 33.</i> Valla Publicitaria, volante, afiche y roll up.....                   | 60 |
| <i>Figura 34.</i> Volante publicitario 1.....  | 61 |
| <i>Figura 35.</i> Volante publicitario 2.....  | 62 |
| <i>Figura 36.</i> Afiche publicitario 1 .....  | 63 |
| <i>Figura 37.</i> Afiche publicitario 2.....   | 64 |
| <i>Figura 38.</i> Roll up publicitario.....  | 65 |
| <i>Figura 39.</i> Propuesta gráfica inicial 1 .....                                    | 66 |
| <i>Figura 40.</i> Propuesta gráfica inicial 2.....                                     | 67 |
| <i>Figura 41.</i> Afiches, volantes, roll ups y valla Facultad De Ciencias Médicas ... | 68 |
| <i>Figura 42.</i> Afiches, volantes, roll ups y valla Facultad De Arquitectura.....    | 69 |
| <i>Figura 43.</i> Afiches, volantes, roll ups y valla Facultad De Leyes .....          | 70 |

|  |    |
|--|----|
| <i>Figura 44.</i> Afiches, volantes, roll ups y valla Facultad De Economía.....                | 71 |
| <i>Figura 45.</i> Afiches, volantes, roll ups y valla Facultad De Filosofía .....              | 72 |
| <i>Figura 46.</i> Afiches, volantes, roll ups y valla Facultad De Ingeniería .....             | 73 |
| <i>Figura 47.</i> Afiches, volantes, roll ups y valla Facultad De Artes y Humanidades<br>..... | 74 |
| <i>Figura 48.</i> Afiches, volantes, roll ups y valla Facultad De Administración .....         | 75 |
| <i>Figura 49.</i> Afiches, volantes, roll ups y valla Facultad De Empresariales .....          | 76 |
| <i>Figura 50.</i> Roll up Facultad De Ciencias Médicas .....                                   | 77 |
| <i>Figura 51.</i> Roll up Facultad De Arquitectura .....                                       | 78 |
| <i>Figura 52.</i> Roll up Facultad De Leyes.....   | 79 |
| <i>Figura 53.</i> Roll up Facultad De Economía .....   | 80 |
| <i>Figura 54.</i> Roll up Facultad De Filosofía.....   | 81 |
| <i>Figura 55.</i> Roll up Facultad De Ingeniería .....   | 82 |
| <i>Figura 56.</i> Roll up Facultad De Artes y Humanidades .....                                | 83 |
| <i>Figura 57.</i> Roll up Facultad De Administración.....                                      | 84 |
| <i>Figura 58.</i> Roll up Facultad De Empresariales.....                                       | 85 |
| <i>Figura 59.</i> Material POP Camisetas.....  | 86 |
| <i>Figura 60.</i> Floor graphics .....   | 87 |
| <i>Figura 61.</i> Llaveros .....   | 88 |
| <i>Figura 62.</i> Packaging.....   | 89 |
| <i>Figura 63.</i> Jarro.....   | 90 |
| <i>Figura 64.</i> Montajes .....   | 91 |
| <i>Figura 65.</i> Montajes fase de desarrollo.....   | 92 |
| <i>Figura 66.</i> Montaje en redes sociales .....  | 93 |

|  |    |
|--|----|
| <i>Figura 67.</i> Packing del condón.....    | 93 |
| <i>Figura 68.</i> Desarrollo de campaña..... | 95 |

# 1 Introducción

La presente investigación muestra cómo la gestión gráfica publicitaria puede aplicarse en la prevención de las enfermedades venéreas, evidenciando cómo sus consecuencias llevan al detrimento de la salud física y emocional. A través de la concienciación de un mensaje perenne se fomentará el uso del preservativo masculino (también llamado “condón”) tanto en hombres como en mujeres estudiantes actuales del sistema presencial de la Universidad Católica de Santiago Guayaquil, este nuestro público objetivo.

El Ministerio de Salud Pública del Ecuador (2013) ha emprendido junto con la mesa multisectorial de respuesta al VIH/SIDA una vigilia permanente para la prevención de la mencionada enfermedad, parte de este programa es la campaña “Camina conmigo vamos al cero”.

Asimismo el Ministerio ha garantizado el acceso gratuito al tratamiento antirretroviral; la ejecución de la estrategia de prevención de la transmisión vertical; el tratamiento a pacientes con infecciones de transmisión Sexual para disminuir la vulnerabilidad que presentan las personas al infectarse con VIH y la recomendación del uso constante y adecuado del preservativo como medida de doble protección (prevención de ITS incluyendo el VIH y de embarazos no planificados).

Como una de las características más comunes de las personas

contagiadas de enfermedades de transmisión sexual (ETS) se identifica la falta de concienciación y responsabilidad, más allá de la falta de información; de esta manera, la campaña a realizarse se orienta más hacia la toma de conciencia que a la difusión de información.

En la primera etapa de este trabajo se muestra la problemática que llevó a realizar esta investigación y por consiguiente, esta propuesta de campaña. Además en esta fase también se establecen los objetivos y el alcance de este manuscrito. Para validar la factibilidad de este trabajo en el capítulo dos se evidencia la investigación propia al objeto de estudio bajo la utilización de instrumentos como la entrevista y la encuesta, finalizando con el análisis de la información existente.

En el tercer capítulo se expondrá el anteproyecto de la campaña. Entre sus elementos consta la definición de criterios de Diseño, el desarrollo conceptual de los bocetos y de los artes iniciales, y en correspondencia la evaluación de estos últimos. Una vez que están validados estos elementos, se procede al desarrollo de la propuesta gráfica inicial.

En la segunda etapa del presente trabajo se desarrolla la línea gráfica definitiva junto con el arte final de las piezas comunicacionales. Además, se explica la metodología para implementar las piezas gráficas y se procede a reverificar la pertinencia de las mismas para que estas otorguen un mensaje claro y objetivo sobre la prevención de las enfermedades venéreas.

## 1.1 Planteamiento del Problema.

Como antecedente al problema, se exploraron estudios similares en el contexto. En base a las fuentes bibliográficas consultadas en la UCSG, se evidencia un estudio sobre el comportamiento sexual de los estudiantes. El doctor León (2014), ex alumno de la facultad de Ciencias Médicas de la presente universidad, estudió en su tesis de graduación para obtener el grado de Médico, el riesgo del VIH en estudiantes de primer año de medicina de la UCSG en enero del 2014.

En su investigación sobre El Riesgo del VIH en estudiantes de Primer año de Medicina, León determinó que el 62% de los hombres sexualmente activos continuaría con encuentros sexuales casuales sin protección en contraste con el 18% por parte de las mujeres. Además, aproximadamente el 68% de los encuestados sí pensó en el riesgo de contagio de VIH en relaciones sexuales fuera de una relación de pareja, mientras que este porcentaje fue aproximadamente del 43% dentro de una relación de pareja. Los resultados de esta investigación revelan un considerable nivel de promiscuidad en la muestra seleccionada.

León (2014) menciona:

*“Los estudiantes no contemplan de forma inmediata el uso del condón en las relaciones sexuales que llevan estos con su pareja. Se ha observado que la información está presente y la*

*mayoría como regla general, sabe del uso del preservativo y los beneficios que este tiene”.*

Según León, las encuestas indican que hay varios factores que inciden a que el estudiante siga teniendo relaciones sin el cuidado necesario. Entre estos se mencionan los siguientes:

1. Falta de continuidad con la pareja.
2. Ausencia del nivel de placer.
3. Vergüenza al comprar un preservativo en un lugar público.

La continuidad de estos hábitos puede llegar a agravar los índices de ETS (ENFERMEDADES DE TRANSMISION SEXUAL) dentro de la comunidad universitaria, haciéndolos incompatibles con las intenciones de las campañas de prevención nacional efectuadas.

Ecuador ha tomado medidas para la reducción de las enfermedades de transmisión sexual, entre estas el VIH. Como ejemplo de esto el Ministerio de Salud Pública en el año 2007 comenzó la Estrategia Nacional de Salud Pública para VIH/SIDA-ITS, cuya "meta principal en el mediano plazo fue la ausencia en el país de discriminación a los contagiados de VIH, de nuevas infecciones de VIH y de muertes por SIDA".

La OMS (ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD) forma gran parte de una iniciativa a nivel mundial que consiste en la detención y revertir

la propagación del VIH/SIDA). La (OMS) desempeña un papel particular de saber fortalecer las respuestas del sector sanitario ante lo que sigue siendo una de las enfermedades infecciosas más mortíferas a escala mundial.

El personal del Programa de la OMS sobre el VIH/SIDA colabora con numerosos asociados, como organizaciones de las Naciones Unidas, ministerios de salud, organismos de desarrollo, organizaciones no gubernamentales (ONG), proveedores de servicios de salud, instituciones de asistencia sanitaria y personas con VIH. Su cometido es reforzar todos los aspectos del sector sanitario con el fin de suministrar servicios indispensables relacionados con el VIH. En colaboración con seis oficinas regionales y 193 países, la OMS facilita apoyo técnico y elabora normas y estándares basados en datos científicos que contribuirán a hacer realidad el objetivo del acceso universal.

## **1.2 Objetivos del Proyecto**

### **1.2.1 Objetivo General.**

Diseñar una campaña de responsabilidad sexual dirigida a los estudiantes de la UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL.

### **1.2.2 Objetivo Específico.**

- Difundir mensajes atractivos y claros a los estudiantes de la UCSG sobre el riesgo de las ETS a través de piezas gráficas mediante la campaña de responsabilidad sexual.

## **2 Metodología de Investigación.**

### **2.1 Descripción del proceso seguido en la etapa de investigación**

El tipo de investigación que se emplea en el presente capítulo es de tipo cuantitativa y cualitativa; es cuantitativa debido a que se utiliza el método de investigación documental y la toma de datos y encuestas; la investigación documental contiene investigación de diferentes fuentes entre ellas, bibliográficas y web y la investigación cualitativa por usar las técnicas de grupo focal y entrevistas.

Para la investigación documental se seleccionó información de diferentes fuentes bibliográficas y también de la web; se ha seleccionado información de distintos expertos sobre las enfermedades de transmisión sexual y educación sexual junto a la entrevista con Francisco Cano estudiante de la Facultad de Medicina y presidente de la Federación de Estudiantes de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil para así poder contar con distintos criterios acerca de los temas que tienen relevancia dentro del presente trabajo de titulación.

Siguiendo la investigación de Jazmine Escobar, para el grupo focal se formó una mesa redonda con seis jóvenes entre los 18 y los 25 años, 3 de sexo masculino y 3 de sexo femenino pertenecientes a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, que hablaron sobre sus preferencias y diferencias al momento de tener relaciones sexuales.

Para la investigación de tipo Cuantitativa se utiliza la técnica de la encuesta de tipo test entregando cuestionarios a los alumnos de la UCSG del semestre A 2015, esta misma se utiliza con el fin de saber que tan bien informados y relacionados se encuentran los estudiantes sobre las ETS y sus formas de prevención.

### **2.1.1 Recolección de información sobre el cliente, producto competencia, público.**

Con el fin de verificar la campaña, se realiza una investigación de tipo cuantitativa dirigida hacia los estudiantes quienes son los potenciales usuarios de la misma.

Esta investigación es de tipo cuantitativa concluyente (D.O.GROUP, 2015). Se utiliza la técnica de encuestas tipo test, entregando los cuestionarios en paralelos elegidos aleatoriamente considerando no pasar del número de estudiantes establecido por facultad dentro de la UCSG en el semestre A del 2015.

La encuesta para este estudio fue estructurada y compuesta por 10 preguntas, 7 son cerradas y 3 de selección múltiple (anexo No. 1) y se reflejan en el análisis de resultados de los datos obtenidos. Una vez diseñado la encuesta, fue sometida a una prueba piloto de validación, previo su lanzamiento al campo. Los resultados se pueden observar más adelante.

## 2.1.2 Análisis, interpretación y organización de la información (redefinición del problema)

La población utilizada son los estudiantes presenciales de la UCSG en el semestre A 2015, cuya distribución es más clara en la tabla a continuación:

Tabla 1. Distribución de estudiantes de la UCSG al semestre B – 2015.

| <b>Facultad</b>                      | <b>No. de estudiantes</b> |
|--------------------------------------|---------------------------|
| Arquitectura y Diseño                | 1026                      |
| Artes y Humanidades                  | 627                       |
| Ciencias Ec. y Administrativas       | 2717                      |
| Ciencias Médicas                     | 4093                      |
| Educación Técnica para el desarrollo | 2884                      |
| Filosofía, letras y Ciencias         | 1236                      |
| Ingeniería                           | 839                       |
| Jurisprudencia y ciencia Sociales    | 2164                      |
| Especialidades Empresariales         | 2884                      |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>16475</b>              |

Fuente: Departamento de Tesorería, UCSG, 2015

Elaborado por: Pedro Manuel Murillo Intriago (Asistente de Tesorería)

Por la factibilidad y proximidad a los sujetos de estudio, se determinó conveniente utilizar un muestreo de tipo probabilístico aleatorio considerando al menos un paralelo en representación de cada facultad teniendo en cuenta igualmente el peso porcentual en cantidad de cada unidad académica.

El marco muestral comprendió el listado de paralelos abiertos en el semestre A del 2015. Para abordarlos, una vez ya elegidos los paralelos, se va a entregar los cuestionarios para que sean llenados por los estudiantes antes o después de la hora de clases de los mismos.

Según Plazas Rojas, Fabio para el cálculo de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{m}{e^2(m - 1) + 1}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

m = Tamaño de la población

e = Error admisible

Se procede a realizar el cálculo del tamaño de la muestra con la información del total de la población.

$$n = \frac{16475}{0.05^2(16475 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{16475}{0.0025(16474) + 1}$$

$$n = \frac{16475}{41.185 + 1}$$

$$n = \frac{16475}{42.185}$$

$$n \cong 385$$

Con el tamaño de la muestra determinada, se va a distribuir el número de encuestas adecuado para cada facultad según la representatividad en estudiantes que posee cada una en su totalidad.

Tabla 2. Población total por facultades

| <b>Facultad</b>                      | <b>Población de Estudiantes</b> | <b>Ponderación</b> |
|--------------------------------------|---------------------------------|--------------------|
| Arquitectura y Diseño                | 1026                            | 6%                 |
| Artes y Humanidades                  | 627                             | 4%                 |
| Ciencias Ec. y Administrativas       | 2717                            | 16%                |
| Ciencias Médicas                     | 4093                            | 25%                |
| Educación Técnica para el desarrollo | 2884                            | 5%                 |
| Filosofía, letras y Ciencias         | 1236                            | 18%                |
| Ingeniería                           | 839                             | 8%                 |
| Jurisprudencia y ciencia Sociales    | 2164                            | 5%                 |
| Especialidades Empresariales         | 2884                            | 13%                |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>16475</b>                    | <b>100%</b>        |

Fuente: Departamento de Tesorería, UCSG, 2015.

Elaborado por: Pedro Manuel Murillo Intriago (Asistente de Tesorería)

La muestra para cada facultad se expone en la siguiente tabla:

Tabla 3. Porcentaje Ponderado

| <b>Facultad</b>                      | <b>Porcentaje Ponderado</b> | <b>Tamaño de la Muestra</b> |
|--------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Arquitectura y Diseño                | 6%                          | 20                          |
| Artes y Humanidades                  | 4%                          | 15                          |
| Ciencias Ec. y Administrativas       | 16%                         | 64                          |
| Ciencias Médicas                     | 25%                         | 97                          |
| Educación Técnica para el desarrollo | 5%                          | 22                          |
| Filosofía, letras y Ciencias         | 18%                         | 68                          |
| Ingeniería                           | 8%                          | 29                          |
| Jurisprudencia y ciencia Sociales    | 5%                          | 20                          |
| Especialidades Empresariales         | 13%                         | 51                          |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>100</b>                  | <b>385</b>                  |

Fuente: Departamento de Tesorería, UCSG, 2015.

Elaborado por: Pedro Manuel Murillo Intriago (Asistente de Tesorería)

Por décimas, la suma original no concluye de forma exacta en 385, así que se aumentó una unidad a cuatro facultades (Ingeniería, Educación, Artes y Humanidades y Arquitectura y Diseño) por ser las que menos peso tienen dentro de la población.

En total, la muestra fue de 385 Como el muestreo fue probabilístico, existe un margen de error del 5% con un nivel de confianza del 90%.

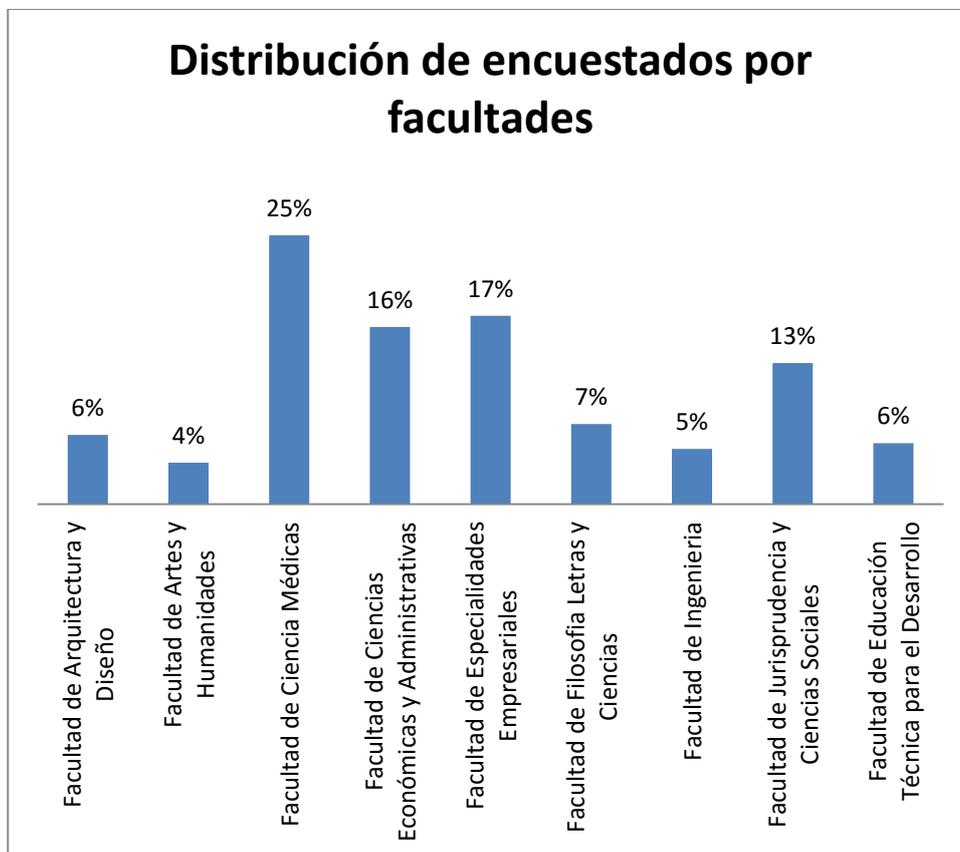


Gráfico 1. Distribución de encuestados por facultades

Elaboración propia

En este gráfico se demuestra que la mayor cantidad de estudiantes encuestados proviene de la facultad de Ciencias Médicas con un 25% dejando en segundo lugar a la Facultad de Especialidades Empresariales con un 17%, en tercer lugar la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas con un 16%, en cuarto lugar la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales con un 13%, en quinto lugar la Facultad de Filosofía Letras y Ciencias con un 7%, en sexto lugar la Facultad de Arquitectura y Diseño y la Facultad de Educación Técnica para el Desarrollo con un 6%, en

séptimo lugar la Facultad de Ingeniería con un 5% y en octavo lugar la Facultad de Artes y Humanidades con un 4%.

### **Análisis de resultados de las encuestas.**



Gráfico 2. Distribución de encuestados por sexo

Elaboración propia

En este gráfico se da a conocer el porcentaje de las encuestas clasificadas por sexo; dando a conocer que el 54% de los encuestados fueron hombres y el 46% restante fueron mujeres.

## 2.- Distribución de encuestados por edades.

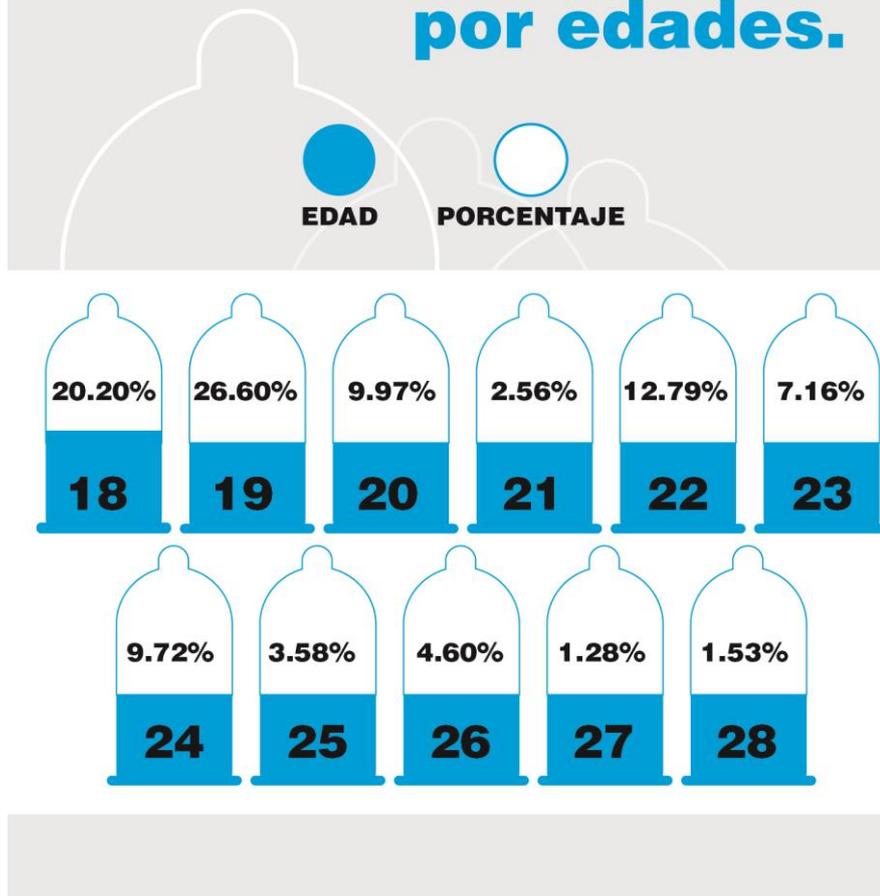


Gráfico 3. Distribución de encuestados por edades

Elaboración propia

En este gráfico se demuestra la edad de los encuestados; teniendo en cuenta que la edad más baja que fue encuestada es de 18 años y la más alta de 28 años con un rango de 10 años. La mayor concentración de estudiantes corresponde a 19 años con el 26.6% y 18 con 20.2%.

### 3.- ¿Ha tenido alguna vez relaciones sexuales?

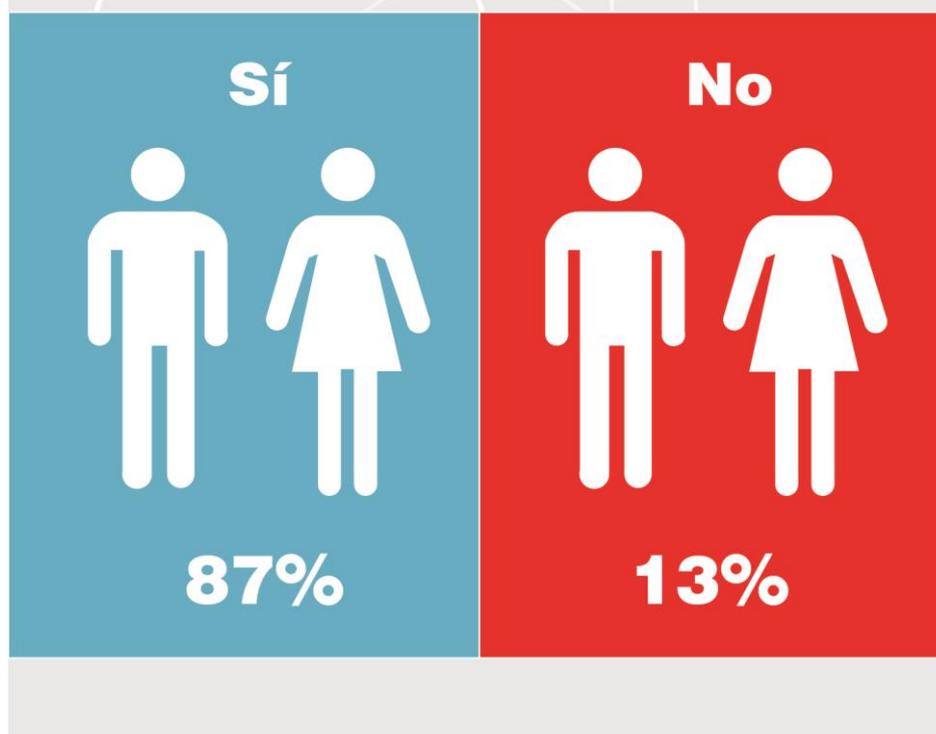


Gráfico 4. Distribución de encuestados que ha mantenido relaciones sexuales

Elaboración propia

En este gráfico se demuestra que del 100% de los encuestados el 13% no ha tenido relaciones sexuales y el 87% sí.

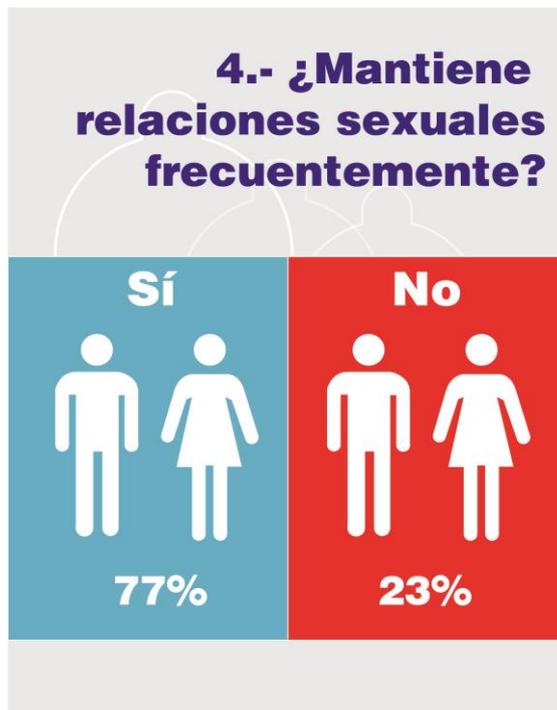


Gráfico 5. Encuestados que mantienen relaciones sexuales son frecuencia

Elaboración propia

Como se puede observar en el gráfico anterior, se clasifica el porcentaje de hombres y mujeres que han tenido relaciones sexuales alguna vez lo cual no se lo considera como siempre y como observamos que el porcentaje entre hombres y mujeres es similar tanto entre los que sí han mantenido relaciones y los que no; vemos que no es necesario realizar un análisis entre hombres y mujeres para esta pregunta ya que se puede observar que existe un índice elevado entre hombres y mujeres que si mantienen relaciones frecuentemente. En este gráfico se demuestra que el 77% de los encuestados mantiene relaciones sexuales frecuentemente, mientras que el 23% no.



Gráfico 6. Uso de preservativos para la realización del acto sexual

Elaboración propia

En este gráfico se demuestra que 67% sí de los encuestados sí utilizan el preservativo al momento del acto sexual mientras que el 33% no.

Al segmentar esta pregunta por sexo se puede observar que la frecuencia en que los hombres utilizan preservativos al momento de realizar el acto sexual está casi a la par con las mujeres encuestadas.

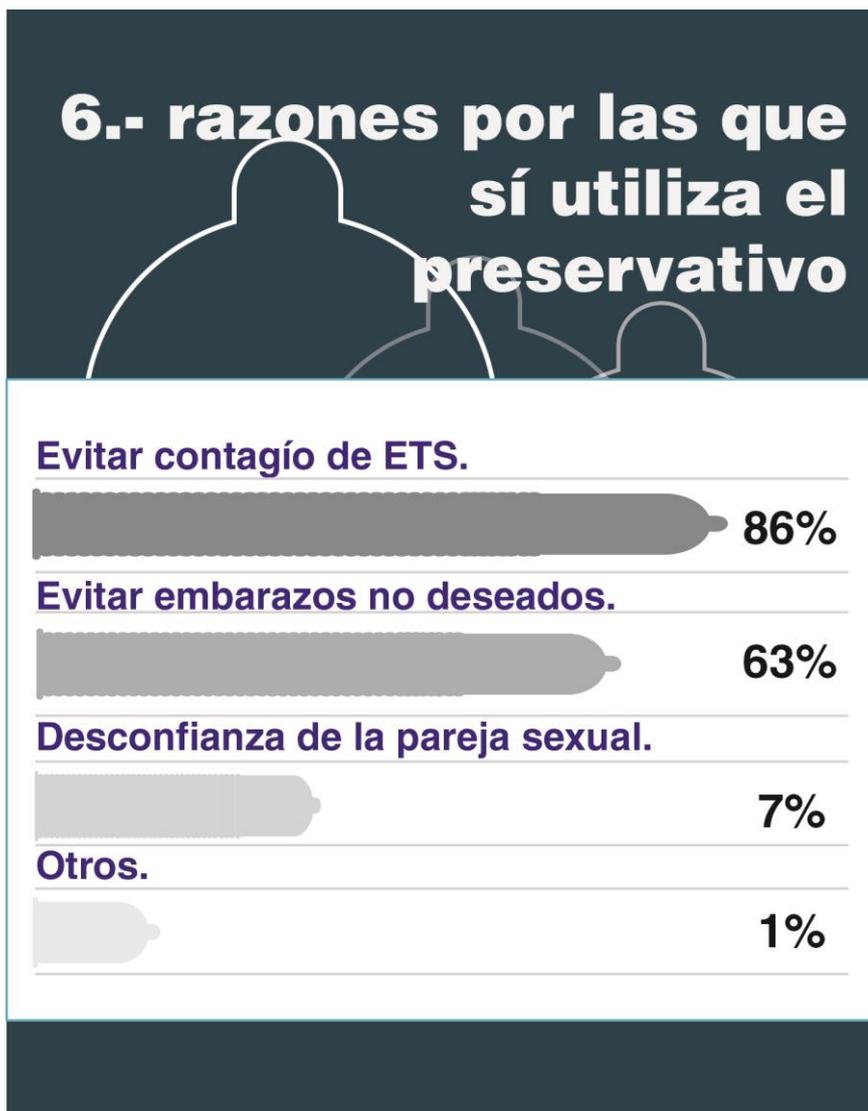


Gráfico 7. Razones para usar preservativo

Elaboración propia

En esta pregunta se puede observar que el mayor motivo para que las personas hagan uso de del preservativo es para evitar el contagio de enfermedades venéreas más que por evitar contagios de ETS, seguido por evitar embarazos.

## 7.- Razones por las que no utiliza el preservativo

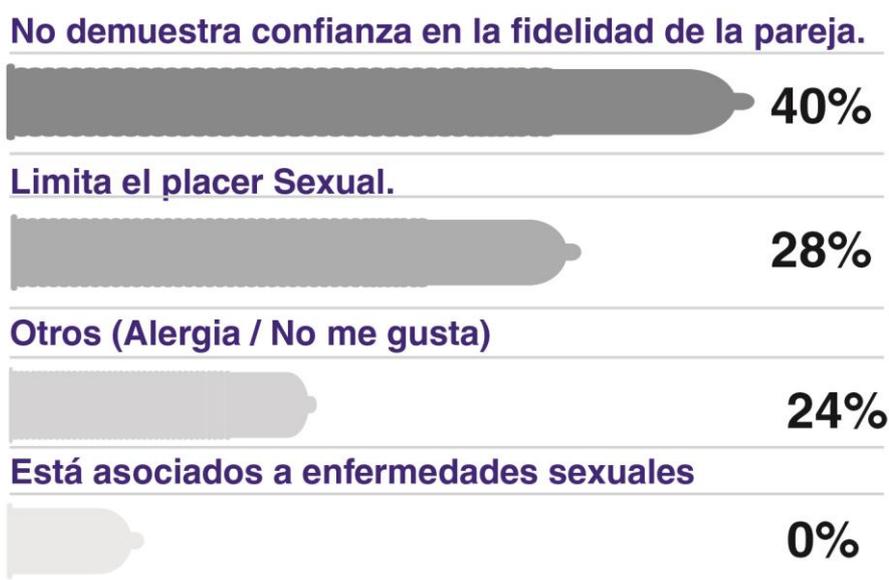


Gráfico 8. Razones para no usar preservativo

Elaboración propia

En esta pregunta se observa que el 40% no utiliza el preservativo porque desconfía en su pareja; mientras que el 28% no lo utiliza por que limita el placer sexual y el 24% no lo utiliza porque no les gusta o por sufrir de alergias.

## 8.-¿Cuál es su nivel de conocimiento sobre las siguientes ETS?

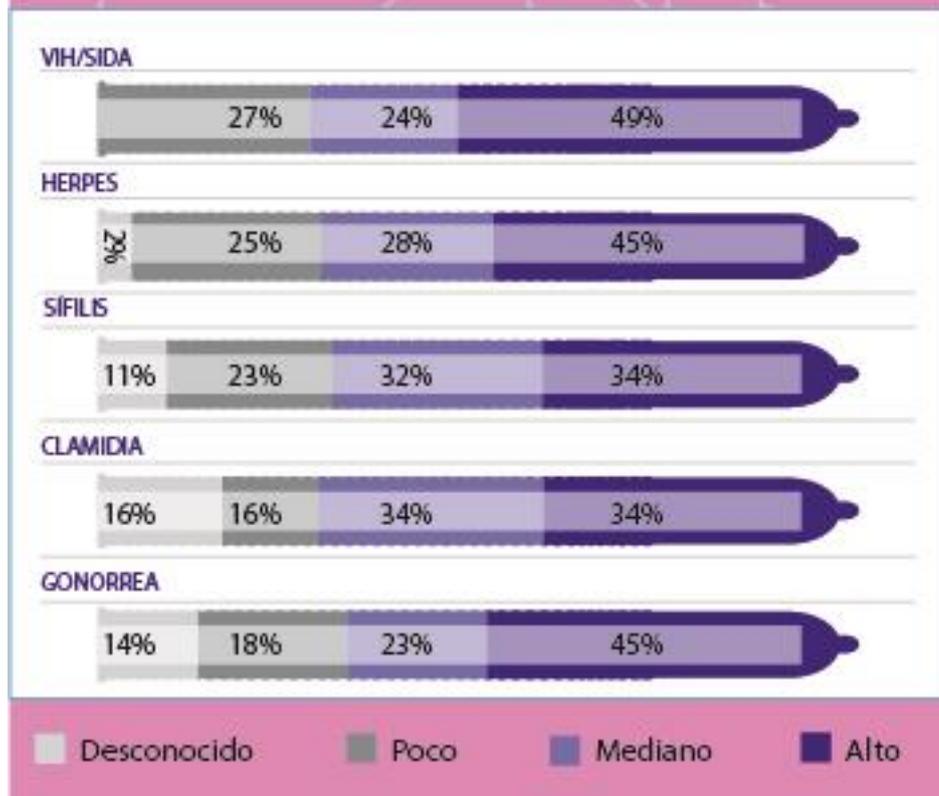


Gráfico 9. Nivel de conocimiento sobre las ETS

Elaboración propia

Al analizar este gráfico se puede observar que los encuestados poseen mucho conocimiento de algunas enfermedades de transmisión sexual y muy poco conocimiento de otras, siendo el VIH/SIDA la de mayor conocimiento, seguidas de herpes y gonorrea. Las de menor conocimiento son sífilis y clamidia.

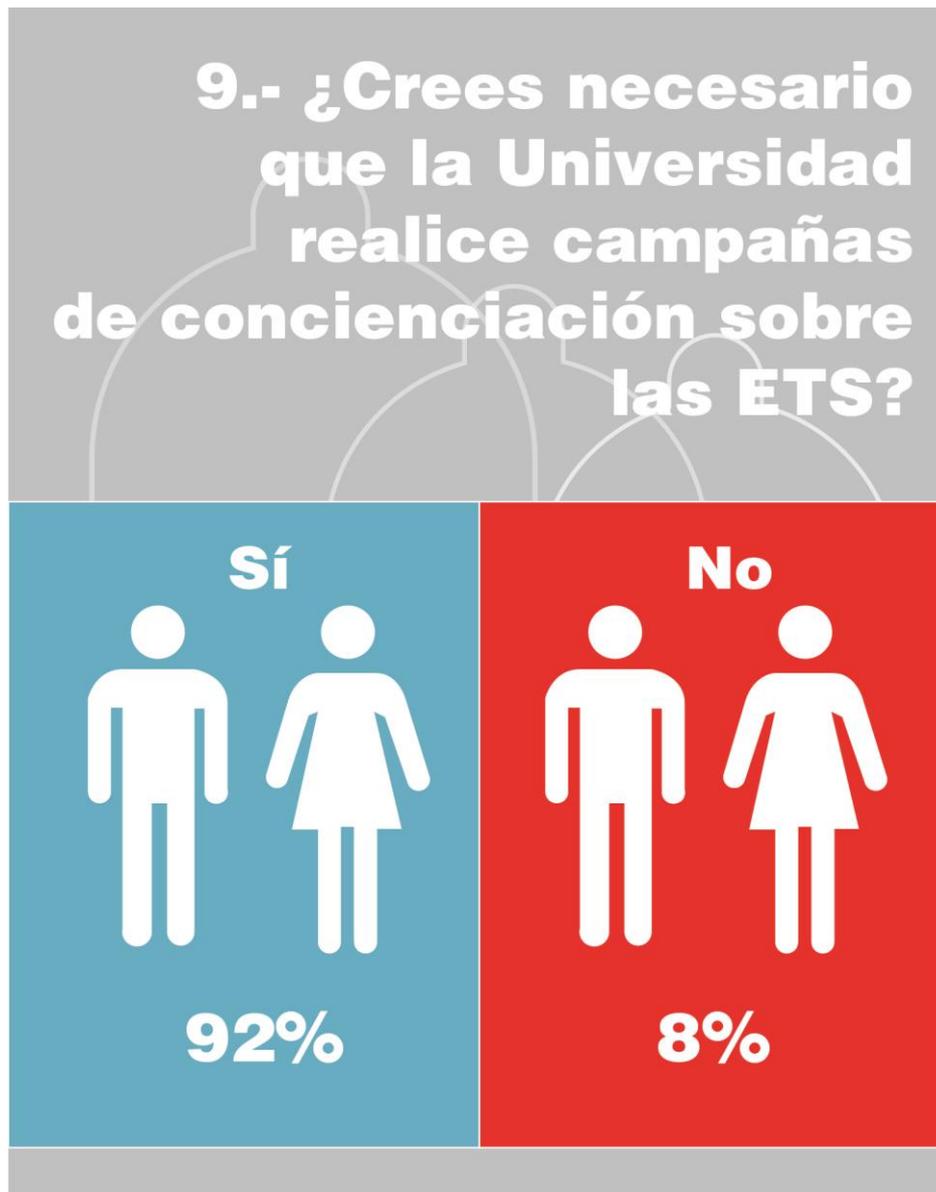


Gráfico 10. Necesidad de campañas sobre las ETS dentro de la universidad

Elaboración propia

En esta pregunta se puede observar que el 92% sí cree conveniente que en la Universidad se deban realizar campañas de concienciación sobre las Enfermedades de Transmisión Sexual.

## 10.- ¿Qué medios considera convenientes para difundir una campaña de responsabilidad Sexual?

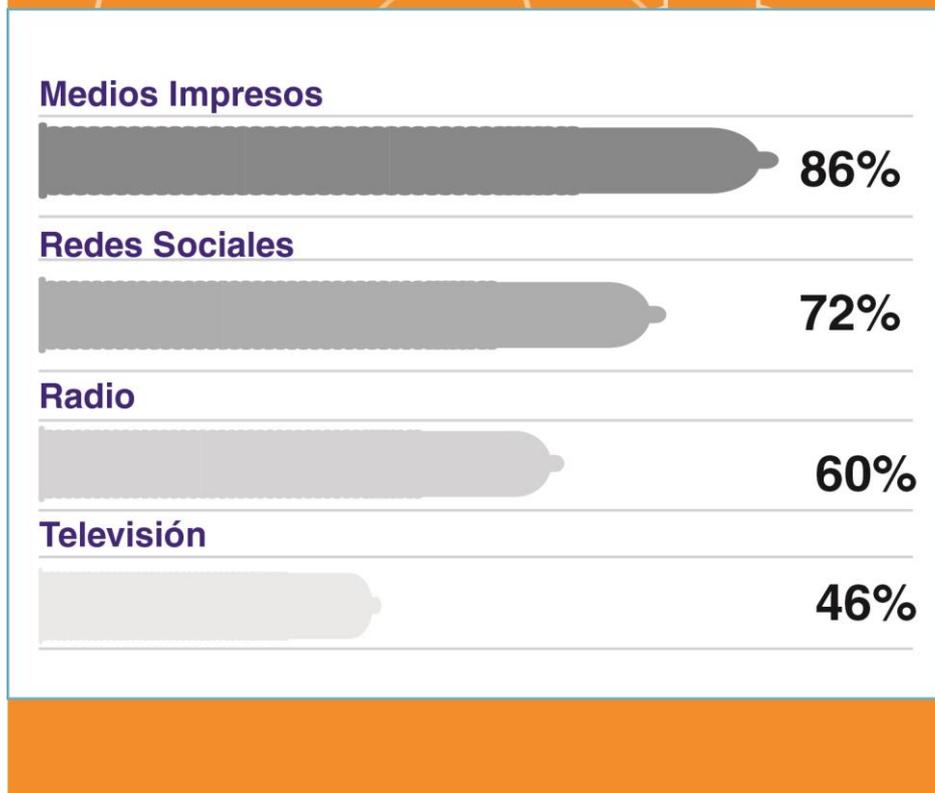


Gráfico 11. Razones para no usar preservativo

Elaboración propia

Según las encuestas los estudiantes consideran que una buena campaña debería realizarse por medios Impresos, dejando como segunda opción el uso de las redes Sociales.

## Entrevista

Se entrevista a Francisco Cano Presidente de la Federación de estudiantes de la UCSG haciendo 5 preguntas sobre el interés de realizar campañas de esta índole sobre el campus de la UCSG a lo que nos respondió. La entrevista completa se puede visualizar en la sección de Anexos. (Anexo No. 2)

Esta entrevista tiene el objetivo de determinar el nivel de conocimiento y de acción que tiene el entrevistado a cerca del campo objeto de esta campaña. Se quiere determinar el nivel de concienciación que existe en el dirigente sobre esta temática.

A continuación, se detalla el análisis de la entrevista:

- La federación de estudiantes de la UCSG en la actualidad no consta con un proyecto propio para la prevención y concienciación de las ETS, pero si se tiene en mente con un convenio con el Ministerio de Salud Pública que proveerá a la UCSG de dispensadores de preservativos los cuales serán situados en sectores estratégicos.
- El entrevistado determinó que para la solución al problema es necesario enfocarse desde todas las perspectivas e involucrar en el procedimiento a las autoridades.

- También recalcó que un tema muy importante es el convencer a las personas en este caso los estudiantes o jóvenes de que es necesario hacerse exámenes o chequeos médicos cada cierto tiempo ya que eso puede ayudar a reducir el rango de infectados y si se detecta la enfermedad a tiempo se podrá controlarla.
- Se puede aplicar una campaña de concienciación de cualquier manera o índole siempre y cuando su objetivo sea el bienestar estudiantil, además mientras participen la administración y las autoridades la hace una campaña más efectiva.

Se comparó la entrevista del presidente de la Federación de Estudiantes con los resultados de las encuestas (Alfonso, 2008). Ambas son conciliadoras entre sí y se puede observar que:

Es necesaria una campaña de este tipo en el campus de la UCSG debido a que en las encuestas el 92% de estudiantes están de acuerdo que en la institución se deban realizar este tipo de campañas, las cuales, serán de gran ayuda para la salud del estudiantado (Dommeyer, Marquard, Gibson, & Taylor, 1989).

Se debe buscar concientizar a los estudiantes a perder el miedo y a realizarse un chequeo para determinar si sufren de alguna enfermedad, y a usar preservativo; debido a que en las encuestas un 33% de los estudiantes no se protegen al momento de realizar el acto sexual. A pesar de no tratarse

de la mayoría, esto no deja de ser grave ya que una persona puede infectar a las demás (Amfar, 2010).

Es necesario que los estudiantes se hagan un examen o chequeo a tiempo para que de esa manera puedan detectar y controlar a tiempo la enfermedad que padezcan antes de que esta empeore o se vuelva crónica.

Dentro de investigación, se realizó un grupo focal entre 6 jóvenes, 3 hombres y 3 mujeres de 20, 23 y 24 años pertenecientes a la Facultad de Especialidades Empresariales, estos hablaron sobre sus experiencias sexuales y sobre las precauciones que toman al momento de realizar el acto.

Se hicieron una serie de preguntas para los 6 jóvenes (anexo n°3), las respuestas de aquellos demuestran que existen personas con diferentes maneras de pensar al momento de realizar el acto sexual.

El realizar este grupo focal sirvió de gran aporte a nuestra investigación debido a que podemos conocer un poco más de cerca la opinión o la forma de pensar de los estudiantes de la UCSG, mediante las preguntas que fueron efectuadas en el grupo focal.

Se llega a la conclusión de que las personas adolescentes en cierto punto confían en su pareja sexual lo cual les da la libertad suficiente para no usar el preservativo sino usar estos métodos anticonceptivos para prevenir embarazos no deseados.

Otro punto importante observado en este grupo focal es que las jóvenes de sexo femenino no utilizan el preservativo debido a que para ellas limita el placer sexual, esta observación es muy importante ya que a esta respuesta adjuntaron su confianza al 100% en su pareja sexual; pero nada asegura que sus parejas sexuales son fieles.

Para concluir; los jóvenes no están fuera del alcance de las ETS mientras sigan sin usar el preservativo debido a que existe un cierto porcentaje que no hace uso del mismo, esto agrega que mientras no exista la fidelidad al 100% o el uso del preservativo en su totalidad hasta que la pareja se realice pruebas de sangre para confirmar que no presentan ningún tipo de enfermedad, cierto porcentaje se puede contagiar poco a poco.

## **2.2 Análisis de proyectos similares (Responsabilidad Sexual)**

Las instituciones, fundaciones u organizaciones ya sean públicas o privadas que tienen que ver con la salud, cada cierto tiempo lanzan campañas sobre las enfermedades de transmisión sexual las cuales tienen diferentes objetivos.

Los diferentes objetivos de las campañas sobre las ETS o VIH pueden ser preventivas, informativas y también impulsadoras, estas tienen un mismo fin que va encaminado a la prevención y disminución de las ETS, haciendo uso de mensajes e imágenes impactantes las cuales tienen como objetivo llegar a las personas y concientizarlas ya que el mensaje dependiendo de su aceptación pueda influir en las personas.

La Facultad de Medicina de la Universidad de Guayaquil ha realizado campañas informativas las cuales explican de una manera muy profunda la realidad sobre las ETS y su forma de transmisión y de prevención, también aclara mitos sobre la adquisición de enfermedades venéreas como se ha escuchado que las ETS se transmiten por compartir comidas, por medios de abrazos, besos y otras versiones que no son verdaderas.

El hospital Luis Vernaza lanzó una campaña informativa sobre el VIH explicando lo que es, sus vías de transmisión y su forma de prevención no hizo uso de frases impactantes ni de imágenes fuertes.

Con el objetivo de reconocer las estrategias que han utilizado pares para realizar este tipo de campañas se recopiló información de 3 fuentes, que se analizan a continuación:

### **Campaña Desempólvame**

- **Nombre de la Campaña:** Desempólvame
- **Procedencia:** Islas Canarias.
- **Análisis de la Campaña:**

Esta campaña va dirigida para el Carnaval, dado a que en el carnaval las personas suelen usar disfraces, esta campaña tiene una frase que es la siguiente:

**EN ESTOS CARNAVALES DESEMPOLVA TU MEJOR DISFRAZ.**

En la campaña al decir Disfraz se refiere al Preservativo.

**Medios de comunicación:**

Un video y piezas gráficas para redes sociales

**Objetivo de la campaña:**

Busca la prevención de las infecciones de transmisión sexual y los embarazos no deseados.

**Guión:**

DESEMPOLVAME:

LOCUTORA:

Estos carnavales vas a disfrutar seguro, así que DESEMPOLVA tu mejor disfraz , revisa que este en buenas condiciones y llévalo siempre contigo sino búscanos y nosotros siempre te podemos dar uno o dos ; controla y entérate de todo porque así te guste lo que te guste NO TE LLEVARAS SUSTOS NI SORPRESAS ; estos carnavales DESEMPOLVA tu mejor disfraz.



Figura 1. Campaña Desempolvame 1

Fuente: Youtube



Figura 2. Campaña Desempolvame 2

Fuente: Youtube

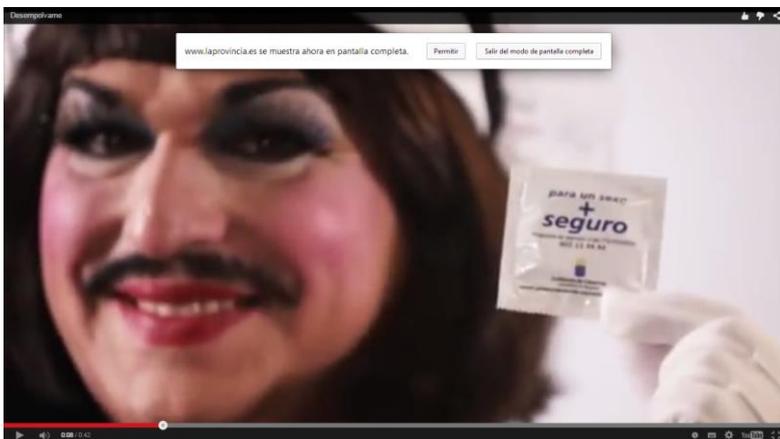


Figura 3. Campaña Desempolvame 3

Fuente: Youtube

## **Campaña Love Sex**

- **Nombre de la Campaña:** Love Sex
- **Procedencia:** Korea.
- **Análisis de la Campaña:**

Esta campaña se dirige a los jóvenes con el fin de comunicar que la responsabilidad al momento de realizar el acto sexual, no solo depende de uno el protegerse sino de ambos.

En el video se observa que tanto el hombre como la mujer buscan protegerse poniendo al alcance de ellos un preservativo en ciertos lugares de la casa.

### **Medios de comunicación:**

Un video y piezas gráficas para redes sociales.

### **Objetivo de la campaña:**

Busca la prevención de las infecciones de transmisión sexual y los embarazos no deseados en los adolescentes.



Figura 4. Campaña Love Sex 1

Fuente: Youtube



Figura 5. Campaña Love Sex 2

Fuente: Youtube



Figura 6. Campaña Love Sex 3

Fuente: Youtube



Figura 7. Campaña Love Sex 4

Fuente: Youtube

### **Campaña No Pares de Vivir**

- **Nombre de la Campaña:** NO PARES DE VIVIR
- **Procedencia:** Colombia.
- **Análisis de la Campaña:**

La campaña NO PARES DE VIVIR se dirige a los jóvenes usando imágenes y videos de actividades que ellos realizan muy comúnmente como fiestas, viajes deportes extremos y otras actividades más acompañando cada imagen o video con un preservativo; lo cual da a entender que el no protegerse nos detendría de vivir y no solo por adquirir una enfermedad venérea sino por un embarazo no deseado.

### **Medios de comunicación:**

Un video y piezas gráficas para redes sociales.

### **Objetivo de la campaña:**

Busca la prevención de las infecciones de transmisión sexual y los embarazos no deseados en los adolescentes.

### **Guión:**

Personaje 1: Una vez te hice una promesa, me comprometí a crecer no a envejecer.

Personaje 2: me comprometí a compartir no a contagiarme.

Personaje 3: me comprometí a viajar no a quedarme

Personaje 4: me comprometí a ir a fiesta no a piñatas.

Personaje 5: me comprometí a aprender no a arrepentirme.

Personaje 6: para no dejar pasar oportunidades

Personaje 7: para nunca parar y poder seguir.

NARRADOR: DUREX “NO PARES DE VIVIR”



Figura 8. Campaña No pares de vivir 1

Fuente: Instagram



Figura 9. Campaña No pares de vivir 2

Fuente: Instagram



Figura 10. Campaña No pares de vivir 3

Fuente: Instagram

## **Campaña Condom08**

- **Nombre de la Campaña:** CONDOM08
- **Procedencia:** USA.
- **Análisis de la Campaña:**

Campaña dirigida a los jóvenes con el fin de comunicar que la responsabilidad al momento de realizar el acto sexual.

La campaña a diferencia de otras es fuera de lo común debido a que fue lanzada como una aplicación para smathphone cuya aplicación solo se podía adquirir al momento de recibir un preservativo los cuales fueron repartidos en eventos para jóvenes como conciertos, eventos deportivos, etc.

Este preservativo tenía en la parte trasera del empaque un Código QR. Al escanear el código la aplicación se descargaba automáticamente.

La aplicación consistía en tener un perfil de popularidad sexual para lo cual era necesario ingresar los datos después de cada relación sexual obtenida.

Lo más importante de la aplicación era que contaba con un cronometro y con sensores de movimiento que indicaban el nivel y el ritmo sexual del adolescente al momento de tener sexo.

Para dar inicio a la aplicación aquella indicaba que el primer paso era colocarse el preservativo y luego de eso iniciaba el conteo regresivo.

**Medios de comunicación:**

Video, piezas gráficas impresas y redes sociales.

**Objetivo de la campaña:**

Busca la prevención de las infecciones de transmisión sexual y los embarazos no deseados en los adolescentes.

# CONDOM08

*the Sex Profile*



CONDOM PACKAGING Marked with a QR code linked directly to App Store / Android Market.



SMARTPHONE APP Creates a personal sex graph based on rhythm, sound level, and duration. The graph becomes part of the statistics on the campaign site.

Figura 11. Condom08 1

Fuente: Youtube



**CAMPAIGN SITE** Browse the latest sex graphs, and search and compare sex statistics based on different personalities.

Figura 12. Condom08 2

Fuente: Youtube



**CONDOM PACKAGING** Marked with a QR code linked directly to App Store / Android Market.

Figura 13. Condom08 3

Fuente: Youtube



BANNERS AND OUTDOOR POSTERS with the latest sex statistics. The messages were frequently updated throughout the summer.

CONDOM DISTRIBUTION at bars, parks, concerts and festivals.

Figura 14. Condom08 4

Fuente: Youtube

## 3 Proyecto

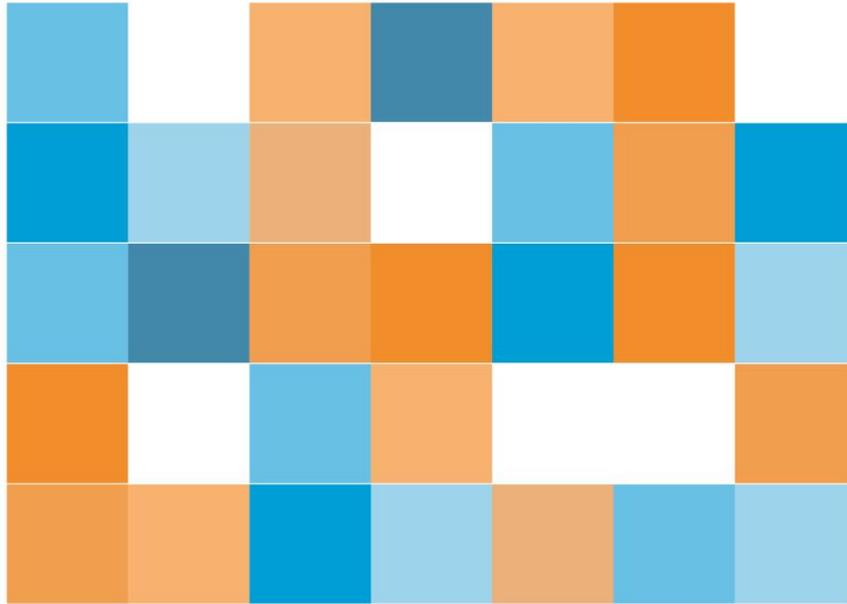
### 3.1 Criterios de Diseño.

#### Color

El contraste cromático se basa en la Teoría del color de Johannes Itten (2012, págs. 21-35), la cual define distintas formas en las que los colores pueden destacar; en el presente caso se ha seleccionado el “contraste claro-oscuro. Lo que se busca generar es un impacto visual inmediato por el alto contraste entre los dos colores.

Se ha seleccionado el color naranja debido a que está asociado con la juventud según Juan (2014) y el color cian debido a que es el color preferido por la población según Eva (2006).

A continuación se presenta una imagen en la que se puede apreciar el contraste que se crea cuando se colocan colores planos claramente diferenciados:



*Figura 15. Contraste de color claro oscuro*

Fuente: (Itten, 2012)

## **Lenguaje Visual**

El tono Informal en el que se elaboran los mensajes se encuentra enmarcado en la jerga juvenil, que es utilizado por el público objetivo a la que se dirige la propuesta, esto debido a que se pretende conseguir una mayor identificación del público objetivo con los mensajes planteados. El siguiente afiche publicitario evidencia lo planteado en el presente párrafo:



Figura 16. Tono informal

Fuente: (Tapia, 2014)

## Iconización

La construcción iconográfica cuenta con elementos visuales de fácil decodificación para cualquier persona, esto busca integrar imágenes reconocibles dentro de los mensajes de la campaña, lo que genera la construcción de varios mensajes con temáticas múltiples. En esta propuesta de la diseñadora Yang Liu (2015) se observa la utilización de estos pictogramas para la fácil comprensión del mensaje:



Figura 17. Construcción iconográfica

Fuente: (Liu, 2015)

Se efectiviza el mensaje de la propuesta buscando asociar los mensajes a difundir con elementos propios de cada carrera ofertada en la UCSG, esto permite que los estudiantes adopten el mensaje como propio, debido a las características específicas de cada sector del alumnado en cuanto a particularidades de las distintas profesiones.

## Diagramación

Teniendo como referencia las técnicas de diagramación y maquetación de Mario Balcázar (2012), la diagramación seleccionada será de “lado con lado”, manteniendo el lado inferior de la palabra “qué” cercano al lado superior de la palabra “trip”, esta maquetación debido al tamaño y estructura de la tipografía elegida permitirá jerarquizar la información en caso de hacer uso de más texto dentro de las piezas gráficas.



Figura 18. Afiche con diagramación lado con lado

Fuente: (Bueberry, 2013)

Además con la diagramación elegida se pretende que la lectura sea de manera vertical, guiando la atención del lector de la pieza gráfica desde la parte superior a la inferior de las mismas.

La tipografía será “ultra bold”, que busca en conjunto con lo expuesto anteriormente generar un impacto visual en primera instancia que permita que los lectores se interesen en la lectura total de la pieza gráfica en sus distintas presentaciones, el tipo de letra también tiene como funcionalidad lograr ser identificada por los lectores a larga distancia.



Figura 19. Afiche tipográfico “ultrabold”

Fuente: (Alapi, s.f)

## Mensaje

Finalmente, los mensajes que acompañan a la frase “Qué trip” se plantean con la figura retórica de la ironía, puesto que los mensajes poseen cierta dosis de humor, el que surge de la burla a situaciones que podría desencadenarse por la utilización o no de los preservativos al momento de mantener relaciones sexuales. . A continuación se observa un afiche publicitario sobre la utilización del preservativo con distintas parejas sexuales siguiendo el concepto de ironía:



Figura 20. Afiche tipográfico “ultrabold”

Fuente: (Gallegos, 2009)

## Concepto General

Todos los mensajes serán redactados utilizando temas de moda, que podrán ser frases presentes en los medios de comunicación, canciones o fragmentos de enunciados que se encuentren en boca dentro de las conversaciones del público objetivo.

### 3.2 Desarrollo de bocetos o artes iniciales

A continuación se mostrarán los primeros bocetos que se realizaron de la campaña de responsabilidad sexual.

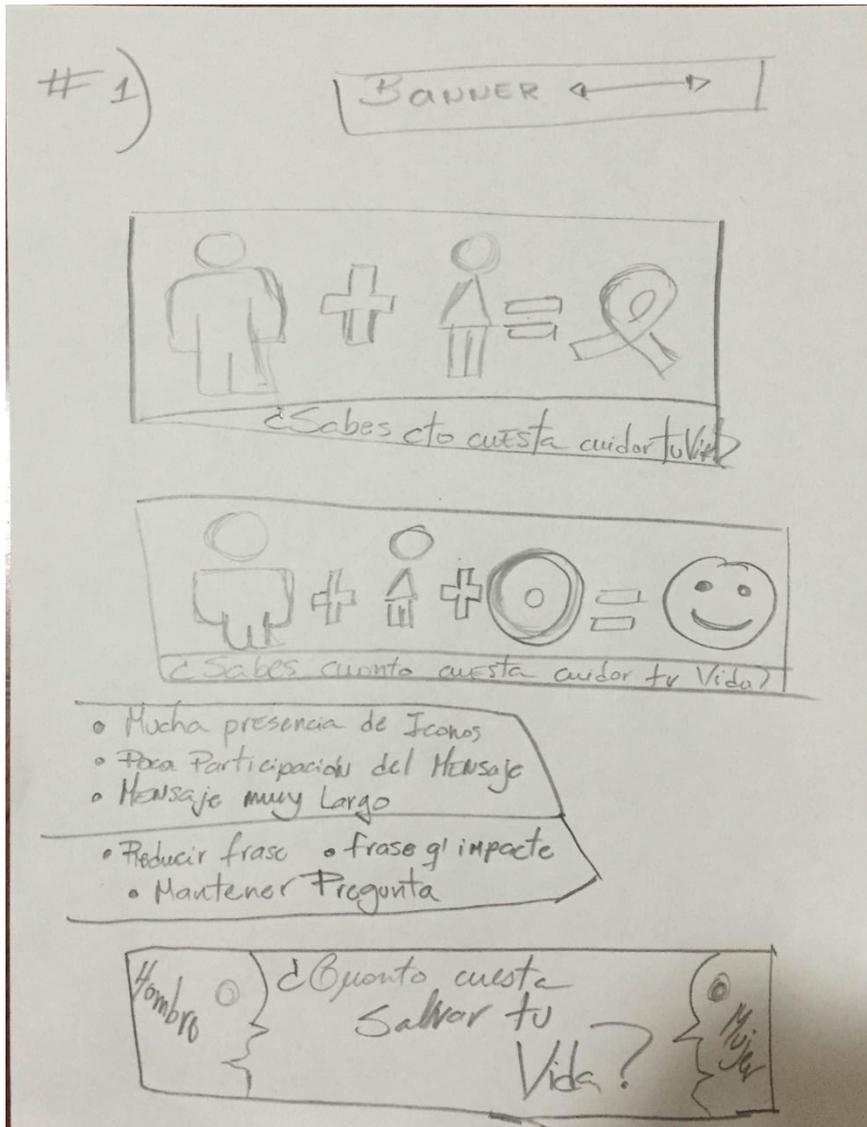


Figura 21. Boceto 1

Elaboración propia

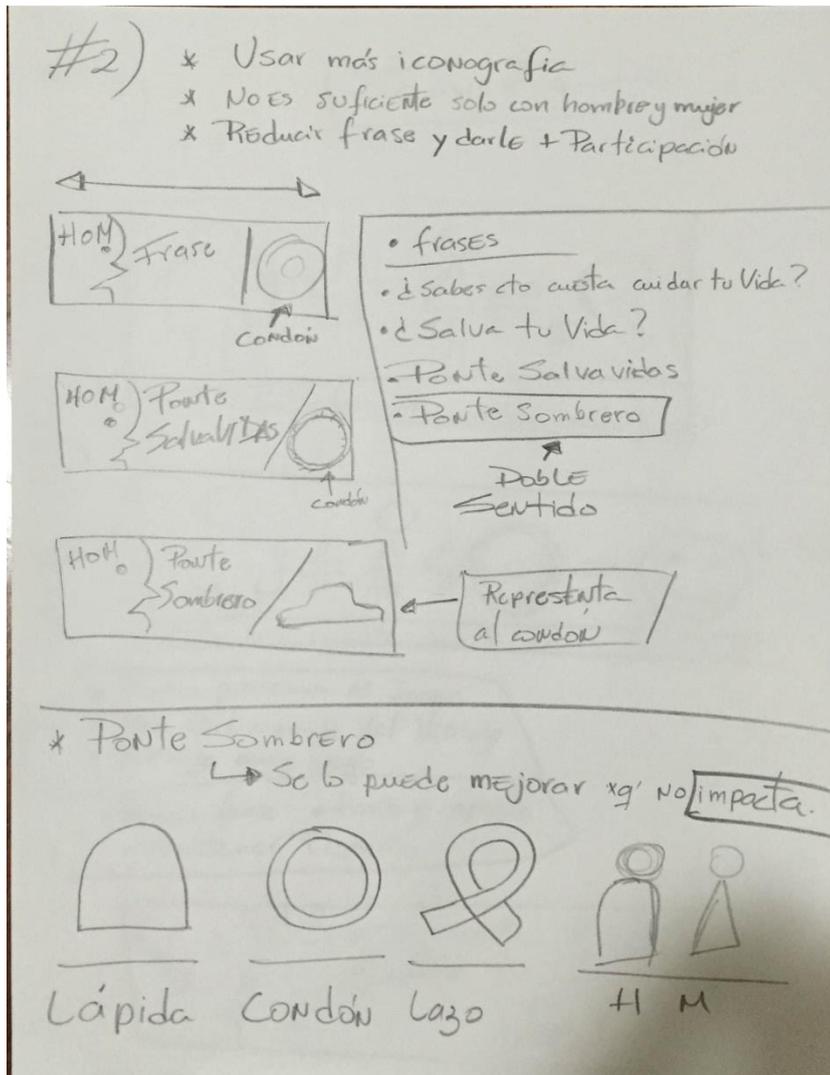


Figura 22. Boceto 2

Elaboración propia

3) Mejorar frase.

\* Usar pregunta que Impacte.

- ¿Porq' no te protejes? X
- ¿Porq' no usas forro? ✓
- ¿" " " sombrero? X
- ¿Qué tiro? — Muy —
- ¿Qué Mas? X
- ¿Qué fue? ✓ Normal
- ¿Qué trip? ✓ @
- ¿Qué + bro? ✓ y las mujeres?

Agregar Mensaje de Respaldo → Músicas o dichos típicos o populares ✓

|  |   |
|--|---|
| a) <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Uso de frase</li> <li>2) Uso de Iconografía</li> <li>3) Uso de frase de Respaldo</li> </ol> | <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">             ¿Qué trip?<br/>             Iconos<br/>             Frase de Respaldo           </div> |
| b) <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Usar Icono</li> <li>2) Usar frase</li> <li>3) Usar Respaldo</li> </ol>                      | <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;">             Iconos<br/>             ¿Qué trip?<br/>             Respaldo           </div>          |

Figura 23. Boceto 3

Elaboración propia

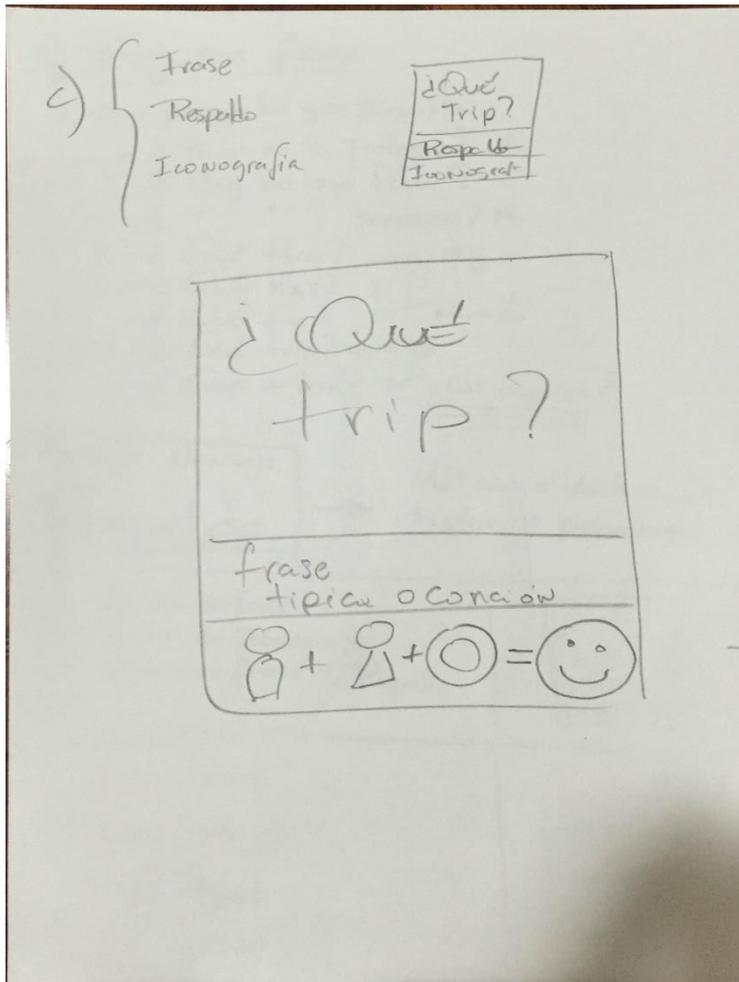


Figura 24. Boceto 4

Elaboración propia

Desarrollo de arte inicial



Figura 25. Desarrollo de arte inicial

Elaboración propia

## Desarrollo del identificador



Figura 26. Desarrollo del identificador

Elaboración propia

### 3.3 Evaluación de artes Iniciales

Para la evaluación de los artes iniciales se coordinó una reunión con Francisco Cano actual presidente de la Federación de Estudiantes de la UCSG, para que evalúe desde su punto de vista las opciones propuestas para la campaña y se realizó una pequeña encuesta a un pequeño grupo de estudiantes de la universidad.

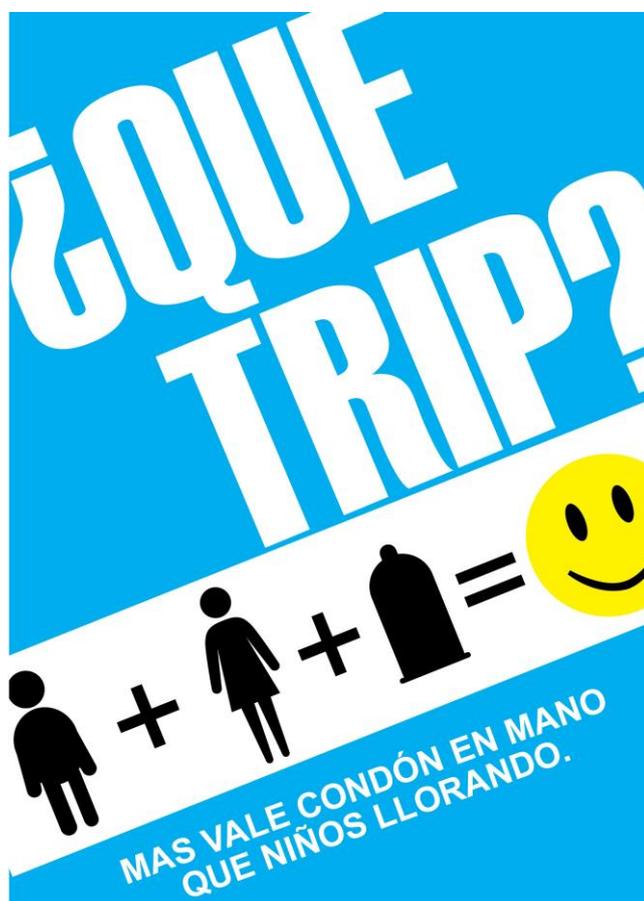


Figura 27. Opción 1

Elaboración propia

El comentario realizado para esta opción fue positivo debido a que Francisco Cano al ver este boceto percibió un mensaje sencillo y claro, pero

recomendó que el contenido del afiche sea vertical en su totalidad para que así se vea un trabajo más limpio y claro.



Figura 28. Opción 1

Elaboración propia

Esta opción obtuvo comentarios negativos debido a que el color lo hace ver demasiado serio y la colocación de la frase y de los iconos no mantiene un orden.



Figura 29. Opción 1

Elaboración propia

Esta opción fue de mayor agrado para el representante de la federación ya que lo catalogó como un trabajo, limpio, claro y sencillo; para lo que también recomendó realizar otra opción igual usando como fondo el color de la opción n° 1 y quitar el borde ruidoso del espacio blanco.

## Encuesta a estudiantes



Figura 30. Opciones

Elaboración propia

Opción 1: 4 votos.

Opción 2: 1 voto.

Opción 3: 7 votos.

### 3.4 Desarrollo de propuesta gráfica inicial

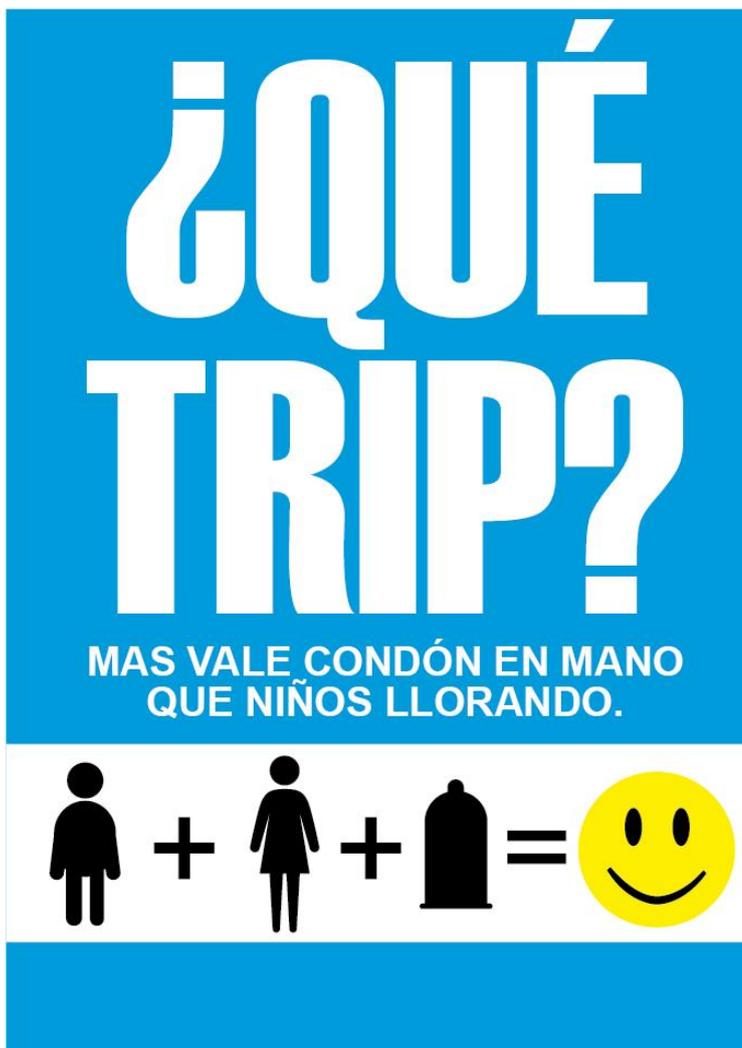


Figura 31. Propuesta gráfica inicial 1

Elaboración propia



Figura 32. Propuesta gráfica inicial 2

Elaboración propia

### 3.5 Desarrollo de línea gráfica definitiva.

- Fase de expectativa



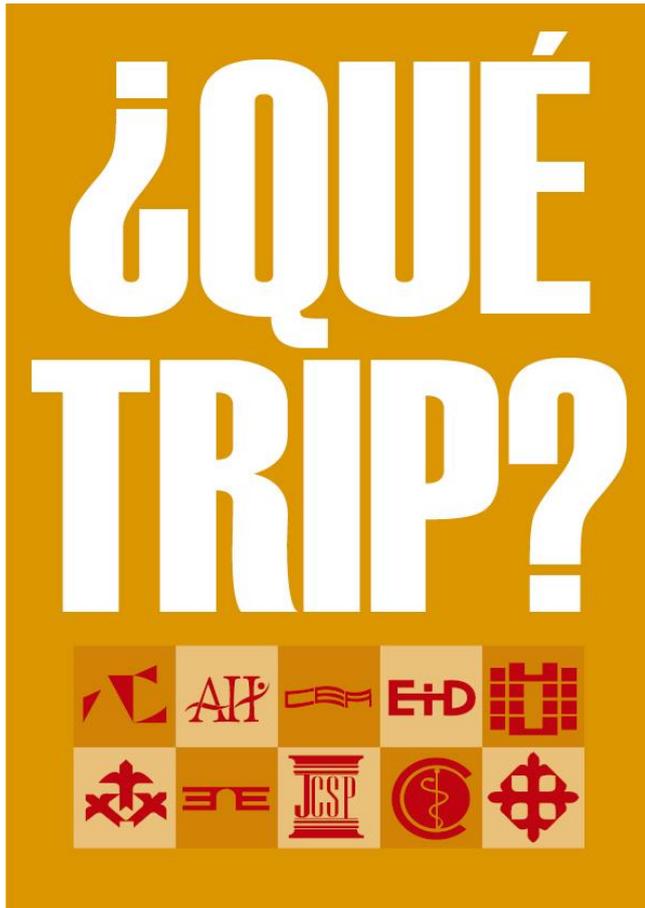
Figura 33. Valla Publicitaria, volante, afiche y roll up

Elaboración propia

Dimensión: 4 x 9 mts

Material: Lona.

Ubicación: Campus UCSG.



*Figura 34.* Volante publicitario 1

Elaboración propia

Dimensión: 14,85 x 21 cm

Material: Papel couché.

Ubicación: Campus UCSG.

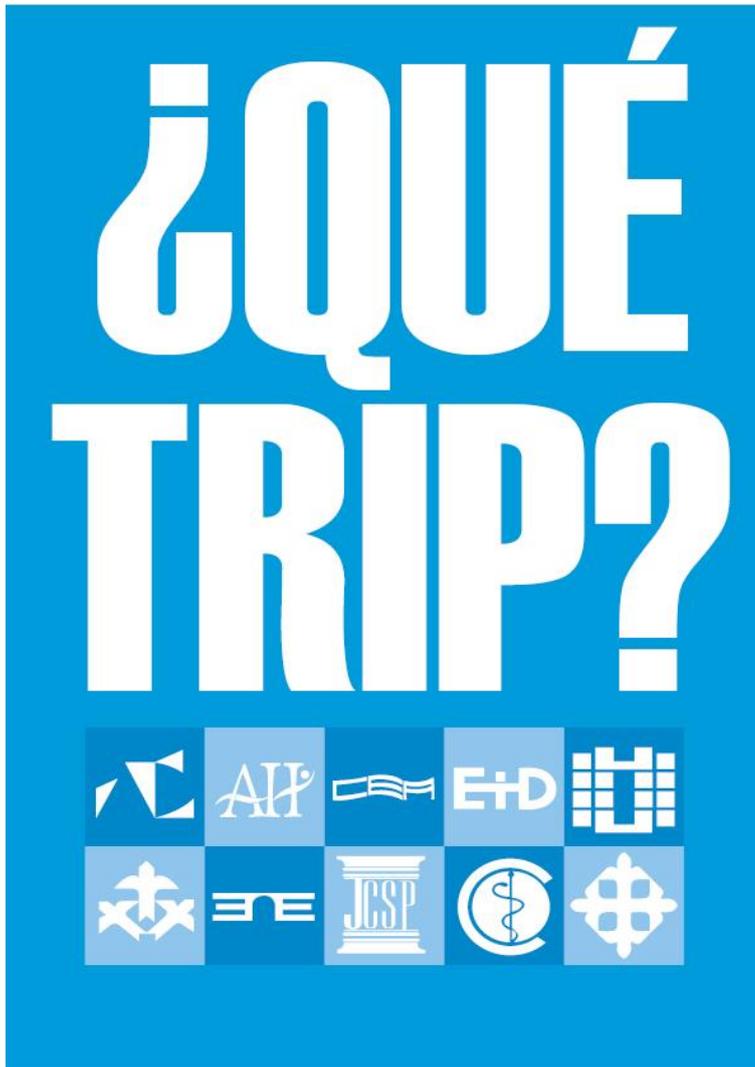


Figura 35. Volante publicitario 2

Elaboración propia

Dimensión: 14,85 x 21 cm

Material: Papel couché.

Ubicación: Campus UCSG.



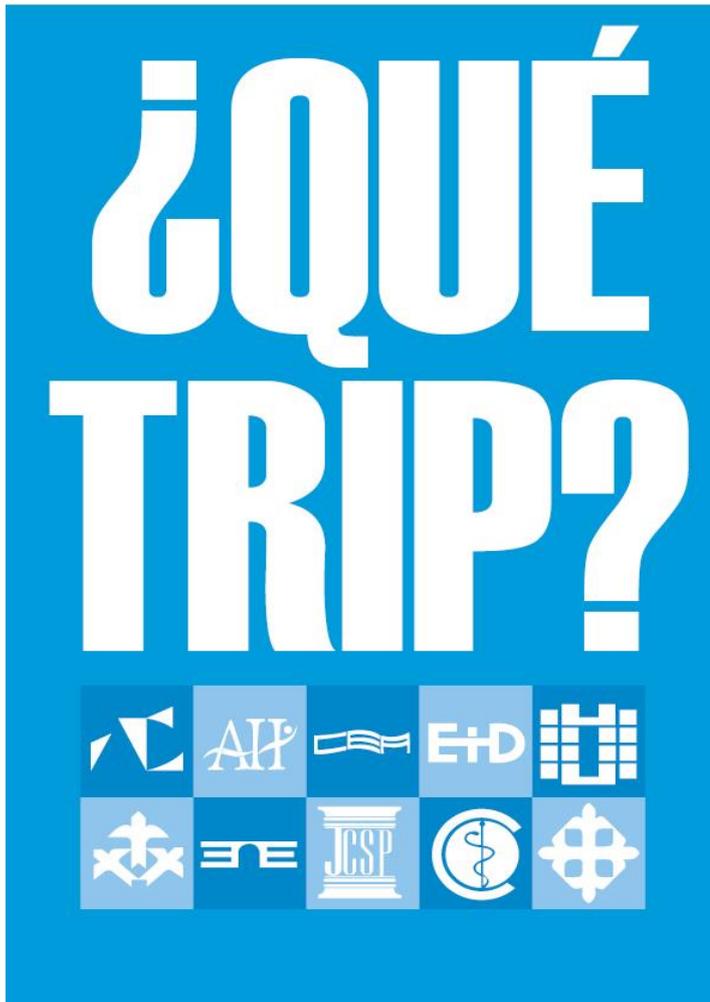
Figura 36. Afiche publicitario 1

Elaboración propia

Dimensión: 42 x 29.7 cm

Material: Cartulina couché.

Ubicación: Campus UCSG.



*Figura 37. Afiche publicitario 2*

Elaboración propia

Dimensión: 42 x 29.7 cm

Material: Cartulina couché.

Ubicación: Campus UCSG.

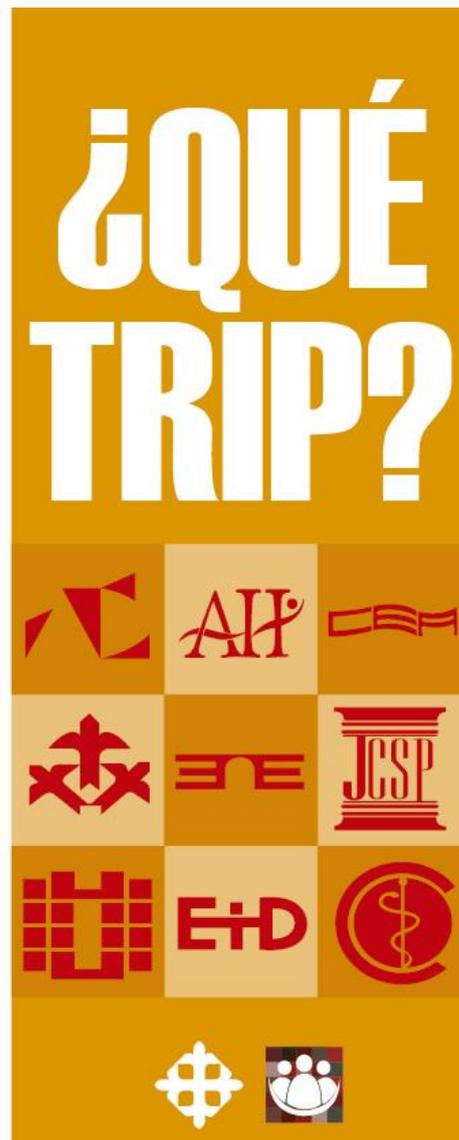
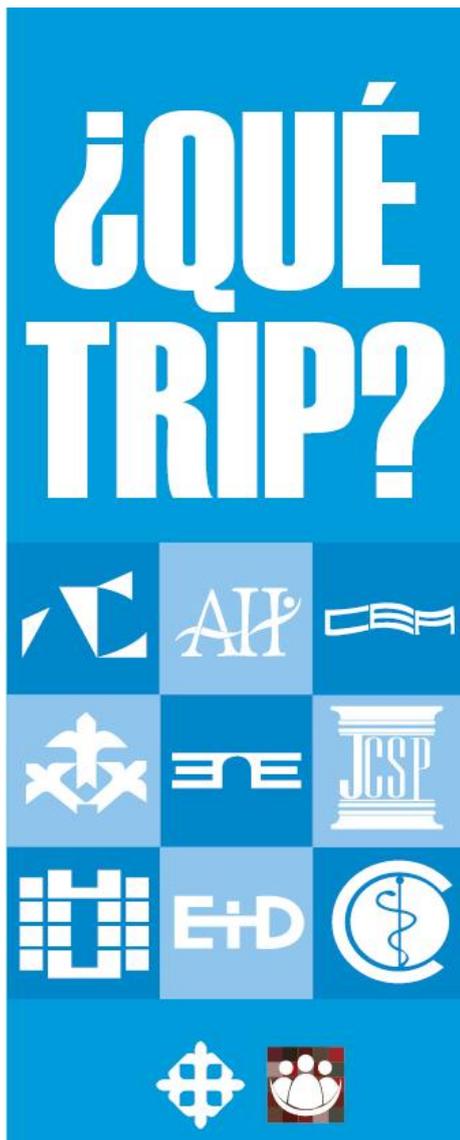


Figura 38. Roll up publicitario

Elaboración propia

- Fase de Desarrollo



Figura 39. Propuesta gráfica inicial 1

Elaboración propia



Figura 40. Propuesta gráfica inicial 2

Elaboración propia

Dimensión: 2 mts x 80 cm

Material: Lona.

Ubicación: Campus UCSG.

### 3.6 Arte final de las piezas gráficas



Figura 41. Afiches, volantes, roll ups y valla Facultad De Ciencias Médicas

Elaboración propia

Dimensión: 42 x 29.7 cm

Material: Cartulina couché.

Ubicación: FACULTAD DE CIENCIAS MÉDICAS

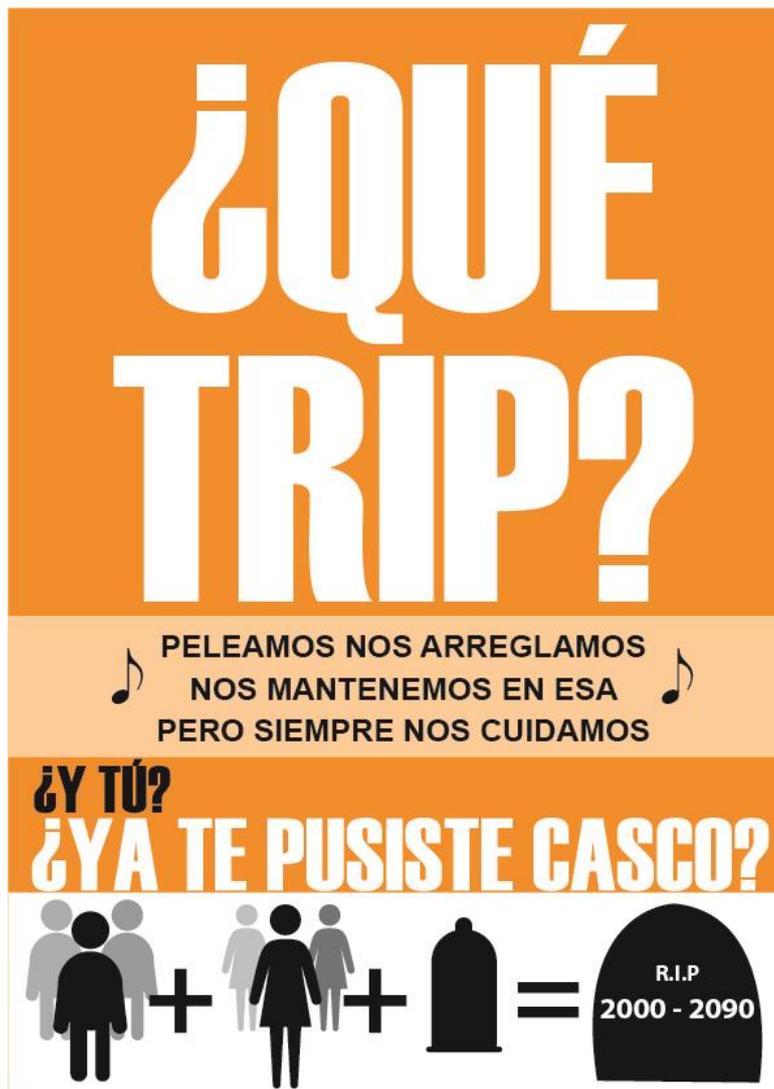


Figura 42. Afiches, volantes, roll ups y valla Facultad De Arquitectura

Elaboración propia

Dimensión: 42 x 29.7 cm

Material: Cartulina couché.

Ubicación: FACULTAD DE ARQUITECTURA

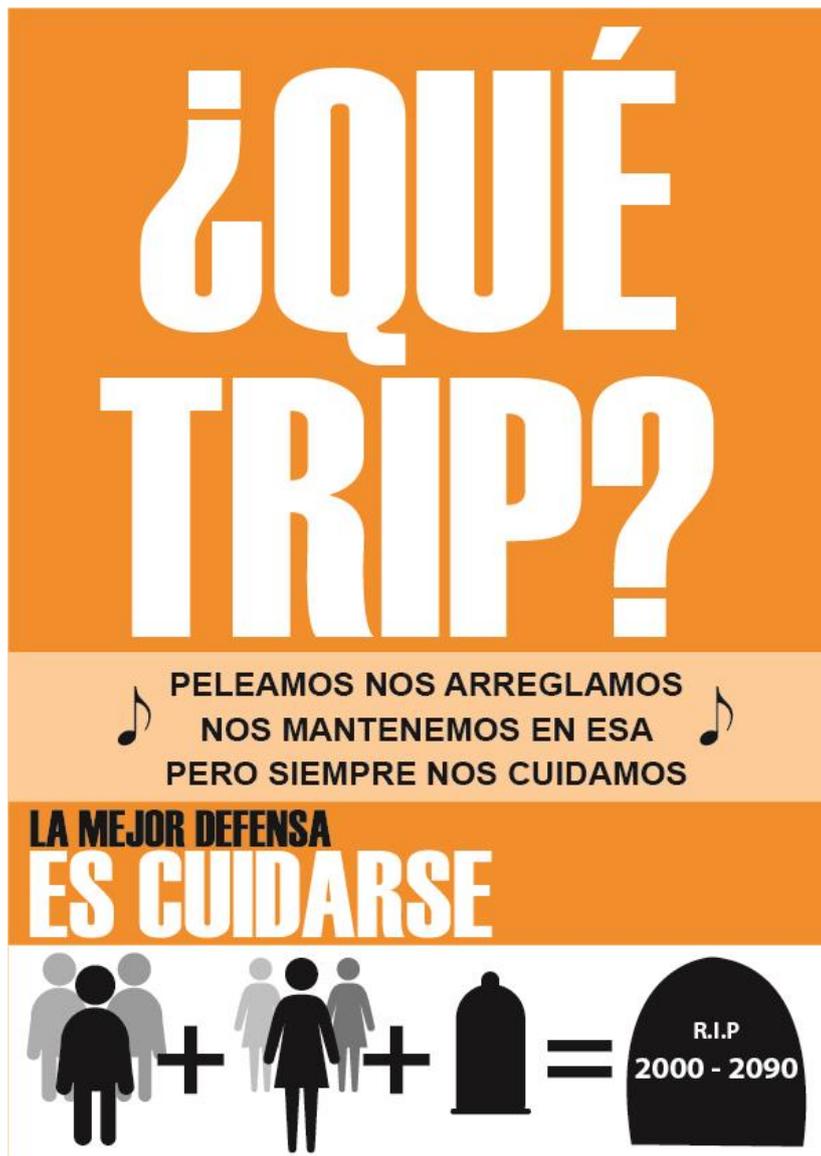


Figura 43. Afiches, volantes, roll ups y valla Facultad De Leyes

Elaboración propia

Dimensión: 42 x 29.7 cm

Material: Cartulina couché.

Ubicación: FACULTAD DE LEYES



Figura 44. Afiches, volantes, roll ups y valla Facultad De Economía

Elaboración propia

Dimensión: 42 x 29.7 cm

Material: Cartulina couché.

Ubicación: FACULTAD DE ECONOMIA

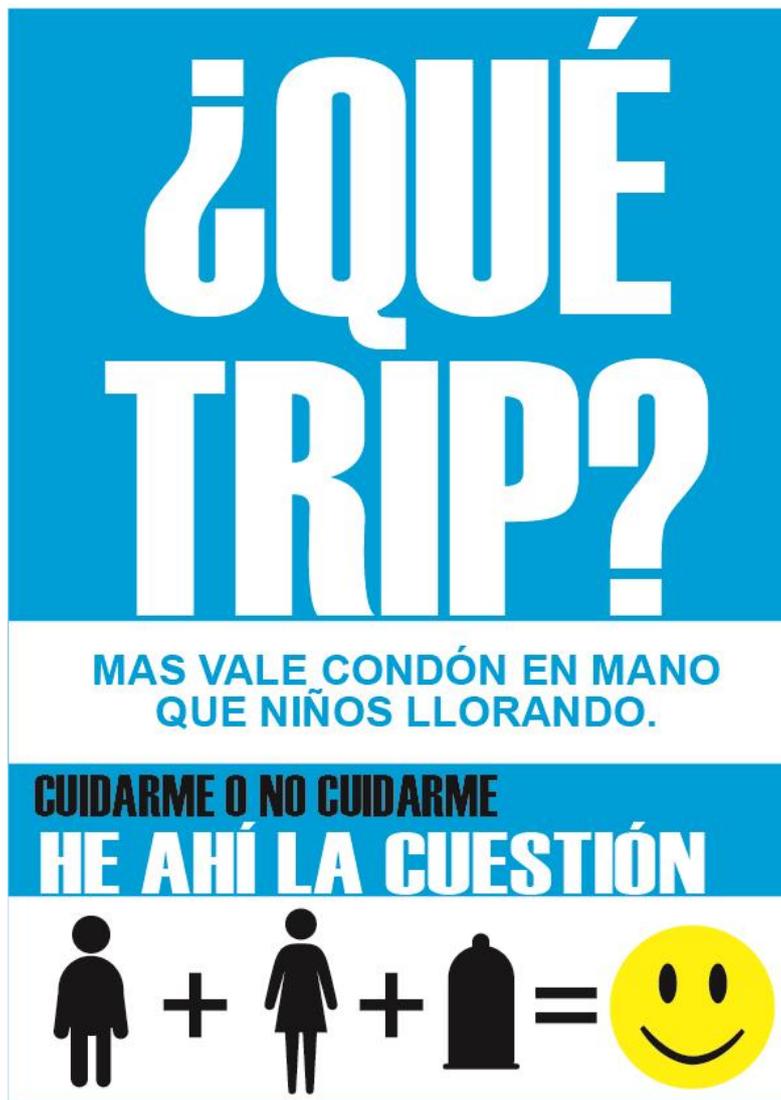


Figura 45. Afiches, volantes, roll ups y valla Facultad De Filosofía

Elaboración propia

Dimensión: 42 x 29.7 cm

Material: Cartulina couché.

Ubicación: FACULTAD DE FILOSOFIA

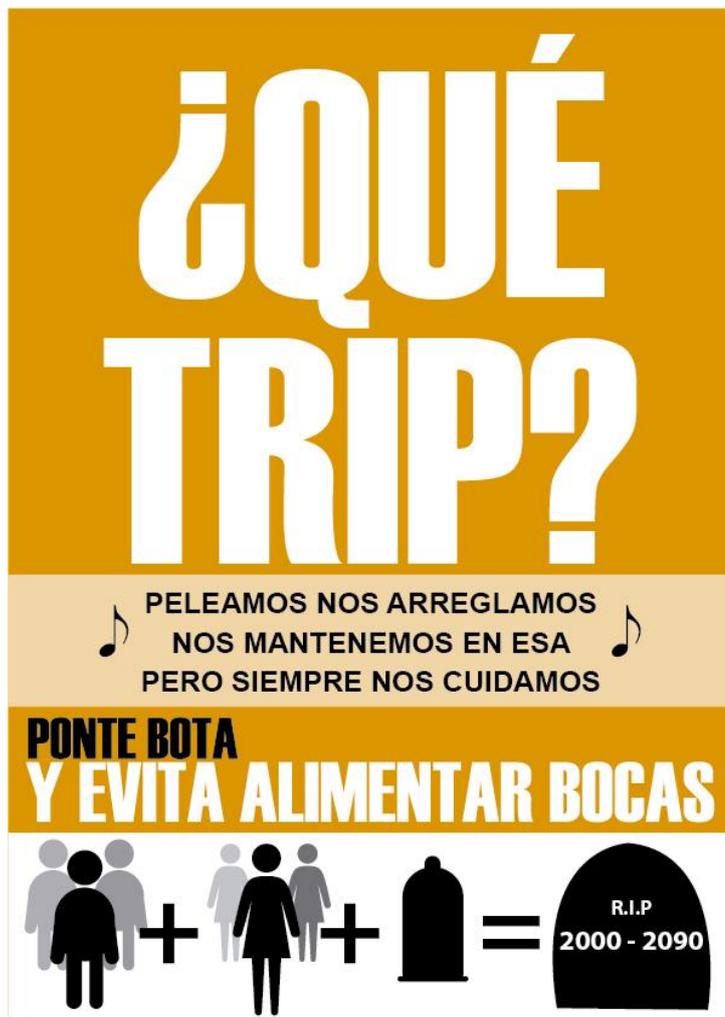


Figura 46. Afiches, volantes, roll ups y valla Facultad De Ingeniería

Elaboración propia

Dimensión: 42 x 29.7 cm

Material: Cartulina couché.

Ubicación: FACULTAD DE INGENIERIA

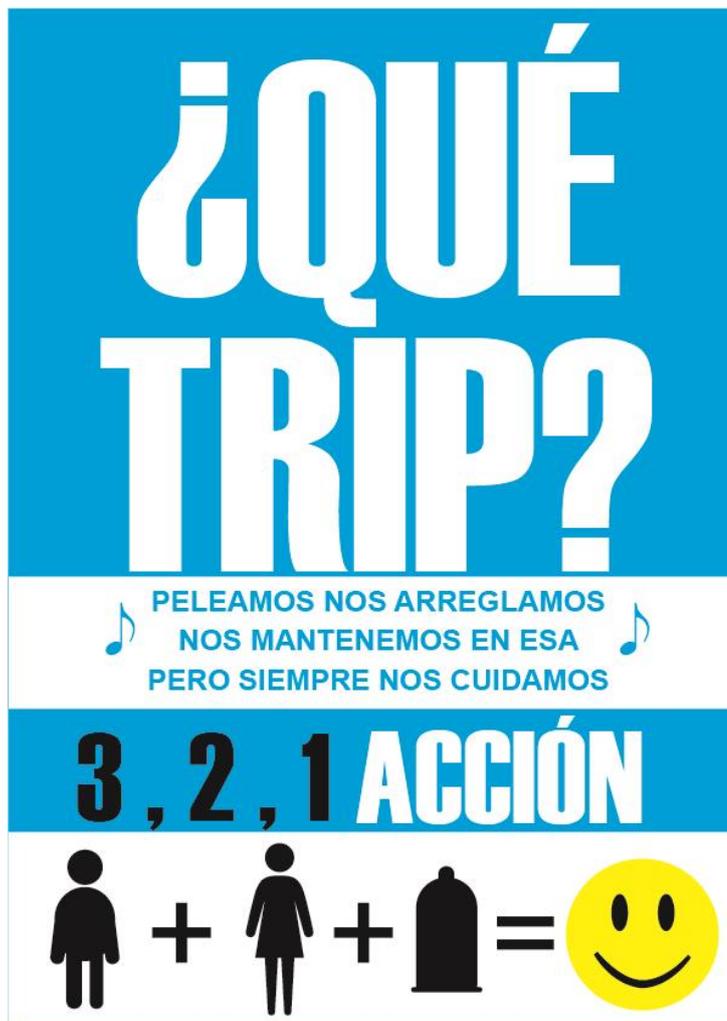


Figura 47. Afiches, volantes, roll ups y valla Facultad De Artes y Humanidades

Elaboración propia

Dimensión: 42 x 29.7 cm

Material: Cartulina couché.

Ubicación: FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

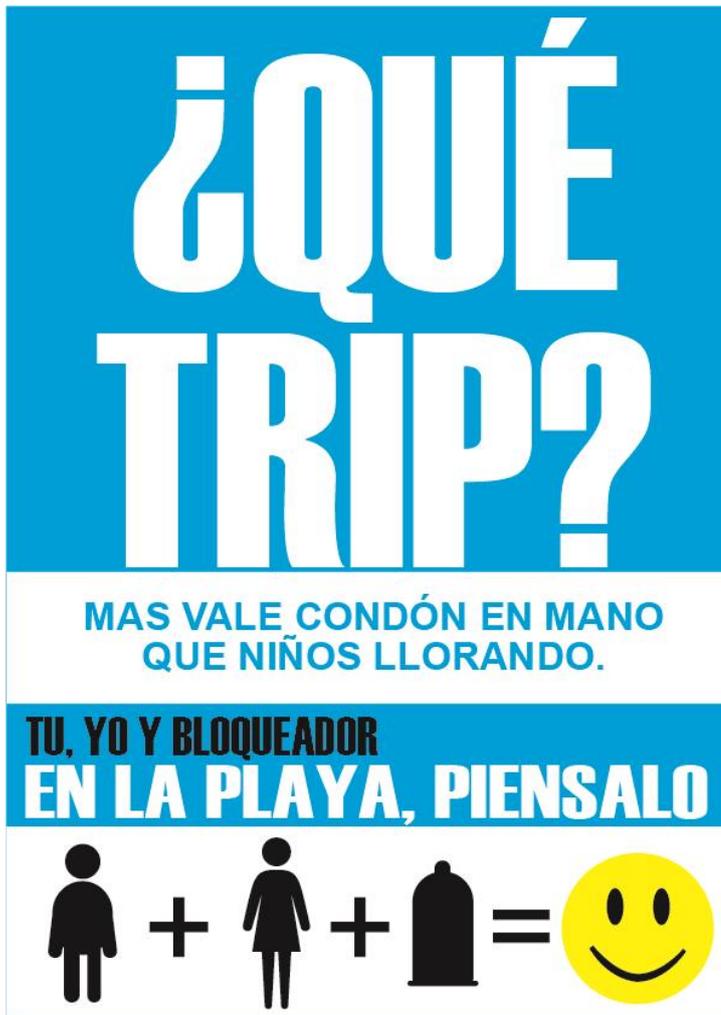


Figura 48. Afiches, volantes, roll ups y valla Facultad De Administración

Elaboración propia

Dimensión: 42 x 29.7 cm

Material: Cartulina couché.

Ubicación: FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN



Figura 49. Afiches, volantes, roll ups y valla Facultad De Empresariales

Elaboración propia

Dimensión: 42 x 29.7 cm

Material: Cartulina couché.

Ubicación: FACULTAD DE EMPRESARIALES



Figura 50. Roll up Facultad De Ciencias Médicas

Elaboración propia

Dimensión: 2 mts x 80 cm

Material: Lona.

Ubicación: FACULTAD DE CIENCIAS MÉDICAS



Figura 51. Roll up Facultad De Arquitectura

Elaboración propia

Dimensión: 2 mts x 80 cm

Material: Lona.

Ubicación: FACULTAD DE ARQUITECTURA

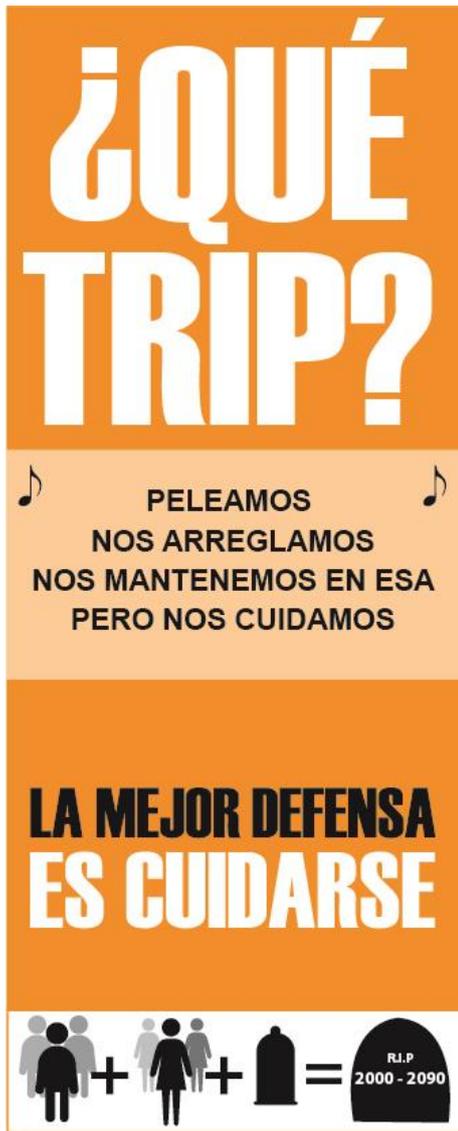


Figura 52. Roll up Facultad De Leyes

Elaboración propia

Dimensión: 2 mts x 80 cm

Material: Lona.

Ubicación: FACULTAD DE LEYES



Figura 53. Roll up Facultad De Economía

Elaboración propia

Dimensión: 2 mts x 80 cm

Material: Lona.

Ubicación: FACULTAD DE ECONOMÍA

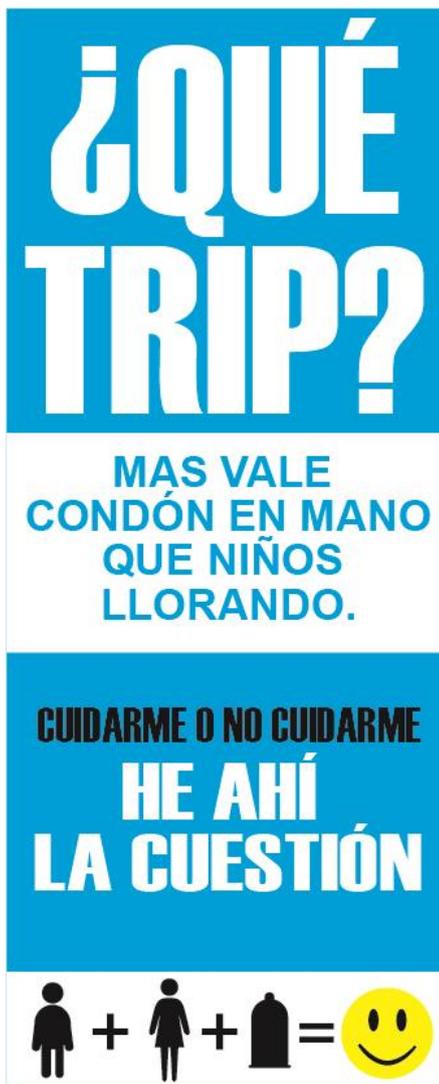


Figura 54. Roll up Facultad De Filosofía

Elaboración propia

Dimensión: 2 mts x 80 cm

Material: Lona.

Ubicación: FACULTAD DE FILOSOFIA

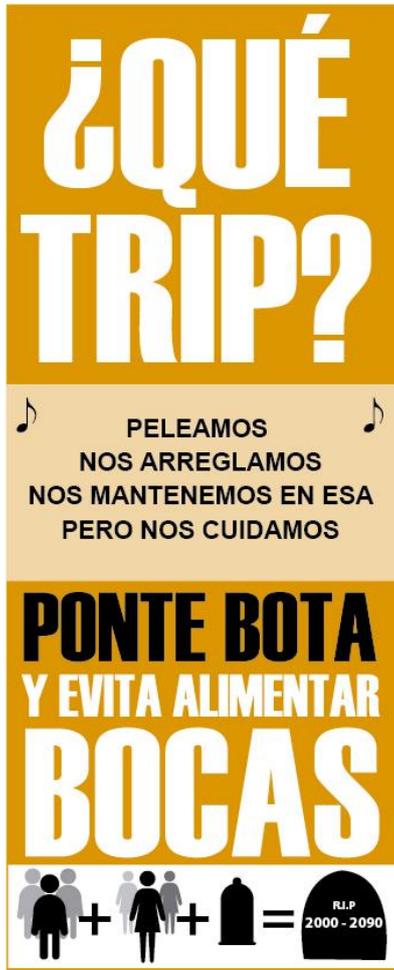


Figura 55. Roll up Facultad De Ingeniería

Elaboración propia

Dimensión: 2 mts x 80 cm

Material: Lona.

Ubicación: FACULTAD DE INGENIERIA

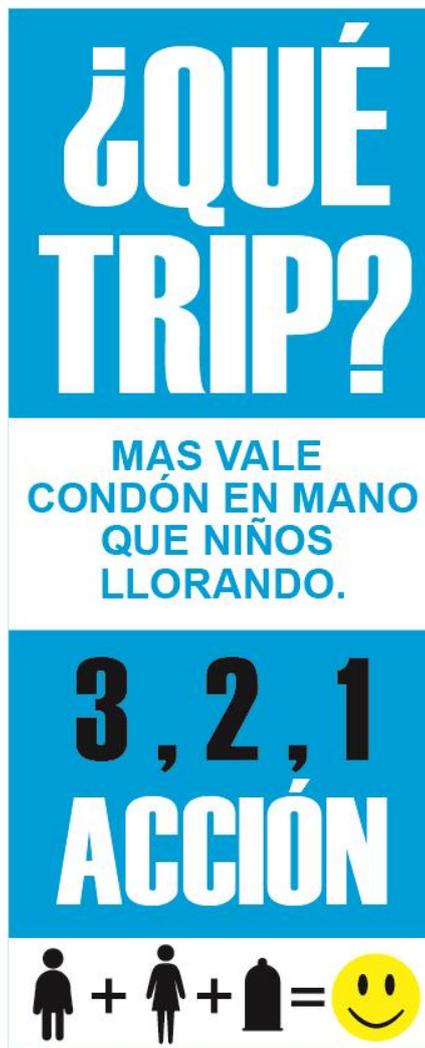


Figura 56. Roll up Facultad De Artes y Humanidades

Elaboración propia

Dimensión: 2 mts x 80 cm

Material: Lona.

Ubicación: FACUTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

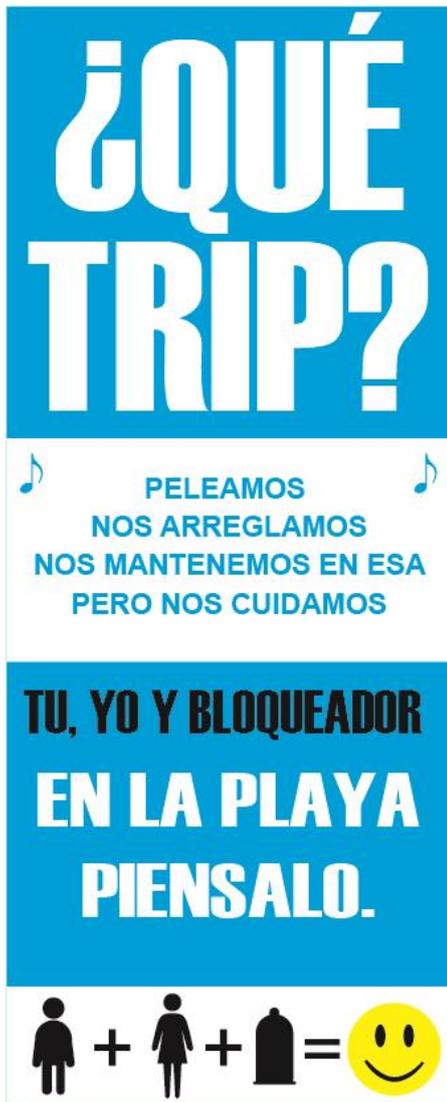


Figura 57. Roll up Facultad De Administración

Elaboración propia

Dimensión: 2 mts x 80 cm

Material: Lona.

Ubicación: FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN



Figura 58. Roll up Facultad De Empresariales

Elaboración propia

Dimensión: 2 mts x 80 cm

Material: Lona.

Ubicación: FACULTAD DE EMPRESARIALES.



*Figura 59. Material POP Camisetas*

Elaboración propia

Elemento: Camiseta tipo Jersey

Material: Algodón

Entrega: Dentro de la Novatada y del Campus.



Figura 60. Floor graphics

Elaboración propia

Dimensión: 40 x 45 cm; 25x45 cm

Material: Vinil blanco cubierto por vinil Mate

Ubicación: Campus de la Universidad.



Figura 61. Llaveros

Elaboración propia

Dimensión: 6 x 3 cm

Material: Acrilico de color negro.

Entrega: Dentro de la Novatada y del campus.



Figura 62. Package

Elaboración propia

Dimensión: 7x7 cm

Material: Cartulina Couche..

Entrega: Dentro de la Novatada.



*Figura 63. Jarro*

Elaboración propia

### 3.7 Implementación y verificación de las piezas gráficas

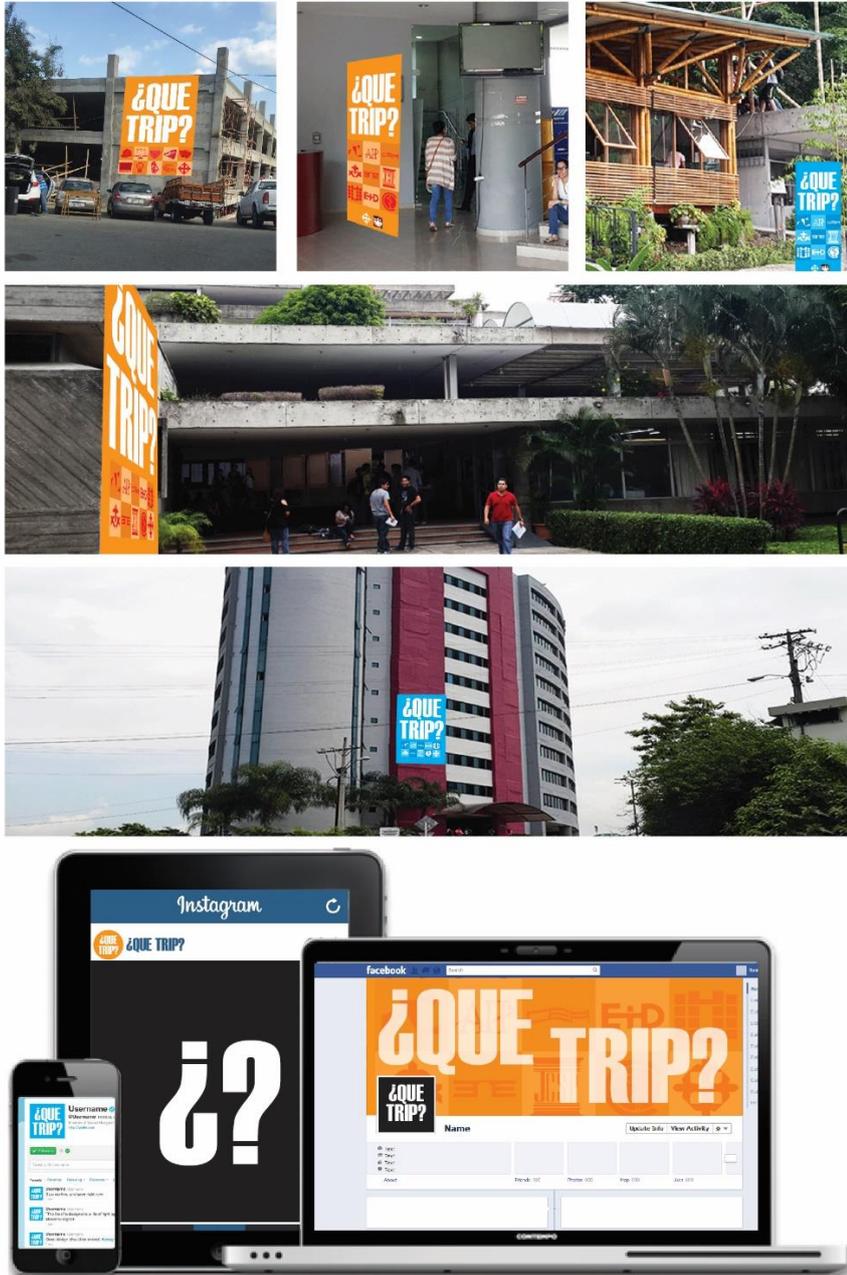


Figura 64. Montajes

Elaboración propia



*Figura 65. Montajes fase de desarrollo*

Elaboración propia



Figura 66. Montaje en redes sociales

Elaboración propia



Figura 67. Packing del condón

Elaboración propia

Dimensión: 6x6 cm

Material: Cartulina Couche..

Entrega: Dentro de la Novatada.

### 3.8. Producto final

En el brief se evidencian los elementos que direccionan la creación de la campaña resumiendo los elementos más relevantes como explican Álvarez (2012).

Tabla 4. Brief de campaña

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Campaña:</b>                   | ¿QUÉ TRIP?   |
| <b>Cliente:</b>                   | Federación de estudiantes de la UCSG.  |
| <b>Posicionamiento:</b>           | La FEUC-G representa a todos los estudiantes de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, buscando su desarrollo e integración a través de la orientación y dirección de actividades científicas, técnicas, culturales, académicas y las demás que se enmarquen dentro de las laborales de servicio a la comunidad o a favor de la sociedad ecuatoriana y sus universidades. |
| <b>Concepto de la campaña:</b>    | Concienciar a los estudiantes de la UCSG a que sean sexualmente responsables y hagan uso del preservativo para evitar ETS y embarazos no deseados.   |
| <b>Objetivos de Comunicación:</b> | Utilizar información con el que se familiaricen los adolescentes para que tengan una mejor comprensión del mensaje.<br>Concienciar a los estudiantes de la UCSG que tomen las precauciones necesarias al momento de tener relaciones sexuales.   |
| <b>Público Objetivo:</b>          | Estudiantes jóvenes de la UCSG.  |

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Medios:</b>               | Exteriores (vallas), impresos (Volantes, afiches, floor graphic), redes sociales, POP, BTL.   |
| <b>Tono:</b>                 | Informal, para causar mayor impacto en los estudiantes.                                       |
| <b>Fecha de lanzamiento:</b> | Novatada de la UCSG.  |
| <b>Duración:</b>             | Fase de expectativa: 3 semanas<br>Fase de desarrollo: 2 meses<br>Fase de evaluación: 1 semana |

Elaboración propia.

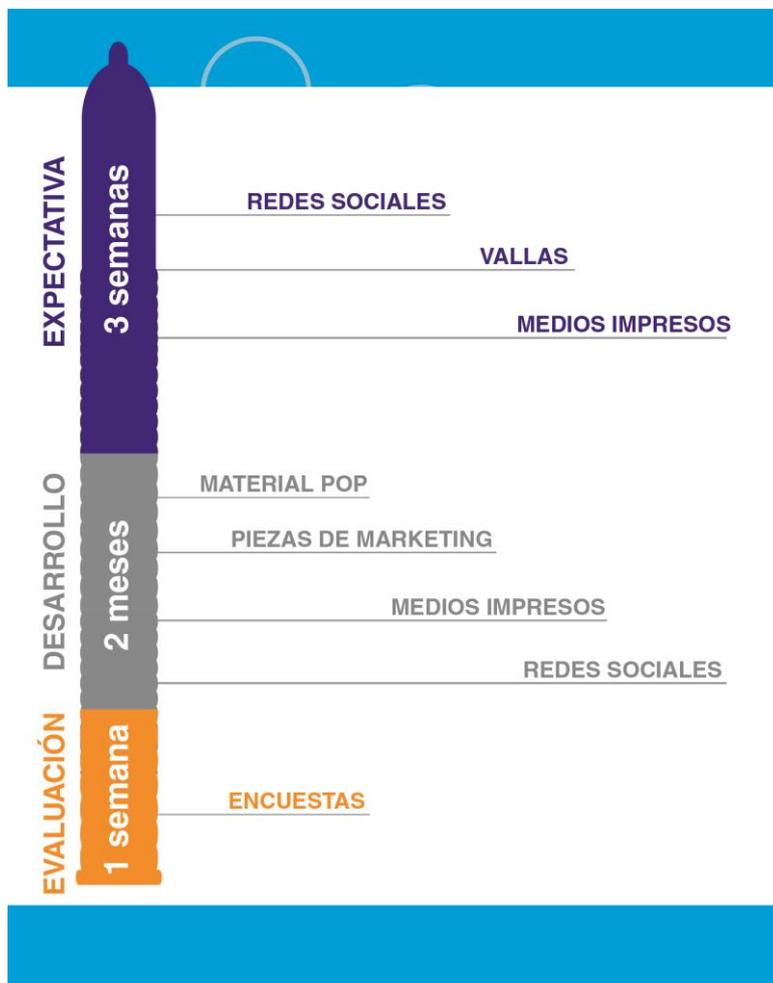


Figura 68. Desarrollo de campaña

Elaboración propia

- **Fase de expectativa**

Esta fase se caracteriza por el uso de la frase que generará curiosidad en los jóvenes por conocer de qué se trata la campaña lo que será divulgado por medio de redes sociales: Facebook y Twitter. Además, se ubican afiches, roll ups, volantes y vallas.

Las piezas gráficas serán colocadas en cada una de las facultades en donde los estudiantes frecuenten la mayor parte de su tiempo, y volantes en toda la Universidad en las áreas donde frecuentan los estudiantes.

- **Fase de desarrollo**

Para dar a conocer la campaña se realiza un evento de lanzamiento con la ayuda de la Federación de estudiantes, este consiste en celebrar el ingreso de los novatos a la UCSG, en el que no solo asisten los nuevos sino también los estudiantes que tienen más tiempo dentro de la institución. Se aprovechará de esta fiesta para repartirles a los estudiantes pequeñas cajas diseñadas troqueladas que contienen un preservativo, la caja contiene de un lado la frase de la campaña y en el reverso la explicación de la misma, también se entregaran camisetas con el tema de la campaña, mientras que en el campus de la UCSG se colocarán los afiches y demás piezas gráficas junto a la repartición de los materiales pop con el mensaje que de respaldo a nuestra campaña.

- **Fase de evaluación**

Al completar la fase de desarrollo de la campaña, es necesario evaluarla y medir sus resultados lo que se dan a conocer por medio de una encuesta formada por 5 preguntas cerradas.

## **4 Conclusiones y recomendaciones**

### **Conclusiones**

Para el desarrollo del presente trabajo se requirió al análisis de las encuestas realizadas para de esa manera saber el nivel de conocimiento de los estudiantes de las ETS y mediante sus respuestas poder ver de qué manera se puede llegar mejor a ellos para que así la campaña sea de mayor factibilidad.

El diseño de la campaña se obtuvo a través de un proceso investigativo. La marca engloba la manera de cómo se comunican los jóvenes entre sí, y los medios de comunicación para poder llegar a ellos con facilidad.

### **Recomendación**

Al presidente de la Federación de Estudiantes:

Se haga uso de la campaña para cuidar el bienestar de los estudiantes y de nuestra sociedad para así poder combatir este gran problema como las ETS que a diario afectan a muchas personas entre ellos los adolescentes.

Brindar a los estudiantes exámenes gratuitos para poder detener o controlar a tiempo cualquier tipo de enfermedad en caso de que estén contagiados.

Brindar ayuda psicológica a los estudiantes para poder superar traumas causados en base a su enfermedad con la que tienen que lidiar a diario.

Los mensajes se pueden modificar mediante avance el tiempo, para que de esa manera los jóvenes se puedan identificar mejor.

## 5 Bibliografía

- ABC.es. (29 de Septiembre de 2012). *Las españolas prefieren el preservativo*. Recuperado de <http://www.abc.es/20120929/sociedad/abci-espanolas-prefieren-preservativo-201209281922.html>
- Acuña, L. (6 de Diciembre de 2011). *Las dimensiones fundamentales de la sexualidad humana*. Recuperado de <https://filosofiadela vida.wordpress.com/2011/12/06/las-dimensiones-fundamentales-de-la-sexualidad-humana/>
- Alapi, F. (s.f). *Pinterest*. Recuperado de <https://www.pinterest.com/pin/359021401514318296/>
- Alfonso, M. (2008). *APROXIMACIONES A LA POLÉMICA ENTRE LO CUANTITATIVO Y LO CUALITATIVO EN LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA*. Recuperado de CEO: [http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/view File/6554/6004](http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/view/File/6554/6004)
- Amat, M. S. (2014). *EL CÓDIGO DE LO PERMITIDO EN LOS SOPORTES AUDIOVISUALES TRADICIONALES Y LAS NUEVAS TECNOLOGIAS DIGITALES DE LA COMUNICACIÓN*. Recuperado de eumed.net Enciclopedia Virtual: [http://www.eumed.net/libros-gratis/2011d/1022/medios\\_masivos.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2011d/1022/medios_masivos.html)

- Amaya, R., Nieva, J., Sanchez, A., & Toconas, M. (2005). *Mitos y Tabues sobre la Sexualidad*. Recuperado de Educación Sexual:  
<http://www.educacionsexual.com.ar/biblioteca-online/mitos-y-tabues-sobre-la-sexualidad>
- Amfar. (2010). *Young People and HIV/AIDS*. Recuperado de Amfar Making aids History: <http://www.amfar.org/about-hiv-and-aids/young-people-and-hiv/young-people-and-hiv-aids/>.
- Baeza, A. (26 de Marzo de 2013). *Diario La Tercera*. Obtenido de Embarazo adolescente: 3,7% de las jóvenes entre 13 y 19 años es madre o espera un hijo: Recuperado  
<http://www.latercera.com/noticia/nacional/2013/03/680-515578-9-embarazo-adolescente-37-de-las-jovenes-entre-13-y-19-anos-es-madre-o-espera-un.shtml>
- Balcázar, M. (27 de Febrero de 2012). *10 reglas para hacer diseño editorial*. Recuperado de <http://foroalfa.org/articulos/10-reglas-para-hacer-diseno-editorial>
- Bazán, U. (2014). *Ética para todos*.
- Brandt, A. (1985). *No Magic Bullet: A Social History of Venereal Disease in the United States Since 1880*. New York: Oxford University Press.

Bueberry. (22 de Octubre de 2013). *TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN*

*VISUAL*. Recuperado de

<http://blueberrygm.blogspot.com/2013/10/tecnicas-de-comunicacion-visual-las.html>

Campos, A. (2015). *De las tripas al látex: la evolución del condón*.

Recuperado de <http://culturacolectiva.com/de-las-tripas-al-latex-la-evolucion-del-condon/>

Chesler, E. (1992). *Woman of Valor: Margaret Sanger and the Birth Control*

*Movement in America*. New York: Simon and Schuster.

D.O.GROUP. (2015). *Estudios Cuantitativos*. Obtenido de Metodologías de

Sesiones de Grupo y Entrevistas en Profundidad: Recuperado de

[http://www.domarketing.info/sesion\\_grupo.html](http://www.domarketing.info/sesion_grupo.html)

Dommeier, C., Marquard, J., Gibson, J., & Taylor, R. (Noviembre de 1989).

*The effectiveness of an AIDS education campaign on a college*

*campus*. Recuperado de Journal of American college health:

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/2808963>

EL UNIVERSO. (14 de Octubre de 2008). *Jóvenes quieren hablar de*

*Sexualidad Abiertamente*. Recuperado de Sitio Web de EL

UNIVERSO:

<http://www.eluniverso.com/2008/10/14/0001/18/EFD54BAD890D43E392022F6E6EF8AA95.html>

ENSANUT. (2012). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición- ENSANUT 2012*. Quito: INEC.

Explorable.com. (17 de Mayo de 2009). *Muestreo no Probabilístico*.

Recuperado de <https://explorable.com/es/muestreo-no-probabilistico>

Fundación VIHDA. (22 de Mayo de 2014). *Casos 2011*. Recuperado de sitio

Web de Fundación VIHDA :

[http://www.vihda.org.ec/index.php?option=com\\_content&view=article  
&id=153:casos-2011&catid=84&Itemid=620](http://www.vihda.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=153:casos-2011&catid=84&Itemid=620)

Gallegos, L. (5 de Marzo de 2009). *2 comerciales sucios y 1 cortometraje*

*también sucio*. Recuperado de

<https://luisldg.wordpress.com/tag/condones/>

Giménez, S. (22 de Diciembre de 2011). *Signos y síntomas de las*

*enfermedades de transmisión sexual*. Recuperado de

<http://www.medicina21.com/Articulos-V1257->

[Signos\\_y\\_sintomas\\_de\\_las\\_enfermedades\\_de\\_transmision\\_sexual.ht  
ml](http://www.medicina21.com/Articulos-V1257-Signos_y_sintomas_de_las_enfermedades_de_transmision_sexual.html)

Grimes, D. (2000). History and Future of Contraception: Developments over

Time. *The Contraception Report*, 15-25.

- Halty, L. (2009). *La importancia de la Emoción en la toma de decisión*.  
Recuperado de Fes 21: [www.fes21.org/content/index.php/noticias-articulos/80-la-importancia-de-la-emocion-en-la-toma-de-decision](http://www.fes21.org/content/index.php/noticias-articulos/80-la-importancia-de-la-emocion-en-la-toma-de-decision)
- Himes, N. (1963). *Medical History of Contraception*. New York: Gamut Press Inc.
- Itten, J. (2012). *Arte del Color*. París: EDITORIAL BOURET 10.
- León Solorzano, J. (2014). *PERCEPCIÓN DE RIESGO DE VIH ASOCIADO A COMPORTAMIENTO SEXUAL EN ESTUDIANTES DEL PRIMER AÑO DE MEDICINA DE LA UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO de GUAYAQUIL [Trabajo de titulación]*. Obtenido de sitio web de La Universidad Católica de Santiago de Guayaquil:  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/2180/1/T-UCSG-PRE-MED-171.pdf>
- Liu, Y. (2015). *Una diseñadora resumió todos los prejuicios de género en 15 pictogramas*. Recuperado de <http://www.upsocl.com/diversidad/una-disenadora-resumio-todos-los-prejuicios-de-genero-en-15-pictogramas/>
- Maddaleno, M. (1995). *La salud del adolescente y del joven*. Washington: Organización Panamericana de la Salud.

Massarelli, V. (10 de 12 de 2010). *CIPER*. Recuperado de  
<http://ciperchile.cl/2010/12/10/campana-de-prevencion-del-vih-enfoques-y-creatividad/>

Merino, T. (2007). *Los Sesgos más Frecuentes*. Recuperado de EPI-CENTRO:  
<http://escuela.med.puc.cl/recursos/recepidem/insIntrod4.htm>

Ministerio de Salud de Costa Rica. (1997). *Enfermedades de transmisión sexual*. San José.

Ministerio de Salud Pública. (Noviembre de 2012). *Estrategia Nacional de VIH/Sida-ITS*. Quito, Pichincha, Ecuador: Subsecretaria Nacional de Vigilancia de la Salud Pública.

Ministerio de Salud Pública. (2013 йил 18-Mayo). *Ministerio de Salud y sociedad civil conmemoran a los fallecidos por VIH/SIDA*. Recuperado de Sitio Web del Ministerio de Salud Pública:  
<http://www.salud.gob.ec/tag/vamos-al-cero/>

Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (2014). *Estrategia Nacional de Salud Pública para VIH/Sida-ITS*. Recuperado de sitio web del Ministerio de SALUD Pública: <http://www.salud.gob.ec/programa-nacional-de-prevencion-y-control-de-vihsida-its/>

NIAIAD. (2001). *The National Institute of Allergy and Infectious Diseases*.

Recuperado de HIV/ AIDS: <http://www.niaid.nih.gov/factsheets/>

Organización Mundial de la Salud. (2006). *Defining sexual health Report of a technical consultation on sexual health*. Ginebra: OMS. Recuperado de <http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2006/pr34/es/>

Parisot, J. (1985). *Johnny Come Lately: A Short History of the Condom*.

Londres: The Journeyman Press Ltda.

Planned Parenthood. (2014). *Chancro*. Recuperado de

<http://www.plannedparenthood.org/esp/temas-de-salud/enfermedades-de-transmision-sexual/chancro>

Puentes, Y., Menéndez, E., & Concepción, Z. (Octubre de 2011). *LA*

*EDUCACIÓN SEXUAL EN LOS ADOLESCENTES*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/cccss/14/sqd.html>

Rubio, E. (1996). Visión Panorámica de la Sexualidad Humana. *Revista Latinoamericana de sexología*.

Solis, S. (2008). *ESTATUTO DE LA FEDERACION DE ESTUDIANTES UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL*.

Recuperado de <http://www2.ucsg.edu.ec/transparencia-de-la-informacion/201--55.html?path=>

Tapia, B. (2014). *Escudo*. Recuperado de

<https://www.behance.net/gallery/12290393/Escudo>

Tone, A. (2001). *Devices and Desires — A History of Contraceptives in America*. New York: Hill and Wang.

UK Essays. (Noviembre de 2013). *Viral Marketing Campaign Though Social Media Marketing Essay*. Recuperado de sitio Web de UK Essays:  
<http://www.ukessays.com/essays/marketing/viral-marketing-campaign-though-social-media-marketing-essay.php>

UNICEF. (2007). *Hechos sobre Adolescencia y Jóvenes en América Latina y el Caribe*. Recuperado de  
[http://www.unicef.org/lac/Fast\\_facts\\_SP\(1\).pdf](http://www.unicef.org/lac/Fast_facts_SP(1).pdf)

United Health Care. (2015). *Enfermedades de transmisión sexual*.

Recuperado de <https://www.uhclatino.com/content/lat-muhclati/uhc-latino/es/mantenerse-saludable/consejos-de-salud-al-instante/consejos-de-salud/enfermedades-de-transmision-sexual.html>

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. (2014). *La Universidad - Reseña Histórica*. Recuperado de sitio Web de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil: <http://www2.ucsg.edu.ec/la-universidad.html>

Valdiserri, R. (1988). Cum Hastis Sic Clypeatis: The Turbulent History of the Condom . *Bulletin of the New York Academy of Medicine*, 237.

Velázquez, S. (2011). *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*.

Recuperado de

[http://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI\\_Presentaciones/licenciatura\\_en\\_mercadotecnia/fundamentos\\_de\\_metodologia\\_investigacion/PRES44.pdf](http://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES44.pdf)

## 6 Anexos

Anexo #1: Cuestionario de la encuesta aplicada a estudiantes.

### Encuesta de Percepción sobre las ETS

Estimado estudiante, esta encuesta se realiza con el fin de medir su nivel de conocimiento sobre las Enfermedades de Transmisión Sexual (ETS) y las formas de prevenirlas. Toda la información proporcionada a través de la contestación de este cuestionario será confidencial, anónimo y solo utilizado para fines estadísticos según lo predispuesto en la Ley de Estadística del Ecuador según Decreto Supremo 323, Registro Oficial 82 de 7 de Mayo de 1976 de la República del Ecuador.

Carrera: \_\_\_\_\_

Facultad: Arquitectura y Diseño – Artes y Humanidades –  
Ciencias Económicas y Administrativas – Ciencias Medicas –  
Educación Técnica para el Desarrollo – Especialidades Empresariales –  
Filosofía – Ingeniería – Jurisprudencia y Ciencias Sociales.

Sexo:      Masculino \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_

Edad:      \_\_\_\_\_ años

1.- ¿Ha tenido alguna vez relaciones sexuales?

Sí                      No

2. - ¿Mantiene relaciones sexuales frecuentemente?

Sí                      No                       

Si la respuesta es "Sí", pase a la pregunta 3. Si la respuesta es "No", termine la encuesta.

3.- ¿Tiene una pareja estable con la que mantienes relaciones sexuales?

Sí                      No                       

4.- ¿Utiliza preservativos al momento del acto sexual?

Sí                      No                       

Si la respuesta es "Sí", pase a la pregunta 5. Si la respuesta es "No", pase a la pregunta 6.

5.- ¿Por qué razones Ud. Sí utiliza el preservativo? (Puede seleccionar más de una opción)

Evitar contagio de ETS \_\_\_\_                      Evitar embarazos no  
deseados\_\_\_\_                      Desconfianza de la pareja sexual\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_

Pase directamente a la pregunta 7 después de responder la pregunta 5.

6.- ¿Por qué razones Ud. NO utiliza el preservativo? (Puede seleccionar más de una opción)

Limita el placer sexual \_\_\_\_ No demuestra confianza en la  
 fidelidad de la pareja \_\_\_\_ Desafío el ego \_\_\_\_ Están asociados a  
 enfermedades sexuales \_\_\_\_ Otros \_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

7.- ¿Tiene conocimiento sobre el riesgo de no utilizar preservativo?

Sí No

8.-¿Cuál es su nivel de conocimiento sobre las siguientes enfermedades de transmisión sexual? (señale con una X en cada enfermedad):

| Enfermedad | Desconocimiento total | Poco conocimiento | Mediano conocimiento | Alto conocimiento |
|------------|-----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|
| VIH / SIDA |                       |                   |                      |                   |
| Herpes     |                       |                   |                      |                   |
| Sífilis    |                       |                   |                      |                   |
| Clamidia   |                       |                   |                      |                   |
| Gonorrea   |                       |                   |                      |                   |

9.- ¿Cree que sea necesario que la universidad realice campañas de concienciación sobre las Enfermedades de Transmisión Sexual (incluyendo el VIH/SIDA)?

Sí                      No                                           

10. ¿Qué medios consideraría convenientes para difundir una campaña de concienciación sobre las Enfermedades de Transmisión Sexual (incluyendo el VIH/SIDA)? (Puede seleccionar más de una opción)

Redes Sociales \_\_\_\_                      Radio \_\_\_\_

Televisión \_\_\_\_

Medios impresos (periódicos, revistas, boletines, afiches, vallas, etc. )

\_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

Gracias por su participación en esta encuesta!

## **Anexo #2: Grupo Focal aplicado a estudiantes.**

### **1) ¿Has mantenido relaciones sexuales?**

A esta pregunta los 6 adolescentes respondieron que ya han mantenido relaciones sexuales.

### **2) ¿Qué método de protección utilizas al momento de realizar el acto sexual?**

De los 6 adolescentes los tres de sexo masculino respondieron que al momento de mantener relaciones sexuales ellos utilizan el preservativo como método de protección para prevenir embarazos e infecciones sexuales o enfermedades de transmisión sexual a esta respuesta se unió una cuarta persona que pertenece al sexo femenino.

Las otras dos integrantes del grupo focal pertenecen al sexo femenino las que respondieron que ellas no usan preservativos debido a que limita el placer sexual y que solo se protegen poco.

Las otras dos integrantes del grupo focal pertenecen al sexo femenino las que respondieron que ellas no usan preservativos debido a que limita el placer sexual y que solo se protegen con inyecciones para evitar embarazos no deseados. Al mismo tiempo se les pregunto si con las personas que han mantenido relaciones sexuales al inicio intentaron protegerse a lo que ellas

respondieron que si pero que con pedir que no usen preservativos, estas accedieron a no usarlo y mantener la relación sexual.

### **3) ¿Confían plenamente en la fidelidad de su pareja?**

A esta pregunta los 6 adolescente respondieron que si confían en su totalidad en su pareja sexual por ello no creen necesario usar un preservativo.

**Anexo #3: Transcripción de la entrevista a Francisco Cano,  
presidente de la Federación de Estudiantes**

**1.- ¿Existe algún esfuerzo por parte de la federación estudiantil y de la facultad de medicina para contrarrestar el contagio de enfermedades de transmisión sexual entre los estudiantes de la UCSG?**

De parte de la Federación de Estudiantes dentro del departamento de bienestar e inclusión social, no existe aún un proyecto explícito para la elaboración de charlas informativas y de concientización acerca de la importancia del conocimiento acerca de la problemática de las enfermedades infecto contagiosas de transmisión sexual, para posterior a ello implementar cualquier acción de tipo correctiva o de remediación para contrarrestarlas, durante el próximo año 2015 se elaborara un convenio de cooperación con el área de Infectología de la Zona 8 del Ministerio de Salud Pública para que se nos provea de dispensadores de preservativos para las áreas de mayor afluencia humana en puntos clave de la Universidad.

**2.- ¿Qué medidas consideran necesarias para solucionar el problema?**

El problema debe enfocarse desde todas las perspectivas, humana, educativa, administrativa y económica y por ello debe haber la interacción y

complementariedad entre todas las dependencias que se involucran en el proceso, incluyendo estudiantes, administrativos y funcionarios de la UCSG.

**3.- ¿Qué recomendaciones podrían dar a los jóvenes que actualmente poseen una ETS?**

Desde el punto de vista médico la aceptación del problema como tal permite abarcarlo de forma integral si el paciente, en este caso el joven infectado acude de forma temprana al centro de salud o a cualquier otro servidor de salud capacitado, beneficiando la eficacia del tratamiento y disminuyendo considerablemente la tasa de contagio o de exposiciones de riesgo de la comunidad circundante.

Por ello, recomiendo:

- a. La evasión de un examen de tamizaje no evita la enfermedad.
- b. Entre más pronto te diagnostiquen, proteges más tu calidad de vida y a tus seres queridos que te rodean.
- c. Una enfermedad bien tratada y a tiempo, garantiza la remisión completa de la enfermedad.

**4.- ¿Cómo sería la aplicación de una campaña de concienciación sobre las ETS en la institución por parte de sus autoridades? ¿Sería permanente o solo ocasional y a través de qué medios y qué departamento la gestionaría?**

Como ya lo mencioné, en el marco de cooperación con el Ministerio de Salud Pública es permanente y debe serlo, por ello de parte de la actual administración de la FEUCSG está toda la predisposición para adoptar todas las medidas, políticas, económicas y administrativas que vayan en beneficio de la comunidad estudiantil universitaria.

**5.- ¿Qué perspectiva posee Ud. sobre el uso del preservativo y su efecto para contrarrestar los contagios de ETS? ¿Es la solución factible?**

Es la solución paliativa al problema, debido a que la falta de información es la que origina la aparición de la mayoría de infecciones de este tipo en la población de riesgo, es por ello que una campaña masiva, atractiva de tipo informativo generará el preámbulo y marco necesario para cualquier campaña a posteriori de tipo paliativo.

El preservativo es una solución parcial, pero como todos los problemas de salud pública la solución debe ser integral.



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Hugo Johnny Zea Naranjo, con C.C: # 0926317710 autor/a del trabajo de titulación: Diseño de una campaña visual de responsabilidad sexual sobre el uso del preservativo para la prevención de enfermedades de transmisión sexual (ETS) en la UCSG previo a la obtención del título de **LICENCIADO EN GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 27 de abril de 2016

f. \_\_\_\_\_

Nombre: Hugo Johnny Zea Naranjo

C.C: 0926317710

## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

|   |  |                              |     |
|---|--|------------------------------|-----|
| <b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>  | Diseño de una campaña visual de responsabilidad sexual sobre el uso del preservativo para la prevención de enfermedades de transmisión sexual (ETS) en la UCSG   |                              |     |
| <b>AUTOR(ES)</b><br>(apellidos/nombres):                              | Hugo Johnny Zea Naranjo  |                              |     |
| <b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b><br>(apellidos/nombres):                  | Will Alberto Vergara Macías  |                              |     |
| <b>INSTITUCIÓN:</b>   | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil  |                              |     |
| <b>FACULTAD:</b>  | Facultad de Arquitectura y Diseño  |                              |     |
| <b>CARRERA:</b>   | Gestión Gráfica Publicitaria   |                              |     |
| <b>TÍTULO OBTENIDO:</b>   | Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria   |                              |     |
| <b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>  | 28 /04/2016  | <b>No. DE PÁGINAS:</b>       | 120 |
| <b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>   | Diseño Gráfico Publicitario  |                              |     |
| <b>PALABRAS CLAVES/<br/>KEYWORDS:</b>                                 | Concienciación, Gráficas, Jóvenes, Transmisión, Enfermedades Venéreas, Sexual  |                              |     |
| <b>RESUMEN/ABSTRACT</b> (150-250 palabras):                           | <p>La presente investigación muestra cómo la gestión gráfica publicitaria puede aplicarse en la prevención de las enfermedades venéreas, evidenciando cómo sus consecuencias llevan al detrimento de la salud física y emocional. A través de la concienciación de un mensaje perenne se fomentará el uso del preservativo masculino (también llamado “condón”) tanto en hombres como en mujeres estudiantes actuales del sistema presencial de la Universidad Católica de Santiago Guayaquil, este nuestro público objetivo. El Ministerio de Salud Pública del Ecuador (2013) ha emprendido junto con la mesa multisectorial de respuesta al VIH/SIDA una vigilia permanente para la prevención de la mencionada enfermedad, parte de este programa es la campaña “Camina conmigo vamos al cero”. Asimismo el Ministerio ha garantizado el acceso gratuito al tratamiento antirretroviral; la ejecución de la estrategia de prevención de la transmisión vertical; el tratamiento a pacientes con infecciones de transmisión Sexual para disminuir la vulnerabilidad que presentan las personas al infectarse con VIH y la recomendación del uso constante y adecuado del preservativo como medida de doble protección (prevención de ITS incluyendo el VIH y de embarazos no planificados).</p> |                              |     |
| <b>ADJUNTO PDF:</b>   | <input checked="" type="checkbox"/> SI   | <input type="checkbox"/> NO  |     |
| <b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>   | <b>Teléfono:</b> 0985001128  | E-mail: hugo.zea.n@gmail.com |     |
| <b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b><br>(COORDINADOR DEL PROCESO UTE):: | <b>Nombre:</b> Sánchez Mosquera, Fernanda Anais  |                              |     |
|   | <b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 / 0994856252   |                              |     |
|   | <b>E-mail:</b> <a href="mailto:Fernanda.sanchez01@cu.ucsg.edu.ec/">Fernanda.sanchez01@cu.ucsg.edu.ec/</a> <a href="mailto:siana20cris@gmail.com">siana20cris@gmail.com</a>   |                              |     |

#### **SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA**

|   |  |
|---|--|
| <b>Nº. DE REGISTRO</b> (en base a datos): |  |
| <b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>              |  |
| <b>DIRECCIÓN URL</b> (tesis en la web):   |  |