



**Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión  
Facultad de Ciencias Sociales  
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación**

**Herramientas de comunicación para la prevención del embarazo adolescente en la  
I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022**

**Tesis**

**Para optar el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Autoras**

**Ariane Winnie Aldave Arenas**

**Kihara Susy Llanos Huerta**

**Asesora**

**M(a). Nila Juana Limachi Qqueso**

**Huacho – Perú**

**2025**



### **Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

**Reconocimiento:** Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



**UNIVERSIDAD NACIONAL**  
**JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**  
**LICENCIADA**

*(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)*

*“Año de la consolidación de nuestra independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”*

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA**  
**COMUNICACIÓN**

**INFORMACIÓN DE METADATOS**

<b>DATOS DEL AUTOR (ES):</b>		
<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>DNI</b>	<b>FECHA DE SUSTENTACIÓN</b>
Kihara Susy Llanos Huerta	71932991	24/02/2023
Ariane Winnie Aldave Arenas	71448851	24/02/2023
<b>DATOS DEL ASESOR:</b>		
<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>DNI</b>	<b>CÓDIGO ORCID</b>
M(a). Nila Juana Limachi Qqueso	23991384	0000-0002-1024-483X
<b>DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – POSGRADO-DOCTORADO:</b>		
<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>DNI</b>	<b>CODIGO ORCID</b>
M(a). Walter Carlos Velásquez Córdova	15735513	0000-0003-0684-4303
M(a). Judith Johana Cabanillas Barreto	41284870	0000-0003-0959-5234
M(a). Dalila Pimentel Retuerto	40306933	0000-0001-5318-928X

# HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN PARA LA PREVENCIÓN DEL EMBARAZO ADOLESCENTE EN LA I.E. N°20986-676 SAN MARTÍN DE PORRES HUACHO, 2022

## INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

18%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://repositorio.unjfsc.edu.pe">repositorio.unjfsc.edu.pe</a> Fuente de Internet	6%
2	Submitted to Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion Trabajo del estudiante	3%
3	<a href="https://dspace.unitru.edu.pe">dspace.unitru.edu.pe</a> Fuente de Internet	2%
4	<a href="https://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="https://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="https://repositorio.ug.edu.ec">repositorio.ug.edu.ec</a> Fuente de Internet	1%
7	<a href="https://repositorio.uss.edu.pe">repositorio.uss.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
8	<a href="http://www.revistacomunicar.com">www.revistacomunicar.com</a> Fuente de Internet	1%

## **DEDICATORIA**

*La clave de tu futuro está escondida en tu vida diaria.” Pierre Bonnard. Este trabajo está dedicado a nuestros padres por su mejor herencia que nos dieron: la educación. A nuestros hermanos y hermanas por alentarnos siempre, también a los que no están físicamente, pero viven en nuestros corazones.*

*Ariane Winnie, Aldave Arenas*

*Kihara Susy, Llanos Huerta*

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradecemos a Dios por la vida y por las oportunidades que nos presenta. A nuestra querida Escuela Ciencias de la Comunicación por sus enseñanzas, a los docentes, en especial a nuestra asesora Nila Juana, Limachi Qqueso y también a la institución educativa por brindarnos todas las facilidades. Finalmente, agradecemos a las personas que nos apoyaron de forma indirecta en nuestra tesis.*

*Ariane Winnie, Aldave Arenas  
Kihara Susy, Llanos Huerta*

## ÍNDICE

DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE	vii
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	ix
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b>	x
<b>RESUMEN</b>	xii
<b>ABSTRACT</b>	xiii
<b>INTRODUCCIÓN</b>	xiv
<b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	15
1.1 Descripción de la realidad problemática	16
1.2 Formulación del problema	16
1.2.1 Problema general	16
1.2.2 Problemas específicos	16
1.3 Objetivos de la investigación	16
1.3.1 Objetivo general	16
1.3.2 Objetivos específicos	16
1.4 Justificación de la investigación	17
1.5 Delimitaciones del estudio	18
1.6 Viabilidad del estudio	18
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b>	19
2.1 Antecedentes de la investigación	19
2.1.1 Investigaciones internacionales	19
2.1.2 Investigaciones nacionales	21
2.2 Bases teóricas	24
2.3 Bases filosóficas	32
2.4 Definición de términos básicos	32
2.5 Hipótesis de investigación	34
2.5.1 Hipótesis general	34
2.5.2 Hipótesis específicas	34
2.6 Operacionalización de las variables	35

<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA</b>	36
3.1 Diseño metodológico	36
3.1.1 Tipo de investigación	36
3.1.2 Nivel de investigación	36
3.1.3 Diseño de investigación	36
3.1.4 Enfoque de investigación	36
3.2 Población y muestra	37
3.2.1 Población	37
3.2.2 Muestra	37
3.3 Técnicas de recolección de datos	38
3.4 Técnicas para el procesamiento de la información	38
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS</b>	39
4.1 Análisis de resultados	39
4.2 Contrastación de hipótesis	59
<b>CAPÍTULO V: DISCUSIÓN</b>	62
5.1 Discusión	62
<b>CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	64
6.1 Conclusiones	64
6.2 Recomendaciones	64
<b>REFERENCIAS</b>	66
7.1 Fuentes documentales	67
7.2 Fuentes bibliográficas	67
7.3 Fuentes hemerográficas	67
7.4 Fuentes electrónicas	67

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01: Uso de Facebook para la difusión de flyers	37
Tabla 02: Uso de Facebook para la difusión de videos	38
Tabla 03: Uso de TikTok para la difusión de videos	39
Tabla 04: Uso de Instagram para la difusión de flyers	40
Tabla 05: Uso de Instagram para la difusión de videos	41
Tabla 06: Uso de Google Meet para las reuniones virtuales	42
Tabla 07: Uso de Google Meet para compartir videos educativos	43
Tabla 08: Uso de Google Meet para compartir diapositivas	44
Tabla 09: Uso de Google Meet para ponencias con profesionales de la salud	45
Tabla 10: Participación en ponencias de establecimientos de salud	46
Tabla 11: Uso del chat de Google Meet para las consultas	47
Tabla 12: Convocatoria a campañas de salud del Hospital Regional de Huacho	48
Tabla 13: Campañas organizadas por la institución	49
Tabla 14: Difusión de los flyers del Hospital Regional de Huacho	50

Tabla 15: Difusión de los trípticos del Hospital Regional de Huacho	51
Tabla 16: Lectura de los trípticos del Hospital Regional de Huacho	52
Tabla 17: Talleres lúdicos creativos como medio de información	53
Tabla 18: Sesiones simuladas a través de talleres lúdicos	54
Tabla 19: Uso de periódicos murales como medio de información	55
Tabla 20: Uso de periódicos para difundir información sobre métodos anticonceptivos	56

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01: Distribución poblacional del uso de Facebook para la difusión de flyers	37
Figura 02: Distribución poblacional del uso de Facebook para la difusión de videos	38
Figura 03: Distribución poblacional del uso de Instagram para la difusión de videos	39
Figura 04: Distribución poblacional del uso de Instagram para la difusión de flyers	40
Figura 05: Distribución poblacional del uso de Instagram para la difusión de videos	41
Figura 06: Distribución poblacional del uso de Google Meet para las reuniones virtuales	42
Figura 07: Distribución poblacional del uso de Google Meet para compartir videos educativos	43

Figura 08: Distribución poblacional del uso de Google Meet para compartir diapositivas	44
Figura 09: Distribución poblacional del uso de Google Meet para ponencias	45
Figura 10: Distribución poblacional de participación en ponencias de H.R.H.	46
Figura 11: Distribución poblacional del uso del chat de Google Meet para consultas	47
Figura 12: Distribución poblacional sobre convocar a las campañas de salud del Hospital Regional de Huacho laboral	48
Figura 13: Distribución poblacional sobre campañas organizadas por la institución	49
Figura 14: Distribución poblacional sobre la difusión de los flyers del Hospital Regional de Huacho sociales	50
Figura 15: Distribución poblacional sobre la difusión de los trípticos del Hospital Regional de Huacho	51
Figura 16: Distribución poblacional sobre la lectura de los trípticos del Hospital Regional de Huacho	52
Figura 17: Distribución poblacional sobre talleres lúdicos creativos como medio de información	53
Figura 18: Distribución poblacional sobre sesiones simuladas a través de talleres lúdicos	54
Figura 19: Distribución poblacional sobre el uso de periódicos murales como medio de información	55
Figura 20: Distribución poblacional del uso de periódicos para difundir información sobre métodos anticonceptivos	56

## RESUMEN

**Objetivo:** Determinar la frecuencia de uso de las herramientas de comunicación para la prevención del embarazo adolescente de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022. **Métodos:** La población contó con 388 estudiantes del 1ero al 5to de secundaria y se utilizó una muestra de 194 estudiantes. La técnica utilizada para la investigación fue una encuesta de 20 preguntas, utilizando la escala de Likert, contando con las siguientes dimensiones: redes sociales, videoconferencias y campaña de comunicación de salud, para el procesamiento se usó el estadístico SPSS versión 25. **Resultados:** El resultado conseguido sobre el uso de herramientas de comunicación se encuentra en un 52,1% de nivel alto, el uso de redes sociales en un 89,7% nivel bajo, el uso de videoconferencias en un 54,1% de nivel medio y también el uso de campañas de comunicación de salud en un 59,8% de nivel medio. **Conclusión:** Se concluye que las herramientas de comunicación tienen un nivel alto de uso, sin embargo, aún persiste la presencia de embarazos adolescentes, confirmando que los contenidos de estas herramientas no se están dejando entender.

**Palabras clave:** Herramientas de comunicación, redes sociales, videoconferencias, campañas de comunicación, prevención del embarazo adolescente.

## **ABSTRACT**

Objective: Determine the frequency of use of communication tools for the prevention of adolescent pregnancy, by the I.E. No. 20986-676 San Martin de Porres Huacho, 2022. Methods: The population had 388 students from 1st to 5th high school. and a sample of 194 students was used. The technique used for the investigation was a survey of 20 questions, using the Likert scale, with the following dimensions: social networks, videoconferences and health communication campaign, for processing the SPSS version 25 statistic was used. Results: The result achieved on the use of communication tools is 52.1% at a high level, the use of social networks at 89.7% low level, the use of videoconferences at 54.1% at a medium level and also the use of health communication campaigns in 59.8% of medium level. Conclusion: It is concluded that the communication tools have a high level of use, however, the presence of adolescent pregnancies still persists, confirming that the contents of these tools are not being understood.

Keywords: Communication tools, social networks, videoconferences, communication campaigns, prevention of adolescent pregnancy.

## INTRODUCCIÓN

En nuestro día a día las herramientas de comunicación cumplen un rol importante al momento de transmitir una información con la finalidad de llegar a una o más personas, al tratarse de un tema como la prevención del embarazo adolescente, dirigirnos a ellos debe de ser a través de los medios que frecuentan, que esté a su alcance y sea atractivo.

En los colegios se encuentra la mayor presencia de estos casos, a pesar de que existe un área de tutoría donde los chicos deben recibir una buena educación sexual; sin embargo, esto no ocurre. Esta es la razón por la que se realizó esta investigación titulada Herramientas de Comunicación para la Prevención del Embarazo Adolescente en la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022. La investigación está comprendida por siete capítulos:

Capítulo I: Aquí se encuentra la descripción del problema, formulación del problema, y objetivos de la investigación, justificación, las delimitaciones y la viabilidad del estudio.

Capítulo II: Aquí se encuentra presente los antecedentes y bases teóricas con información referente a la variable, también teóricas y postura filosófica.

Capítulo III: Aquí se aborda la metodología usada, el alcance, el diseño de investigación, los instrumentos y la técnica para desarrollar los datos obtenidos.

Capítulo IV: Aquí se encuentra los resultados de investigación, pero presentados en tablas y figuras, los mismos que nos ayudaron a interpretar la discusión, conclusión, contrastación de la hipótesis y recomendaciones.

Capítulo V: Aquí se encuentra aparece la discusión que se fue construyendo con investigaciones previas de diferentes autores.

Capítulo VI: Aquí se encuentra las conclusiones y sugerencias para mejorar el tema en estudio.

Capítulo VII: En este último se incluye una lista ordenada de las diversas fuentes de información obtenidas para la realización de la investigación.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Descripción de la realidad problemática

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), en el mundo “El embarazo adolescente genera consecuencias sanitarias, sociales y económicas. En el 2019, las adolescentes entre 15 y 19 años de países subdesarrollados tenían 21 millones de embarazos al año y aproximadamente el 50% eran no deseados”.

A nivel nacional según el Fondo de Población de las Naciones Unidas en Perú (UNFPA), “el embarazo y la maternidad adolescente influye en la transmisión de la pobreza, vulnerabilidad, discriminación, y desigualdad de género. La UNFPA indica que ocurren 4 nacimientos por día, de gestantes de 10 a 14 años”.

A nivel local según el Área de Salud Sexual y Reproductiva del Hospital Regional de Huacho y Red de Salud Huaura - Oyón, “un embarazo no solo afecta al adolescente, también genera un efecto negativo en lo personal, familiar y el desarrollo del país”. Desde el 2011 al 2022 se han registrado 334 embarazos adolescentes de entre 12 a 17 años; sin embargo a lo largo de ese periodo se ha podido observar que ha ido en disminución esos datos significativos, de manera que al 2022 solo se han registrado 4 embarazos adolescentes atendidas en el HRH, sin embargo a nivel de la región se atendieron 112 partos adolescentes, de manera que eso indica que aún sigue siendo un problema debido a que desde el Ministerio de Salud, Gobierno Regionales, Gobiernos Locales y muchos establecimientos de salud no están elaborando propuestas importantes de políticas públicas que tengan que ver con la prevención del embarazo adolescente. Un tema preocupante que está afectando en el ámbito educativo, tal es el caso que a finales del 2021 se han registrado 15 abortos adolescentes y en el 2022 la I.E. San Martín de Porres también ha registrado embarazos adolescentes, razón por lo que pone en evidencia la existencia de esta problemática donde los organismos de salud y educación no le están dando la debida importancia al uso adecuado de las herramientas de comunicación como medio estratégico para llegar a esa población juvenil.

Es alarmante que en la era de la tecnología, donde las herramientas de comunicación son parte de nuestro día a día, en el que se puede acceder fácilmente a redes sociales y obtener todo

tipo de información, los estudiantes adolescentes no estén buscando o recibiendo información sobre prevención del embarazo adolescente.

Por lo tanto, es importante que la I.E. San Martín de Porres use adecuadamente las herramientas de comunicación, como las redes sociales, videoconferencias, campañas sociales creando contenido claro, eficaz y creativo, consiguiendo así despertar el interés de los estudiantes adolescentes sobre este tema.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿Con qué frecuencia hace uso de las herramientas de comunicación para la prevención del embarazo adolescente, la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- a) ¿Con qué frecuencia hace uso de las redes sociales para la prevención del embarazo adolescente, la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022?
- b) ¿Con qué frecuencia hace uso de las videoconferencias para la prevención del embarazo adolescente, la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022?
- c) ¿Con qué frecuencia hace uso de las campañas de comunicación de salud para la prevención del embarazo adolescente, la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **1.3.1 Objetivo general**

Identificar la frecuencia de uso de las herramientas de comunicación para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

- a) Identificar la frecuencia de uso de las redes sociales para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022.

- b) Identificar la frecuencia de uso de las videoconferencias para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022.
- c) Identificar la frecuencia de uso de las campañas de comunicación de salud para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022.

## **1.4 Justificación de la investigación**

### **1.4.1. Justificación teórica:**

Las herramientas de comunicación son indispensables en nuestro día a día en la medida que su uso sea pertinente y resulte siendo efectiva para resolver actividades de interés social, político y económico. Al respecto, Rios & Barbos (2020) refieren: “Se entiende por herramientas comunicativas, aquellos instrumentos, recursos, medios que mejoren el desarrollo del proceso comunicativo, con el objetivo de instaurar climas de relaciones sociales para la construcción del conocimiento, el empoderamiento social y el desarrollo de la comunidad”. (p.15).

Por tanto, hay información necesaria sobre el tema que nos ayudó a confrontar los resultados de la investigación denominada “El uso de herramientas de comunicación para la prevención del embarazo adolescente en la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022.”

### **1.4.2. Justificación práctica:**

Se demostró la importancia de las herramientas de comunicación para la prevención de embarazos adolescentes en la institución educativa, por lo que el presente estudio ha permitido sugerir a las autoridades del colegio priorizar y seleccionar el uso de herramientas más adecuadas y de contexto para los adolescentes tales como las redes sociales, videoconferencias y campañas sociales.

Además, se sabe que los estudiantes adolescentes están muy inmersos en estas herramientas de comunicación, por lo que el centro educativo puede informar de una manera más eficaz, creativa y clara; y así convencerlos a que vivan responsablemente sus etapas.

### **1.4.3. Justificación metodológica:**

Para este estudio la metodología usada nos permitió organizar toda la información revisada para las bases teóricas, la definición del tipo, diseño, nivel y enfoque de la investigación al mismo tiempo fue importante determinar la población en estudio y el uso de instrumentos y técnicas de investigación para el recojo de información como su procesamiento.

## **1.5 Delimitaciones del estudio**

### **1.5.1 Delimitación espacial:**

Lugar : I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho.  
Distrito : Huacho.  
Provincia : Huaura.  
Departamento : Lima.

### **1.5.2 Delimitación temporal:**

Conocedoras de la problemática sobre el embarazo adolescente en edad escolar a nivel mundial, nacional, regional y local. El presente estudio se enfoca a desarrollar en función de todos los datos encontrados durante los acontecimientos de la pandemia y post pandemia y sus efectos en el año 2022.

### **1.5.3 Delimitación Teórica:**

Esta investigación tuvo como base la información de algunos registros teóricos referente a las herramientas y estrategias de comunicación, entre ellos autores de publicaciones en textos, artículos científicos, estadísticas, e investigaciones similares al tema en investigación

## **1.6 Viabilidad del estudio**

Este trabajo fue posible, debido a que contamos con las fuentes de información disponibles en bibliotecas especializadas en ciencias sociales y bibliotecas virtuales, la disposición de las investigadoras como del asesor y así cumplir con cada etapa del desarrollo de la tesis.

Por otro lado, se contó con el apoyo del Área de Salud Sexual y Reproductiva del establecimiento de salud y tutoría del área educativa para tener acceso a información que ayudó a nuestra investigación.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes de la investigación**

##### **2.1.1 Investigaciones internacionales**

Muñoz, Flórez, & González (2019) tesis Aporte desde la comunicación para el cambio social a la Prevención del Embarazo Adolescente, caso Institución Educativa Juana de Caicedo y Cuero de Cali 2018-2019. Respaldado por la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium de Santiago de Cali, Colombia. El objetivo del estudio fue crear una estrategia de comunicación desde el ámbito social con los adolescentes en la institución educativa para ayudar a prevenir el embarazo adolescente, empleó el enfoque cualitativo, para recoger datos se hizo por medio de un grupo focal de estudiantes y entrevistas a docentes, como población se tomó a 320 estudiantes entre los 14 y 20 años, con respecto a los instrumentos se usó las técnicas como el rastreo documental, grupos focales y entrevistas semiestructuradas. Conclusión, la sesión que se hizo mediante el taller, con un grupo de estudiantes de los grados seleccionados de la Institución Educativa que consiguió que fueran los propios adolescentes quienes tomaran la iniciativa de empoderarse frente a la problemática, según sus propias vivencias y saberes como material para transmitir el mensaje a sus padres.

Ochoa (2017) en su tesis Uso de la Comunicación Multimedia como Instrumento de apoyo para la Prevención de Embarazos en Adolescentes de la Unidad Educativa 24 de mayo, del Cantón Quevedo, Año 2017. Estudio respaldado por la Universidad de Guayaquil, Ecuador. El objetivo del estudio fue examinar el uso de la comunicación multimedia como herramienta de ayuda en la prevención de embarazos en adolescentes, empleó la metodología cuantitativa que se enfocó en ahondar la gravedad del problema, como población se tomó a 900 estudiantes que conforma la unidad educativa con una muestra de 261 estudiantes del primer año de bachillerato, los instrumentos que se utilizaron fueron las técnicas como la observación, encuestas y entrevistas. Conclusión: El grupo de guía no posee herramientas multimedia con las que realice charlas sobre prevención del embarazo.

Las charlas de orientación sexual transmitidas a las adolescentes son muy rutinarias, se dan cada cinco meses y carencia de herramientas multimedia repercuten de manera negativa en las estudiantes, ya que demuestran falta de interés por aprender.

Valero (2021) en su tesis *Diseño de Acciones de Comunicación para la Prevención Del Embarazo a temprana edad para escolares de últimos años*. Estudio respaldado por la Universidad Autónoma de Occidente de Santiago de Cali, Colombia. El objetivo de estudio fue determinar los aciertos y desaciertos de la comunicación entre profesor y escolar al instante de compartir materiales educativos sobre la educación sexual, empleó la metodología de enfoque mixta: cuantitativa y cualitativa, como población se tomó a 40 adolescentes del colegio José María Vivas Balcázar, con respecto a los instrumentos utilizaron las técnicas como encuestas y entrevistas. Conclusión, el embarazo precoz y la carencia de cultura sexual como tema central de este estudio es un problema que repercute en la sociedad por abandonar sus estudios, las complicaciones de salud que viven las madres adolescentes, la escasa madurez para sacar adelante un niño siendo tan jóvenes. Siendo necesario tener acceso a una guía de acción comunicativa favorecedora y eduque el camino de la libertad teniendo conciencia de lo que hacen para evitar salir perjudicados en su crecimiento como seres humanos a partir de la comunicación, tomando la teoría de Watzlawick (1971), aparecería el éxito de probables actividades comunicativas en prevención del embarazo precoz en escolares de últimos grados, se rige básicamente de la forma en que se distingue la perspectiva y la cosmovisión misma del adolescente, sin tener exigencias del colegio, los progenitores o el entorno social.

Ortiz (2021) en su tesis *Embarazo Adolescente en Colombia: Abordaje desde las Campañas Educativas de Prevención*. Respaldado por la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, Colombia. El objetivo de estudio fue estudiar la efectividad y la incidencia de las campañas de educación sexual y prevención de embarazo para reducir el embarazo adolescente, en cuanto a la metodología se utilizó el enfoque cualitativo y el diseño es etnográfico, como población se trabajó con adolescentes desde 17 a 19 años de edad naturales de Cartagena y pueblo de Barú. Conclusión, pese que desde el año 2008 se comenzó a ejecutar el Programa de Educación para la Sexualidad y Construcción de Ciudadanía (Pescce) en la nación, se ha evidenciado

que este no se ha logrado ejecutar de una forma correcta, pues su cobertura es baja y tiende a decrecer. Incluso, las niñas adolescentes entrevistadas para esta investigación, en su mayoría manifestaron no haber contado con una educación sexual de calidad en sus instituciones, dado que ni siquiera contaban con un curso enfocado a esta área.

Guzmán & Terrazas (2017) en su tesis *Estrategia Comunicacional: Prevención del Embarazo no Planificado en Estudiantes de la UMSA*. Estudio respaldado por la Universidad Mayor de San Andrés La Paz, Bolivia. El objetivo del estudio fue instaurar un diagnóstico que permita reconocer las dificultades y debilidades de los mensajes y los medios de estrategia de comunicación referente a embarazos no planificados que crea y realiza la División de Salud de la UMSA para los universitarios de esta institución, empleó la metodología cuantitativa como cualitativa, como población se tomó a estudiantes universitarios entre las edades de 18 a 24 años, de acuerdo a la metodología se utilizó el enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo. Conclusión, La falta de proyectos de la División de Salud también afecta para que no haya un soporte institucional constante. Cabe señalar que la debilidad de la planificación estratégica comunicacional es debido a que no tienen profesionales de comunicaciones, quienes podrían dirigir la creación, introducción y análisis de planes, programas y proyectos sobre embarazos no planificados en universitarios de la UMSA.

### **2.1.2 Investigaciones nacionales**

Zambrano (2020) tesis *Estrategia de Comunicación para el cambio social en la prevención del embarazo adolescente en la I.E. 14793, Sullana 2020*. Estudio respaldado por la Universidad Privada Antenor Orrego Sullana Perú. El objetivo del estudio fue conocer las herramientas de comunicación y canales correctos para la prevención del embarazo, empleó la metodología descriptiva, como población se tomó a 153 estudiantes, 91 de ellos de cuarto de secundaria y 62 de quinto de secundaria, con respecto a los instrumentos se utilizó el cuestionario y las técnicas ejercidas ha sido la entrevista y encuesta. Conclusión, los adolescentes de los últimos grados de secundaria del colegio mencionan que los medios comunicacionales interpersonales que les llama más la atención son el contacto

directo, los talleres y seminarios; con respecto a los medios tradicionales, el mayor número se encuentra en las campañas dentro de las escuelas y materiales audiovisuales y en los que respecta a las formas digitales, escogen jugar virtualmente, está relacionado a la inclinación por el entretenimiento y educación. Particularmente los colegiales señalan que las acciones a utilizar con ellos son por medio de herramientas de comunicación cibernética, El método es multiplataforma (Instagram, YouTube, Facebook, TikTok) y la vía favorita disponible es el Smartphone.

Nycander (2018) en su tesis Campaña de Prevención del Embarazo Adolescente “Infórmate Sin Paltas”, Lima Perú. El objetivo del estudio fue crear una estrategia de comunicación social que mejore la obtención de información confiable hacia los adolescentes, con una población entre 12 y 17 años del Perú urbano que tienen acceso a Internet, empleó la metodología descriptiva, con una muestra de 50 adolescentes, pertenecientes a zonas urbanas de Perú aplicando la técnica de la encuesta y entrevista. Conclusión, demostró que el 94% de adolescentes de las zonas urbanas son consideradas internautas que utilizan aproximadamente 6 veces por semana el internet, las mismas que en un 96% están registradas en Facebook, siendo un resultado alto en acceso a la información mediante las redes sociales con respecto al embarazo adolescente.

Guerrero y Reyes (2022) Estrategia Comunitaria para mejorar La Percepción sobre el Embarazo Adolescente en la Institución Educativa de Mórrope Lambayeque. El objetivo de estudio fue crear un plan comunitario para refuerce la perspectiva del embarazo adolescente, empleó la metodología descriptiva, con un muestreo de aplicación de encuesta a 122 estudiantes de una institución educativa, el instrumento utilizado fue el cuestionario y en técnica encuesta. Conclusión que un 59,8% de estudiantes señalaron que el embarazo adolescente impacta de manera significativa en su vida social y un 68,9% señalaron que iniciar su vida sexual siendo menor de edad no es apropiado, asimismo el diseño de la campaña se basó en talleres que buscan mejorar el conocimiento de sexualidad en los adolescentes, repercusión del embarazo y métodos anticonceptivo, asimismo proponer soluciones, demostrando ser un resultado alto en acceso a la información a través de las campañas de salud con respecto al embarazo precoz.

Diamdra & Herrera (2018) tesis Estrategia de comunicación para sensibilizar a los estudiantes del 5to año “A” de secundaria de la Institución Educativa “Juan Manuel Iturregui” en acciones de prevención del embarazo adolescente, Lambayeque 2017. Estudio respaldado por la Universidad Señor de Sipán Lambayeque Perú. El objetivo del estudio fue desarrollar un proyecto de comunicación para concienciar a los colegiales en la prevención del embarazo adolescente, empleó la metodología descriptiva-propositiva, como población se tomó a 268 estudiantes y con una muestra de 32 alumnos, el instrumento utilizado fue el cuestionario y como técnica se empleó la encuesta. Conclusión, en el estudio se logró demostrar que los adolescentes como objeto de estudio de la institución educativa se inclinan por las conversaciones, talleres prácticos y juegos lúdicos en información sobre la sexualidad.

Urbano & Vásquez (2021) en su tesis Campaña de comunicación para contribuir a la prevención del embarazo adolescente en alumnas de la I.E. “María Negrón Ugarte” – 2019. Estudio respaldado por la Universidad Nacional de Trujillo, Perú. El objetivo del estudio fue crear una estrategia comunicativa a raíz del ámbito social con los jóvenes en el colegio para apoyar a la prevención de embarazo precoz, empleó la metodología cuantitativa en alumnas de 4to año de educación secundaria y cualitativa en entrevistas con docentes y autoridades del colegio, la población estuvo conformada por 212 alumnas y la muestra fueron 21 alumnas, el instrumento utilizado fue cuestionario y como técnica la encuesta. Conclusión, la realización esta campaña de comunicación “Yo decido cuándo”, se hizo en 3 bases: informar, educar y comunicar, y según lo que prefiere el público objetivo se planteó trabajar actividades formales y lúdicas: exposiciones, talleres, conversatorios, exposición de propaganda, desarrollo de periódicos murales y la creación de página en Facebook, donde abordaron aspectos resaltantes con respecto a las causales sociales y consecuencias del embarazo como problema para los adolescentes.

Bustamante & Cadillo (2019) tesis Herramientas de Comunicación en los Trabajadores de la Empresa Prestadora de Servicios de la Provincia de Barranca 2019. Estudio respaldado por la UNJFSC, Perú. El objetivo del estudio era describir que herramientas de comunicación utilizan los trabajadores de una empresa privada

de Barranca, en cuanto a la metodología se usó el enfoque descriptivo, como población se tomó a 51 trabajadores y con una muestra a 45 trabajadores de las distintas jefaturas que posee la organización, como instrumento se utilizó el cuestionario. Conclusión, se demostró que el 35.6% de los trabajadores no conocen las herramientas de comunicación, dando a conocer así la poca importancia que la empresa da al informar sobre la variedad de herramientas de comunicación a su personal colaborador, manifestando desinterés y convirtiéndose en un impedimento para el cumplimiento de las metas de la organización.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Herramientas de comunicación**

#### **2.2.1.1 Definición**

Las herramientas de comunicación como medio de difusión han demostrado su eficacia; cuando se trata de un problema social es un excelente aliado para informar y educar a la población, además en la actualidad está muy ligada a la era digital. Al respecto Pinto (2019, parr. 1) refiere “La utilización de la tecnología informativa y comunicación como medio, ha consolidado y ha hecho más dinámico las herramientas de comunicación, obteniendo así el desarrollo de capacidades de diálogo, debate, interacción y comunicación”. Por tanto, en la actualidad las herramientas de comunicación se han incorporado al plano digital con mayor creatividad y agilidad que han conseguido ser de fácil entendimiento, accesible a todos y de uso atractivo para toda población y especialmente en los jóvenes adolescentes. Asimismo, Celaya y Herrera, (2007) refieren que “Los nuevos medios digitales como: vídeos, blogs, podcast, etc. ya no son parte de un pequeño mundo de sitios web personales de opinión, se han convertido en unas dinámicas herramientas de comunicación corporativa externa e interna” (p. 99). Siendo así que las herramientas digitales han resultado ser en estos tiempos una estrategia para el desarrollo de actividades propuestas por diversos organismos.

En el año 2021 Sanchez & García manifestaron que “El uso de herramientas y plataformas digitales como medio educativo funciona exitosamente para la formación de jóvenes y promueve un adecuado ejercicio de su sexualidad” (p.10).

De esta manera se entiende que el uso de herramientas de comunicación influye también para prevenir embarazos adolescentes.

## **2.2.2 Dimensiones de las herramientas de comunicación**

### **2.2.2.1 Redes sociales**

Cuando hablamos de Redes Sociales lo relacionamos automáticamente con Facebook, TikTok, Instagram, entre otras aplicaciones, y en lo sencillo que es convertirse en un usuario en línea.

Entonces “una red social es una página web o aplicación que funciona como herramienta de comunicación entre los usuarios que la utilizan”. Acibeiro (2021, parr. 4). Teniendo en cuenta ello podemos considerar que a través de una red social se transmite un mensaje con retroalimentación entre varias personas.

Por lo que podemos decir que “las redes sociales han conseguido cambiar el concepto espacio público, dado que muchas reuniones se encuentran en comunidades virtuales, permitiendo que personas de distintas partes del mundo puedan coincidir e interactuar por intereses comunes”. Rivero (2019, parr. 9). Siendo así que prácticamente tenemos una vida virtual basada en nuestra vida cotidiana a la cual tiene acceso las personas que nos rodean e incluso gente que nunca hemos visto, y que incluso está desplazando medios tradicionales.

Las redes sociales también son una vía para relacionarse y compartir todo tipo de información. Ante esto se dice Urueña, Ferrari, Blanco y Valdecasa (2011) “un sitio en la red que permite a los usuarios comunicarse, crear comunidades, crear y compartir contenido, o como herramienta de democratización de la información que convierte a las personas en receptores y en productores de contenidos” (pág. 12). De esta manera se puede decir que no solo ha globalizado la comunicación, sino que también tiene efectos que influyen en muchas áreas sociales y que pueden afectar positivamente a negativamente dependiendo de la información que se difunda.

Secretaría de Salud en Tlaxcala (2021) en su programa denominado prevención de embarazo adolescente en redes sociales donde se demuestra que se hace uso de la red social Facebook e Instagram con el que obtuvieron más de 8 millones de visualizaciones, 503 mil 864 reproducciones de vídeos y 90 mil sesiones con información sobre la prevención del embarazo en universitarios (IPEU). Este resultado nos confirma que la red social es de uso frecuente en los adolescentes y es una buena vía para la prevención del embarazo adolescente

#### **2.2.2.1.1 Facebook.**

Mark Zuckerberg creó Facebook el 4 de febrero de 2004, y en menos de una década, esta red social se convirtió en la más famosa del planeta, también existen diversas aplicaciones incluso con mayor índice de descargas. Aun así, Facebook sigue posicionándose como la preferida de jóvenes y adultos.

Dicho esto “la finalidad principal de esta red social es mostrarle al mundo lo que tú quieras. Lo más común es compartir fotos de tu día a día, pero también puedes usar Facebook como un canal de comunicación virtual”. Berlanga (2022, parr. 10). Lo que da plena libertad de difusión de información de forma gratuita, rápida y de alto alcance.

Asimismo, Baym, (2010) refiere que: “Los usuarios pueden agregar aplicaciones para formar su autopresentación, jugar con sus amigos y promover causas que consideren importantes. Mantienen álbumes de fotos, importan publicaciones de blog, comparten artículos y videos desde cualquier otro lugar de la red” (p. 386). Por ello es una red multiuso de mucho entretenimiento y muy frecuentada.

De esta manera se puede conectar con el público de forma más directa, generando una mayor interacción y una mejor comunicación. En ese sentido “Facebook sirve para compartir contenido multimedia que resulta interesante para todo usuario. Asimismo, permite conectar con personas alrededor del mundo, además conforme pasa el tiempo se

mantendrá la comunicación”. Pereira (2022, parr. 3). Ante ello las entidades públicas y privadas, las ONG, movimientos sociales y políticos entre otros se han sumado a Facebook.

#### **2.2.2.1.2 TikTok**

El TikTok es una aplicación china que actualmente tiene un éxito rotundo y que es atractivo ante los usuarios. Es así que “TikTok permite crear, editar y subir videos de hasta 10 minutos, con varios efectos, filtros, fondo musical y características de realidad aumentada” Fernández (2021, parr. 5). Todas estas facilidades de uso que nos brindan para la producción de videos no solo nos permiten subir videos personales, sino que también lo convierte en una excelente alternativa de difusión para contenido.

Al respecto “TikTok llegó a transformar la visión estática de los medios de comunicación a la hora de realizar contenidos audiovisuales de corto tiempo y que sean creativos para generar un interés con el usuario” Zárate (2021, parr. 1). Por lo tanto, los medios de comunicación están adaptándose a estos formatos para seguir vigentes en esta nueva era digital

#### **2.2.2.1.3 Instagram**

Es una red social popular entre jóvenes que les permite compartir contenido audiovisual personal o de algún interés. Por tal motivo “esta red social con más de 2.000 millones de usuarios activos es una aplicación que sirve para compartir imágenes y videos, aplicando filtros y haciendo que una foto tomada con el móvil se convierta en una imagen profesional.” Lavagna (2022, parr. 14). Haciendo que sean contenidos más estéticos y agradables de compartir. De tal forma se entiende Rojas (2022) que “Instagram se creó para relatar la vida de personas a través de fotos de forma sencilla y minimalista, y fue su base desde entonces, además trata de contenido pasajero, lo que hace que los usuarios publiquen contenido continuamente.” (p. 22). Por tanto, los usuarios están por más tiempo en interacción.

### **2.2.2.2 Videoconferencias.**

La Videoconferencia nos permite comunicarnos de una manera más directa, la única distancia es el espacio físico. Entonces entendemos por Chacón (2013) “una videoconferencia es un servicio multimedia que permite la interacción entre distintas personas. Básicamente consiste en interconectar mediante sesiones interactivas y la cantidad de interlocutores puede variar, consiguiendo que todos puedan verse y hablar entre sí” (pág. 2). Razón por la que el medio ha tomado más fuerza en la pandemia del COVID 19 ya que sirvió como herramienta para clases académicas, reuniones laborales e incluso citas médicas y actualmente se sigue reconociendo su importante función. Por ello “la videoconferencia hace posible que varias personas a la vez mantengan una conversación en tiempo real utilizando un sistema de sonido y audio”. Peiró (2021, parr. 1). Es decir, hace posible que personas que se encuentran en distintos lugares puedan realizar una reunión personal o laboral.

### **2.2.2.3 Google Meet**

Google Meet es un medio importante en lo laboral y académico cuando no se puede acudir físicamente a alguna reunión. Vicent (2020, parr 1) menciona que “Google Meet es una app de videoconferencias de Google, para navegadores web y dispositivos móviles, dirigida al área laboral y que sustituye a Google Hangouts, dentro de G-Suite, el pack de app de Google para profesionales”. Es decir, este medio reúne todo lo necesario para una reunión exitosa, además que está disponible en dispositivos de uso diario y de fácil adquisición.

### **2.2.2.4 Ponencias**

Se entiende que “la ponencia es un instrumento académico para exponer contenidos dentro de un grupo. Para realizar una ponencia, debemos considerar que nuestro artículo científico sea corto y según las normas establecidas del evento”. (Bogady, 2020, parr. 5). La persona que realiza la

ponencia debe manejar información verídica y un lenguaje de fácil entendimiento según su público

#### **2.2.2.5 Diapositivas**

Las láminas o diapositivas tienen un lugar importante en lo académico y laboral, por ello debemos saber que “la diapositiva es el conjunto de imágenes para una presentación a través de un software. Usualmente se emplea el Microsoft PowerPoint para presentaciones con múltiples diapositivas, donde incluye fotografías, gráficos, textos, animaciones y otros contenidos”. (Pérez y Gardey, 2017, parr. 10). De acuerdo a esto, la diapositiva da dinamismo al momento de compartir una información.

#### **2.2.2.6 Videos educativos**

El video educativo es fundamental en la enseñanza del estudiante, hoy en día “es un recurso audiovisual que se utiliza para la enseñanza, estos transmiten para transmitir contenidos como imágenes y sonido que cumplen de manera estricta con el objetivo didáctico formulado. Esto ayuda en el aprendizaje de los alumnos”. (Suárez, 2017, parr. 1) De esta manera se busca mejorar la enseñanza en los estudiantes.

#### **2.2.2.7 Chats**

El chat es un medio de comunicación digital para interactuar con una o más personas, por lo tanto “un chat, es un lugar de intercambio entre los miembros de los grupos asíncronos, puede ser de dos o más participantes. Los participantes envían sus mensajes o preguntas. Asimismo, también responden a los demás participantes”. (Pérez, 2012, parr.2) Consiguiendo así la interacción de las personas sobre diversos temas o intereses.

### **2.2.3 Campaña de comunicación de salud**

Las campañas de comunicación de salud son necesarias para la prevención de enfermedades. Por lo tanto “las campañas de comunicación de salud tienen como objetivo informar sobre algún producto o servicio, posicionar una marca, persuadir y motivar a la acción. Las campañas de comunicación en salud han tomado mayor

importancia desde la llegada de la COVID-19”. (Hernández 2021, parr. 3). Lo cual la convierte en una importante herramienta cuando de promover un cambio en la salud se trata.

### **2.2.3.1 Campaña de comunicación de salud**

Las campañas de comunicación de salud son necesarias para la prevención de enfermedades. Por lo tanto “las campañas de comunicación de salud tienen como objetivo informar sobre algún producto o servicio, posicionar una marca, persuadir y motivar a la acción. Las campañas de comunicación en salud han tomado mayor importancia desde la llegada de la COVID-19”. (Hernández 2021, parr. 3). Lo cual la convierte en una importante herramienta cuando de promover un cambio en la salud se trata.

### **2.2.3.2 Campañas de salud**

Según Sánchez y Brito (2016) “realizar campañas de salud es indispensable para promocionar actividades como difusión, divulgación, concienciación y sensibilización sobre la salud, la enfermedad, sus cuidados y los riesgos, esta implementación busca promover estilos de vida saludable” (pág. 647). Se entiende que las campañas de salud están enfocadas a la prevención de enfermedades, promover el uso responsable de los medicamentos y llevar un correcto tratamiento según la enfermedad de cada paciente.

### **2.2.3.3 Flyers**

El volante o flyer que recibimos usualmente en las calles, entidades públicas o privadas son un importante medio para informar. En ese sentido “un flyer es un tipo de anuncio en papel que se publica o distribuye en un lugar público. Puede enviarse por correo (digital) o entregarse (físico) y ser utilizado por cualquier persona, desde individuos, pequeñas empresas, gobiernos para publicitar.” (Echeto, 2020, parr.1). Al ser utilizado por cualquier persona o entidad, esta tiene la libertad de difundir cualquier tipo de información.

#### **2.2.3.4 Trípticos**

El tríptico es usado como folleto informativo. Es decir, el tríptico es uno de los medios de comunicación gráfica impresa más utilizada para dar a conocer algún producto o servicio de forma detallada”. (López, 2021, parr. 2.) Se entiende que por la forma en que están dividida las hojas su información es más amplia que la de un flyer o volante.

#### **2.2.3.5 Talleres Lúdicos**

Según Marín (2009) “el taller lúdico-vivencial es un espacio de encuentro en donde se transmiten sentimientos, puntos de vista, como sucesos cotidianos, logran el desenvolvimiento creativo del actor social como sistema que interactúa con otros sistemas de su vida diaria” (pág. 86). Esto hace que se capte la atención de los participantes y que el mensaje que transmitan sea entendido con facilidad.

#### **2.2.3.6 Periódicos Murales**

Este medio de comunicación sirve como un informativo que se actualiza constantemente. Ante esto se Hernández (2006) dice lo siguiente: “El periódico mural es un medio de comunicación visual, se encuentra en un local o lugar transitado. Aquí se informa y orienta, mediante textos e imágenes, colocados en un soporte, tratando uno o varios temas recientes y permanentes” (pág. 5). Por eso tanto colegios como instituciones y empresas tienen su periódico mural para información de quienes laboran o estudian allí. En ese sentido Navarro (2018 parr. 5) dijo “el periódico mural es una herramienta para cualquier tipo de contenido, ya sean científicos, humanísticos o relacionados con el ocio. No hay que confundir estos contenidos con los típicos collages de fotografías”.

### **2.2.4 Prevención del embarazo adolescente**

La adolescencia es la etapa en que todavía el ser humano está en desarrollo en muchos aspectos tales como física, psicológica, sus pensamientos, posturas y más por lo que debe desenvolverse según su etapa. El Ministerio de Salud y Protección Social (2015, parr. 3) señala que “La finalidad de la prevención del

embarazo está en asegurar que los adolescentes y jóvenes conozcan y se involucren, tanto en sus derechos sexuales y reproductivos, como también dentro de la sociedad y la economía del país”. Por esa razón es necesario empoderar a nuestros jóvenes para que sean responsables en sus acciones y orientarlos de la mejor manera.

### **2.2.5 Embarazo Adolescente**

Según Moreno (2018) “el embarazo adolescente se puede definir como un problema social que impacta en todos los ámbitos de interacción del adolescente y afecta en todos los niveles de acción de las instituciones públicas y privadas”. (p. 32). El embarazo adolescente es un problema que sigue presente en nuestra sociedad.

## **2.3 Bases Filosóficas**

Augusto Comte, con respecto al positivo, refiere que “todo conocimiento se adquiere a base de la experiencia, la realidad son los hechos y rechaza un conocimiento abstracto”. En ese sentido, esta investigación responde a un modelo positivista ya que las herramientas de comunicación dentro de una institución educativa pública, se puede describir, observar y cuantificar porque existe, siendo un hecho real dentro de los estudiantes adolescentes, por lo tanto se puede analizar de manera estadística y afirmar o refutar de acuerdo a la hipótesis planteada al inicio de esta investigación, identificando la frecuencia del uso de las herramientas de comunicación, con apoyo de la interpretación de las respuestas del cuestionario, el cual se usará como instrumento de investigación, de esta manera poder comprobar si el uso de las herramientas de comunicación es regular o irregular.

## **2.4 Definición de términos básicos**

- 1. Adolescencia:** Es la fase posterior a la niñez, transcurre desde la pubertad hasta llegar a la edad adulta. Se acompaña por evidentes cambios físicos, psicológicos, emocionales y sociales. (Sociedad Española de Pediatría Extrahospitalaria y Atención Primaria, 2021).
- 2. Campaña:** Conjunto de acciones o esfuerzos de carácter diverso que se realiza para conseguir un objetivo determinado. (Victoria Pintos, 2021).
- 3. Campaña de comunicación:** Es la formación de varias acciones y estrategias que tiene como meta promocionar y organizar la relación con todos los públicos importantes

para una persona, evento, institución, empresa, producto o servicio. (Marketing Spain,2021)

- 4. Campaña social:** Esta busca informar a la sociedad, consumidor, audiencia incluso al estado, de una actividad en particular es una manera de buscar un posicionamiento de la marca o producto, interesándose en los problemas sociales, este posicionamiento no puede ser comercial o netamente empresarial. (Rafael Coronado,2018).
- 5. Comunicación:** Procedimiento por el cual el emisor y el receptor generan conexión en un tiempo, espacio y contexto determinado para intercambiar y transmitir mensajes. (Ingrid Cervantes, 2017).
- 6. Herramienta digital:** De acuerdo a la tecnología se derivan las herramientas digitales. El propósito de las herramientas es poner en uso los servicios de esta transformación y sacar provecho a las nuevas posibilidades que proponen. (Competencia Digital Docente, 2022)
- 7. Institución Educativa:** Es el lugar donde se da el proceso del aprendizaje, siendo la etapa fundamental sobre la administración de los métodos educativos descentralizados, pudiendo ser estatal o particular. (Centro de Especialización en Gestión Pública, 2021).
- 8. Prevención:** La prevención se define como unas series de estrategias dirigidas a evitar enfermedades, así como la reducción de los factores de riesgo, y también detener algún tipo de progreso y reducir sus efectos perjudiciales una vez instaurada. (La Organización Mundial de la Salud – OMS, 2011).
- 9. Redes sociales:** Son un conjunto de plataformas digitales que generan interacción entre muchas personas, y también la propagación desmedida de información. (Correduría Inteligente, 2009)
- 10. Tecnología:** Es la consecuencia de la necesidad del hombre de mejorar y transformar el medio para cambiar su día a día. Contiene las técnicas y conocimientos desarrollados en el transcurso tiempo de forma ordenada para satisfacer alguna necesidad. (Paula Nicole Roldán, 2017)

**11. Videoconferencia:** Reunión por medio de una red de telecomunicaciones, usualmente anticipado, que permite a varios interlocutores verse, oírse y compartir información e ideas. (Real Academia Española – RAE, 2021).

## **2.5 Hipótesis de investigación**

### **2.6.1 Hipótesis general**

La frecuencia de uso de las herramientas de comunicación para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022 es regular.

### **2.6.2 Hipótesis específicas**

- a) La frecuencia del uso de las redes sociales para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022 es regular.
- b) La frecuencia del uso de las videoconferencias para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022 es regular.
- c) La frecuencia del uso de las campañas de comunicación de salud para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022 es regular.

## 2.6 Operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Herramientas de Comunicación	Redes Sociales	Facebook	1,2
		TikTok	3
		Instagram	4,5
	Videoconferencias	Google Meet	6
		Videos educativos	7
		Diapositivas	8
		Ponencias	9,10
		Chats	11
	Campaña de Comunicación de Salud	Campañas de salud	12,13
		Flyers	14
Trípticos		15,16	
Talleres lúdicos		17,18	
Periódicos murales		19,20	

## **CAPITULO III METODOLOGÍA**

### **3.1 Diseño metodológico**

#### **3.1.1 Tipo de investigación**

Es básica, debido a que se buscó comprender los casos de embarazos adolescentes y el manejo de las herramientas de comunicación dentro del ámbito educativo. Al respecto (Baena 2014, pág. 11) define que la investigación básica es “la realización del estudio de un problema, enfocado exclusivamente a la búsqueda del conocimiento”.

#### **3.1.2 Nivel de investigación**

Fue descriptivo porque se explicó e identificó diversas herramientas comunicacionales que muy poco se utilizaron por el centro educativo para prevenir los embarazos adolescentes. En ese sentido (Salkin 1998, pág. 11), considera como investigación descriptiva: “se narran las características o características del problema o fenómeno objeto de estudio”.

#### **3.1.3 Diseño de investigación**

Es no experimental transversal, dado que los datos tomados, así como la evaluación de la situación en su desarrollo, son de un periodo determinado referente a los embarazos adolescentes que se han suscitado en el Colegio San Martín de Porres Huacho. Por ello (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, pág. 154) refieren que: “El diseño de investigación transeccional o transversal obtiene datos de un solo instante, en un tiempo único. La finalidad es describir variables y analizar su incidencia y relación de ese instante. Es como sacar una fotografía de algo al instante.”

#### **3.1.4 Enfoque de investigación**

Es cuantitativo porque buscó probar la hipótesis, para la cual se elaboraron preguntas a través de la encuesta para corroborar esta situación y saber la efectividad de las herramientas de comunicación que usan. Ante ello (Hernández, Fernández y Baptista,

2014, pág. 4) manifiesta sobre el enfoque cuantitativo: “Es secuencial y probatorio. Las ideas se van delimitando, se derivan objetivos y preguntas. De las preguntas se establecen hipótesis, se determinan variables y se miden por un determinado contexto, se analizan las mediciones, utilizando métodos estadísticos para obtener conclusiones”.

## **3.2 Población y muestra**

### **3.2.1 Población**

La población se refiere al grupo de individuos u objetos que son el problema en una investigación. Al respecto (Carrasco, 2006, pág. 238) refiere que: “La población es un conjunto de todos los elementos que forman parte del territorio al que pertenece el problema de investigación y poseen características mucho más exactas que el universo”. Por ende, identificamos que nuestra población está conformada por 388 estudiantes adolescentes de la I.E. N°20986-676 Huacho.

### **3.2.2 Muestra**

La muestra es de 194 estudiantes adolescentes, obtenidos mediante la fórmula. Dado que (Carrasco, 2006, pág. 238) manifiesta que la muestra es “Fragmento representativo de la población que debe poseer las mismas propiedades y características de ella. Para ser objetiva requiere ser seleccionada con técnicas adecuadas”. Fórmula aplicada al calcular el tamaño de la muestra:

## **3.3 Técnicas de recolección de datos**

Fue una encuesta de escala Likert a los alumnos de la I.E. N°20986-676 Huacho, dentro del cual hay un total de 20 preguntas a responder. El escalamiento Likert para las opciones en las respuestas. Según (Gotuzzo, 2014, pág. 68) señala que “Las encuestas son técnicas que se desarrollan sobre la base del instrumento que es el cuestionario”. Al respecto (Fernández y Rey, 2007, pág. 148) refieren que el escalamiento Likert “Consiste en crear un conjunto de afirmaciones, seguidamente se solicita al encuestado que seleccione una de ellas, eligiendo cualquier valor de la escala”.

### **3.4 Técnicas para el procesamiento de la información**

Se trabajó con el programa estadístico SPSS versión 28 para el procesamiento de los resultados de esta investigación.

En ese sentido (Castañeda, Cabrera, Navarro y Vries, 2010, pág. 15) refieren que “La variedad de opciones y procedimientos del SPSS permite administrar los datos de manera eficaz, desarrollar perfiles de usuarios, hacer proyecciones y analizar tendencias que permitirán planificar actividades a largo plazo y, generalmente, usar correctamente la información de forma electrónica”.

## CAPITULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1 Análisis de Resultados.

##### Resultados descriptivos.

*Tabla 1. Uso de Facebook para la difusión de flyers.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	92	47,4	47,4	47,4
	Raramente	65	33,5	33,5	80,9
	Ocasionalmente	27	13,9	13,9	94,8
	Frecuentemente	6	3,1	3,1	97,9
	Muy frecuentemente	4	2,1	2,1	100,0
	Total	194	100,0	100,0	

*Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)*

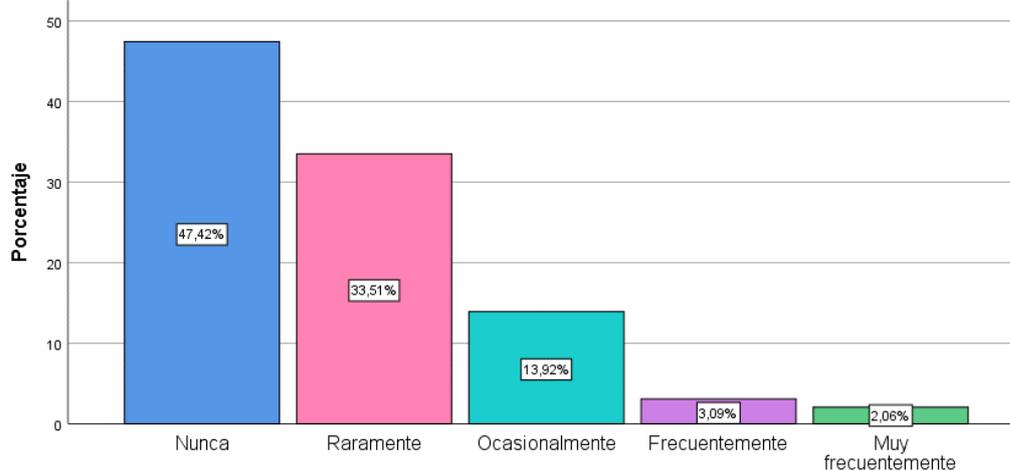


Figura 1. Uso de Facebook para la difusión de flyers.

En la tabla 1 se puede ver que de 194 estudiantes encuestados el 47.42 % manifestaron que nunca hubo una difusión sobre flyers en Facebook referente a la prevención del embarazo en la I.E. N°20986-676, un 33.51% manifestaron que raramente, otro 13.92% que ocasionalmente, mientras que 3,09 % frecuentemente y un 2,06% muy frecuentemente.

Tabla 2. Uso de Facebook para la difusión de videos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	92	47,4	47,4	47,4
	Raramente	67	34,5	34,5	82,0
	Ocasionalmente	23	11,9	11,9	93,8
	Frecuentemente	11	5,7	5,7	99,5
	Muy frecuentemente	1	,5	,5	100,0
	Total	194	100,0	100,0	

Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)

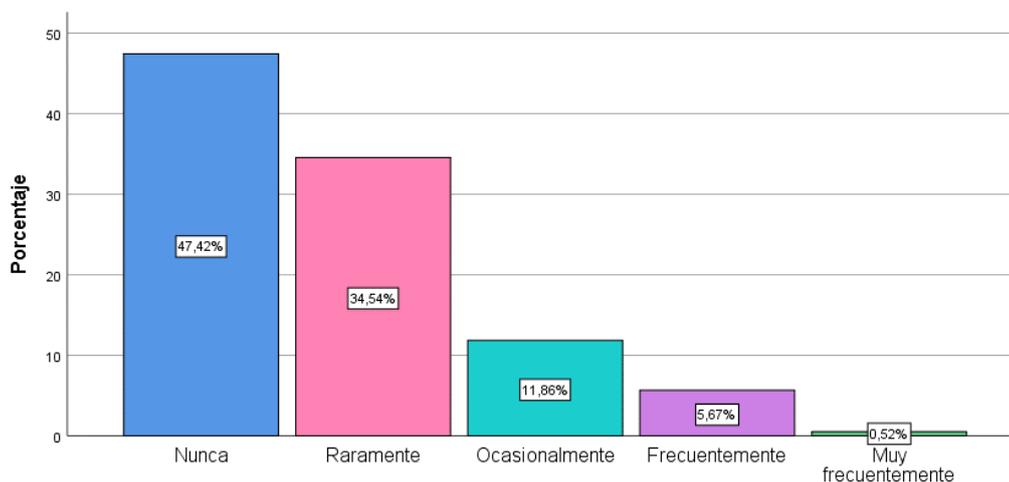


Figura 2. Uso de Facebook para la difusión de videos.

En la tabla 2 se aprecia que del total de 194 estudiantes encuestados el 47,42% manifestaron que nunca hubo difusión de videos referente a la prevención del embarazo en el Facebook de la institución educativa, un 34.54% manifestaron que raramente, otro 11.86 % que ocasionalmente, mientras que 5,67% frecuentemente y 0.52% muy frecuentemente.

Tabla 3. Uso de Tiktok para la difusión de videos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	142	73,2	73,2	73,2
Raramente	26	13,4	13,4	86,6
Ocasionalmente	13	6,7	6,7	93,3
Frecuentemente	7	3,6	3,6	96,9
Muy frecuentemente	6	3,1	3,1	100,0
Total	194	100,0	100,0	

Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)

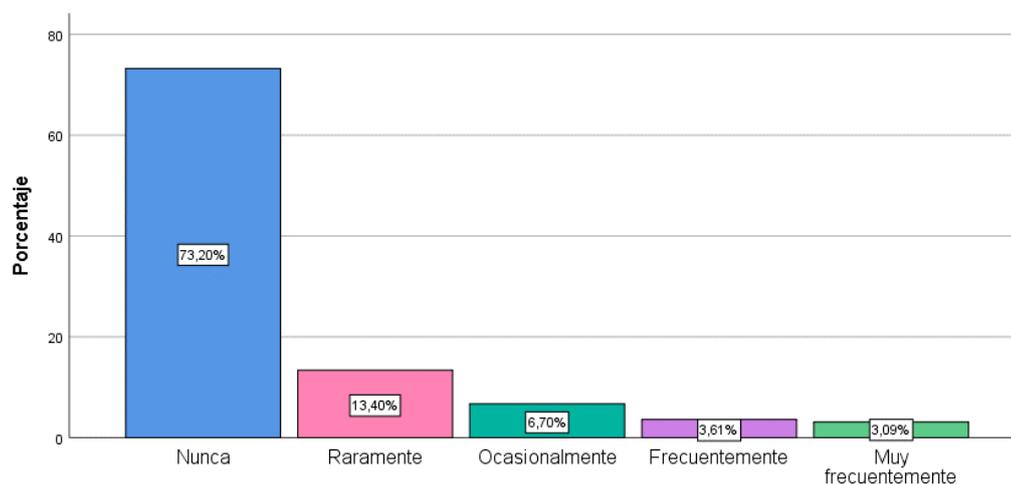


Figura 3. Uso de Tiktok para la difusión de videos.

Se muestra en la tabla 3 que del total de 194 estudiantes encuestados el 73,20 % manifestaron que nunca hubo difusión de videos referente a la prevención del embarazo en el Tiktok de la I.E. N°20986-676, un 13,40% manifestaron que raramente, otro 6,70 % que ocasionalmente, mientras que 3,61% frecuentemente, y otro 3,09 % que muy frecuentemente.

Tabla 4. Uso de Instagram para la difusión de flyers.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	139	71,6	71,6	71,6
Raramente	35	18,0	18,0	89,7
Ocasionalmente	11	5,7	5,7	95,4
Frecuentemente	6	3,1	3,1	98,5
Muy frecuentemente	3	1,5	1,5	100,0
Total	194	100,0	100,0	

Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)

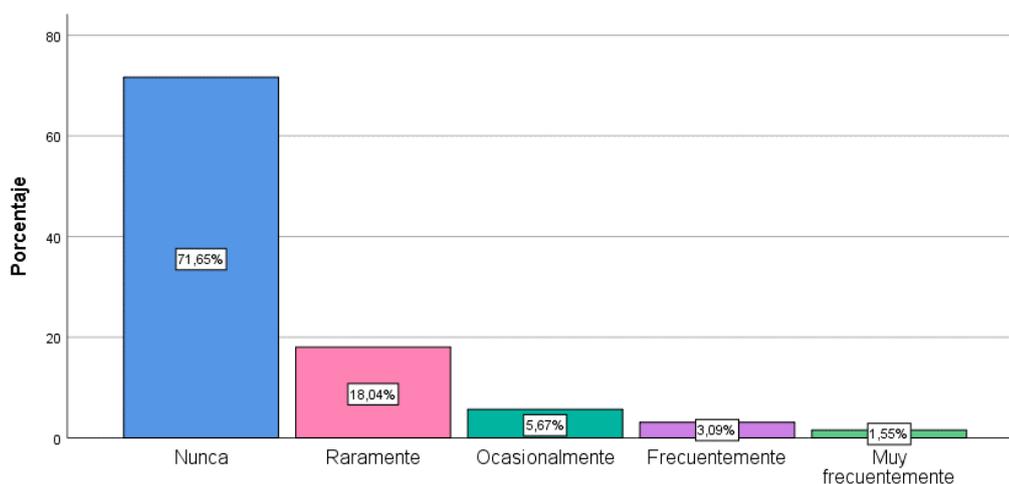


Figura 4. Uso de Instagram para la difusión de flyers.

En la tabla 4 se puede apreciar que del total de 194 estudiantes encuestados el 71,65 % manifestaron nunca hubo difusión de flyers referente a la prevención del embarazo en el Instagram de la institución educativa, un 18,04% manifestaron que raramente, otro 5,67 % que ocasionalmente, mientras 3,09 % que frecuentemente, y otro 1,55% que muy frecuentemente.

Tabla 5. Uso de Instagram para la difusión de videos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	145	74,7	74,7	74,7
	Raramente	23	11,9	11,9	86,6
	Ocasionalmente	15	7,7	7,7	94,3
	Frecuentemente	8	4,1	4,1	98,5
	Muy frecuentemente	3	1,5	1,5	100,0
	Total	194	100,0	100,0	

Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)

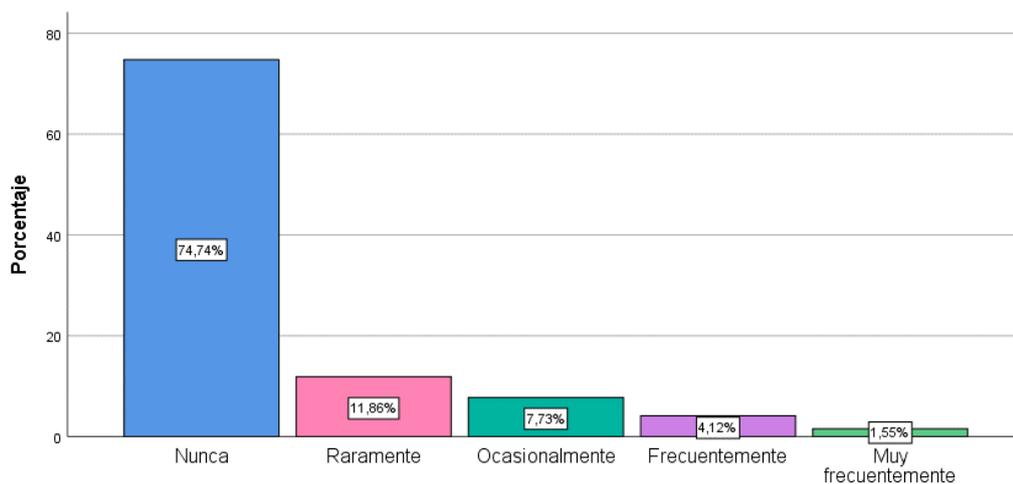


Figura 5. Uso de Instagram para la difusión de videos.

En la tabla 5 se puede ver que del total de 194 estudiantes encuestados el 74,74 % manifestaron que nunca hubo difusión de videos referente a la prevención del embarazo en el Instagram de la I.E. N°20986-676, un 11,86% manifestaron que raramente, otro 7,73 % que ocasionalmente, mientras que el 4,12% que frecuentemente, y otro 1,55% que muy frecuentemente.

Tabla 6. Uso de Google Meet para las reuniones virtuales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	44	22,7	22,7	22,7
Raramente	53	27,3	27,3	50,0
Ocasionalmente	54	27,8	27,8	77,8
Frecuentemente	33	17,0	17,0	94,8
Muy frecuentemente	10	5,2	5,2	100,0
Total	194	100,0	100,0	

Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)

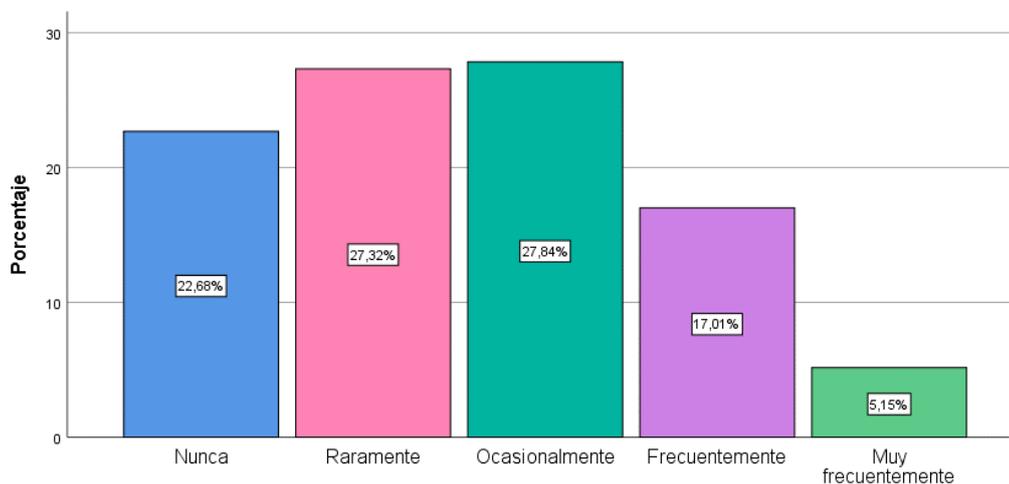


Figura 6. Uso de Google Meet para las reuniones virtuales.

En la tabla 6 se puede apreciar que del total de 194 estudiantes encuestados el 27,84% manifestaron que ocasionalmente hubo reuniones referentes a la prevención del embarazo en tutoría de la institución educativa mediante Google Meet, un 27,68% manifestaron que nunca, otro 27,32 % que raramente mientras que el 17,01% que frecuentemente, y otro 5,15% que muy frecuentemente.

Tabla 7. Uso de Google Meet compartir videos educativos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	54	27,8	27,8	27,8
Raramente	51	26,3	26,3	54,1
Ocasionalmente	54	27,8	27,8	82,0
Frecuentemente	29	14,9	14,9	96,9
Muy frecuentemente	6	3,1	3,1	100,0
Total	194	100,0	100,0	

Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)

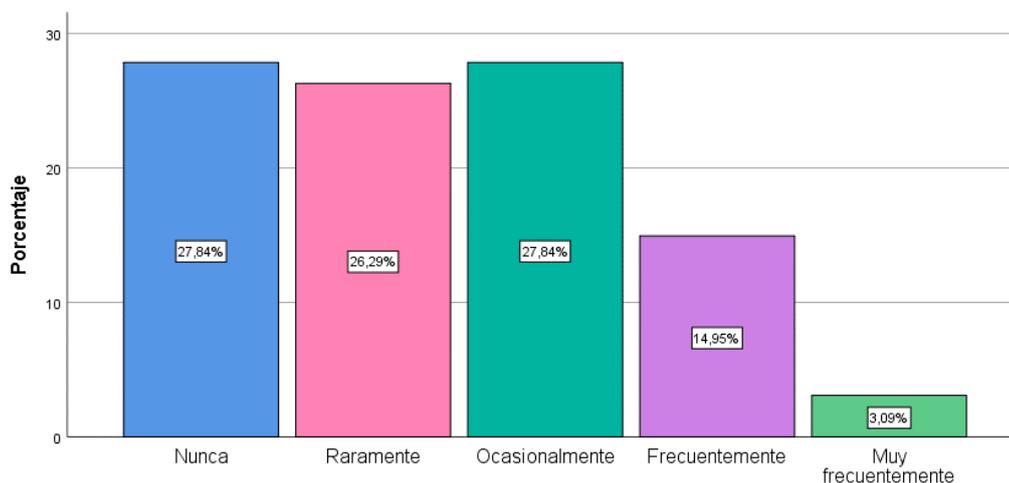


Figura 7. Uso de Google Meet compartir videos educativos

En la tabla 7 se puede ver que del total de 194 estudiantes encuestados el 27,84 % manifestaron que nunca hubo videos educativos de prevención del embarazo en tutoría de la I.E. N°20986-676 mediante Google Meet, un 27,84% manifestaron que ocasionalmente, otro 26,29 % que raramente, mientras que el 14,95% que frecuentemente, y otro 3,09 % que muy frecuentemente.

Tabla 8. Uso de Google Meet para compartir diapositivas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	55	28,4	28,4	28,4
Raramente	58	29,9	29,9	58,2
Ocasionalmente	51	26,3	26,3	84,5
Frecuentemente	24	12,4	12,4	96,9
Muy frecuentemente	6	3,1	3,1	100,0
Total	194	100,0	100,0	

Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)

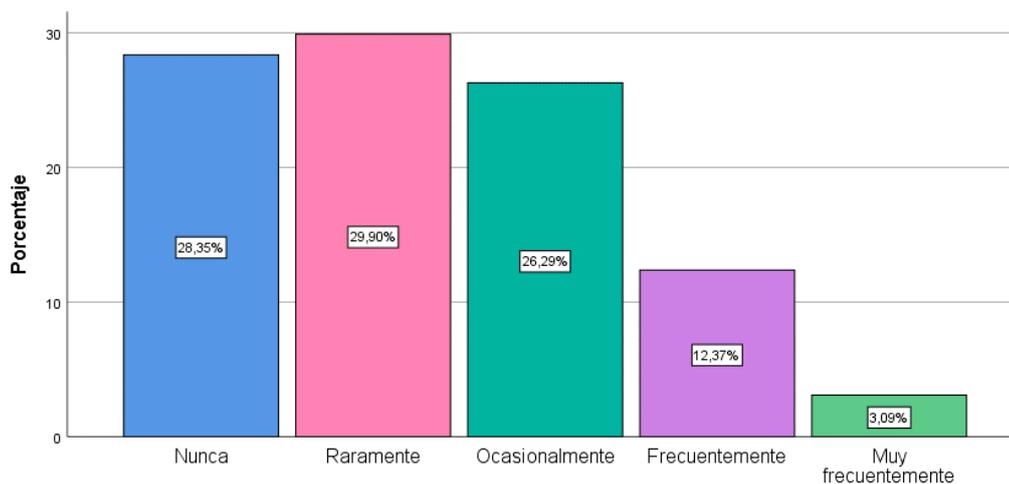


Figura 8. Uso de Google Meet para compartir diapositivas.

En la tabla 8 se aprecia que del total de 194 estudiantes encuestados el 29,90 manifestaron que raramente han usado diapositivas referentes a la prevención del embarazo en las reuniones de tutoría en la institución educativa mediante Google Meet, un 28,35% manifestaron que nunca, otro 26,29% que ocasionalmente, mientras que el 12,37 frecuentemente y otro 3,09 muy frecuentemente.

Tabla 9. Uso de Google Meet para ponencias con profesionales de la salud.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	48	24,7	24,7	24,7
Raramente	57	29,4	29,4	54,1
Ocasionalmente	52	26,8	26,8	80,9
Frecuentemente	28	14,4	14,4	95,4
Muy frecuentemente	9	4,6	4,6	100,0
Total	194	100,0	100,0	

Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)

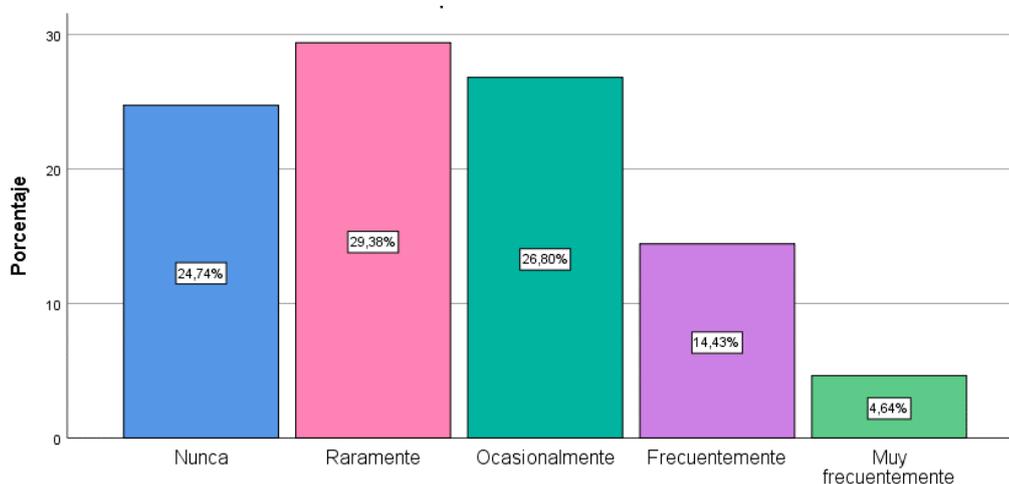


Figura 9. Uso de Google Meet para ponencias con profesionales de la salud.

En la tabla 9 se puede apreciar que del total de 194 estudiantes encuestados el 29,38% manifestaron que raramente la I.E. N°20986-676 han invitado a profesionales de la salud a realizar ponencias sobre la prevención del embarazo adolescente mediante Google Meet, un 26,80% manifestaron que ocasionalmente, otro 24,74% que nunca, mientras que el 14,43% frecuentemente y otro 4,64 % muy frecuentemente.

Tabla 10. Participación de las ponencias del Hospital Regional de Huacho.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	60	30,9	30,9	30,9
Raramente	60	30,9	30,9	61,9
Ocasionalmente	51	26,3	26,3	88,1
Frecuentemente	18	9,3	9,3	97,4
Muy frecuentemente	5	2,6	2,6	100,0
Total	194	100,0	100,0	

Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)

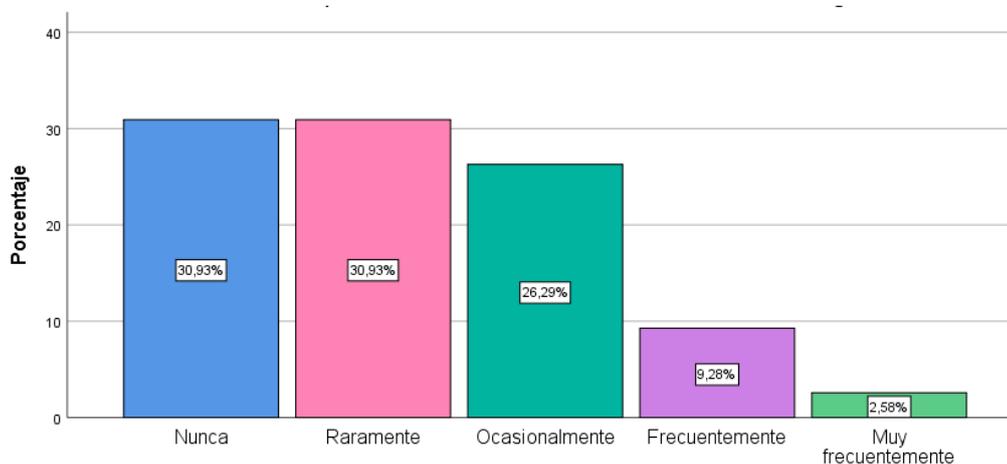


Tabla 10. Participación de las ponencias del Hospital Regional de Huacho.

En la tabla 10 se ve que del total de 194 estudiantes encuestados el 30,93% manifestaron que raramente la institución educativa ha invitado a profesionales de la salud a realizar ponencias sobre la prevención del embarazo adolescente mediante Google Meet, un 30,93% manifestaron que nunca, otro 26,29% que ocasionalmente, mientras que el 9,28% frecuentemente y otro 2,58% muy frecuentemente.

Tabla 11. Uso del chat de Google Meet para las consultas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	90	46,4	46,4	46,4
Raramente	54	27,8	27,8	74,2
Ocasionalmente	33	17,0	17,0	91,2
Frecuentemente	13	6,7	6,7	97,9
Muy frecuentemente	4	2,1	2,1	100,0
Total	194	100,0	100,0	

Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)

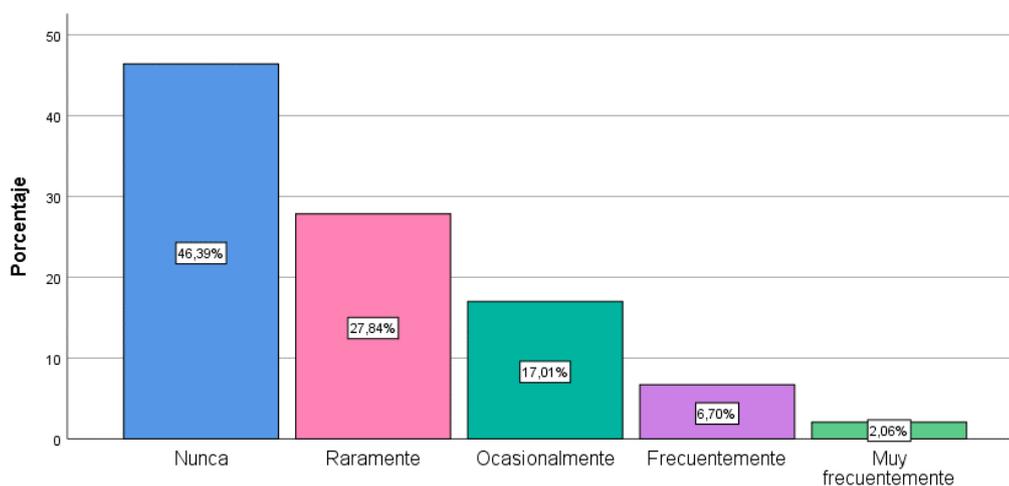


Figura 11. Uso del chat de Google Meet para las consultas.

En la tabla 11 se obtiene que del total de 194 estudiantes encuestados el 46,39% manifestaron que nunca hubo consultas por chats de Google Meet de la I.E. N°20986-676 sobre la prevención de embarazo adolescentes 27,84% manifestaron que raramente, 17,1% manifestaron que ocasionalmente, mientras que el 6,70% frecuentemente, y el otro 2,06% muy frecuentemente.

Tabla 12. Convocar a las campañas de salud del Hospital Regional de Huacho.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	47	24,2	24,2	24,2
	Raramente	73	37,6	37,6	61,9
	Ocasionalmente	39	20,1	20,1	82,0
	Frecuentemente	28	14,4	14,4	96,4
	Muy frecuentemente	7	3,6	3,6	100,0
	Total	194	100,0	100,0	

Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)

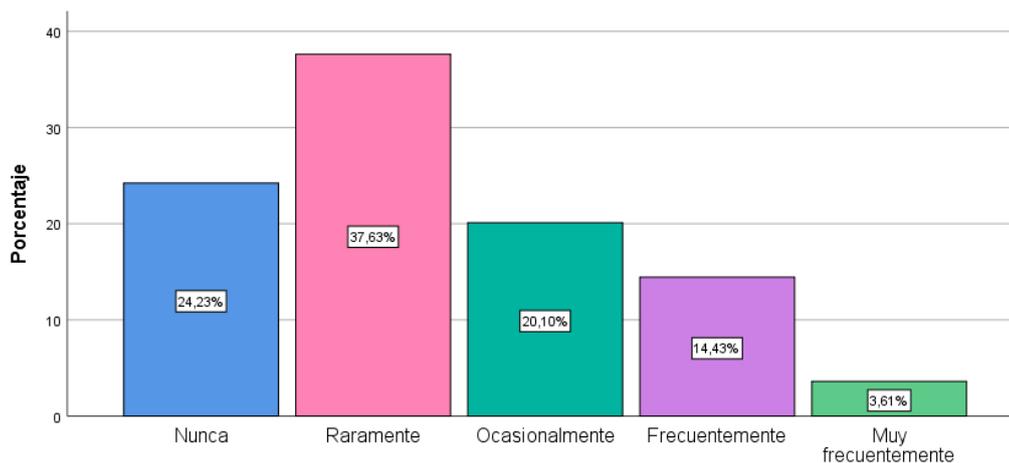


Tabla 12. Convocar a las campañas de salud del Hospital Regional de Huacho.

En la tabla 12 se aprecia que del total de 194 estudiantes encuestados el 37,63% manifestaron que raramente los convocaron a participar de las campañas de salud de prevención de embarazo adolescente realizadas por el Hospital Regional en el centro educativo, un 24,23% manifestaron que nunca, otro 20,10% que ocasionalmente, mientras que el 14,43% frecuentemente y otro 3,61 % muy frecuentemente.

Tabla 13. Campañas organizadas por la institución.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	43	22,2	22,2	22,2
Raramente	79	40,7	40,7	62,9
Ocasionalmente	43	22,2	22,2	85,1
Frecuentemente	21	10,8	10,8	95,9
Muy frecuentemente	8	4,1	4,1	100,0
Total	194	100,0	100,0	

Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)

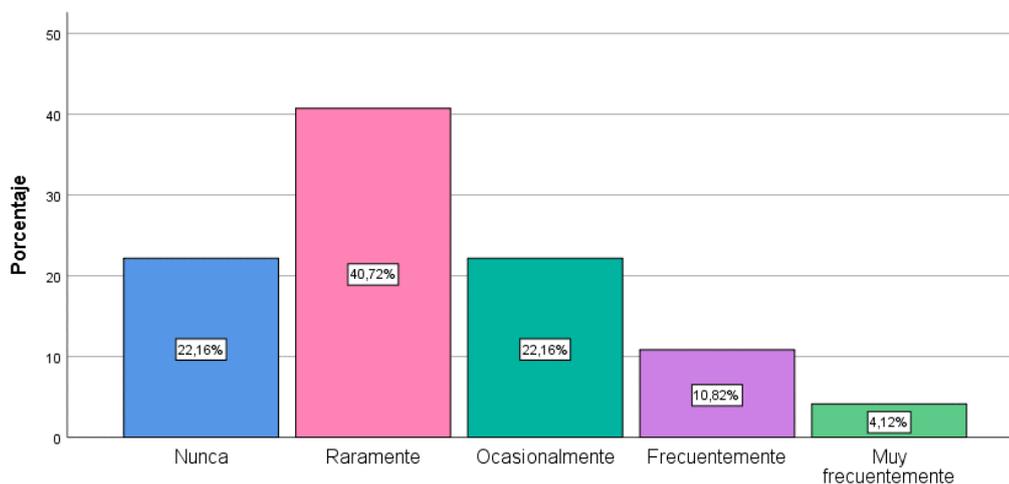


Figura 13. Campañas organizadas por la institución.

En la tabla 13 se puede ver que del total de 194 estudiantes encuestados el 40,72% manifestaron que raramente hubo campañas de salud organizadas por la I.E. N°20986-676 sobre la prevención del embarazo adolescente, un 22,16% manifestaron que nunca, otro 22,16% que ocasionalmente, mientras que el 10,82% frecuentemente y otro 4,12% muy frecuentemente.

Tabla 14. *Difusión de los flyers del Hospital Regional de Huacho.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	42	21,6	21,6	21,6
Raramente	73	37,6	37,6	59,3
Ocasionalmente	46	23,7	23,7	83,0
Frecuentemente	24	12,4	12,4	95,4
Muy frecuentemente	9	4,6	4,6	100,0
Total	194	100,0	100,0	

Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)

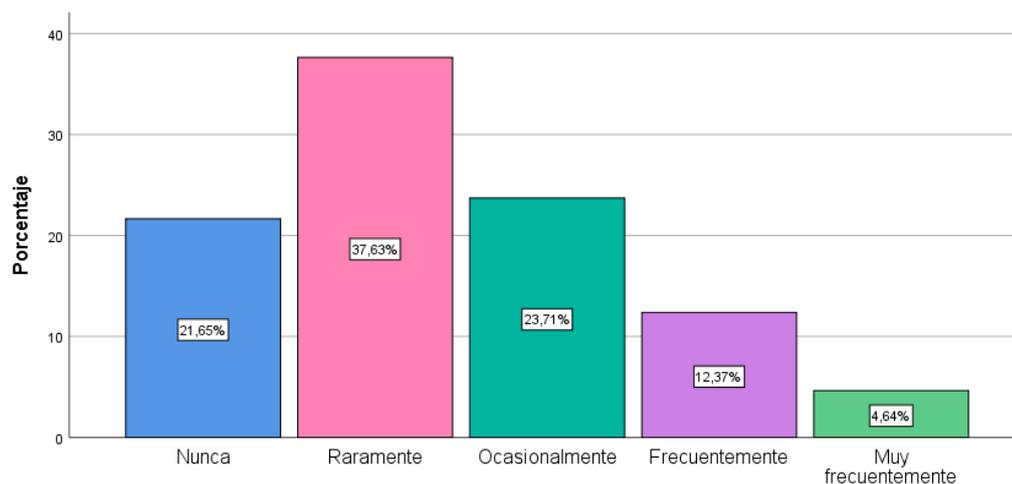


Figura 14. *Difusión de los flyers del Hospital Regional de Huacho.*

En la tabla 14 se puede ver que del total de 194 estudiantes encuestados el 37,63% manifestaron que raramente hubo apoyo de la institución educativa en la distribución de flyers sobre la prevención del embarazo adolescente realizados por el Hospital Regional, un 23,71% manifestaron que ocasionalmente, otro 21,65% que nunca, mientras que el 12,37% frecuentemente y otro 4,64 % muy frecuentemente.

Tabla 15. Difusión de los trípticos del Hospital Regional de Huacho.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	46	23,7	23,7	23,7
Raramente	68	35,1	35,1	58,8
Ocasionalmente	48	24,7	24,7	83,5
Frecuentemente	25	12,9	12,9	96,4
Muy frecuentemente	7	3,6	3,6	100,0
Total	194	100,0	100,0	

Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)

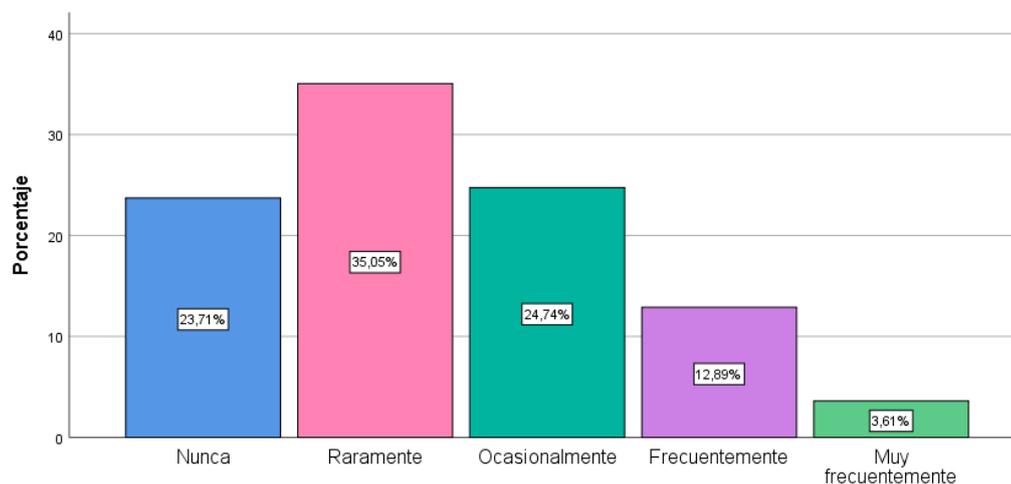


Figura 15. Difusión de los trípticos del Hospital Regional de Huacho.

En la tabla 15 se puede apreciar que del total de 194 estudiantes encuestados el 35,05% manifestaron que raramente hubo apoyo de la I.E. N°20986-676 en la distribución de trípticos sobre la prevención del embarazo adolescente realizados por el Hospital Regional, un 24,74% manifestaron que ocasionalmente, otro 23,71% que nunca, mientras que el 12,69% frecuentemente y otro 3,61% muy frecuentemente.

Tabla 16. Lectura de los trípticos del Hospital Regional de Huacho.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	57	29,4	29,4	29,4
Raramente	63	32,5	32,5	61,9
Ocasionalmente	49	25,3	25,3	87,1
Frecuentemente	18	9,3	9,3	96,4
Muy frecuentemente	7	3,6	3,6	100,0
Total	194	100,0	100,0	

Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)

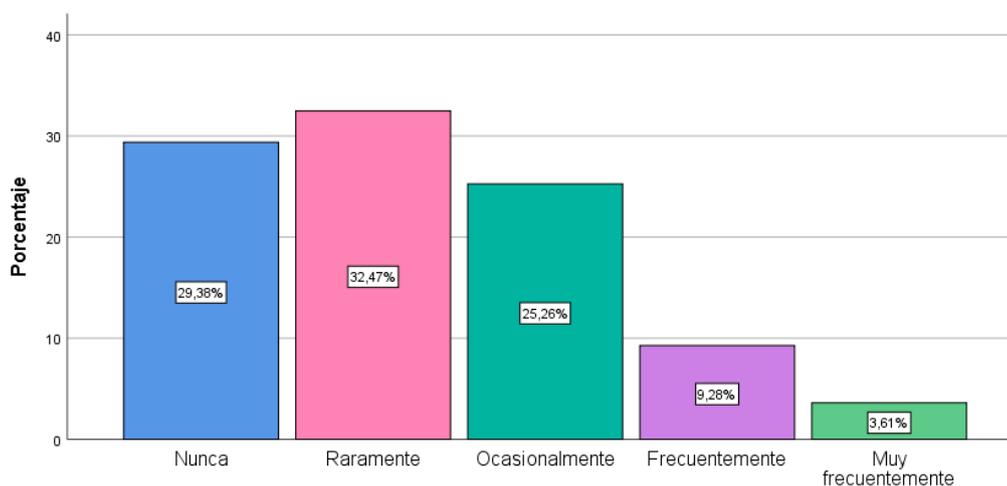


Figura 16. Lectura de los trípticos del Hospital Regional de Huacho.

En la tabla 17 se ve que del total de 194 estudiantes encuestados el 32,05% manifestaron que raramente hubo apoyo de la I.E. N°20986-676 en la distribución de trípticos sobre la prevención del embarazo adolescente realizados por el Hospital Regional, un 24,74% manifestaron que ocasionalmente, otro 23,71% que nunca, mientras que el 12,89% frecuentemente y otro 3,61 % muy frecuentemente.

Tabla 17. Talleres lúdicos creativos como medio de información.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	63	32,5	32,5	32,5
	Raramente	61	31,4	31,4	63,9
	Ocasionalmente	43	22,2	22,2	86,1
	Frecuentemente	21	10,8	10,8	96,9
	Muy frecuentemente	6	3,1	3,1	100,0
	Total	194	100,0	100,0	

Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)

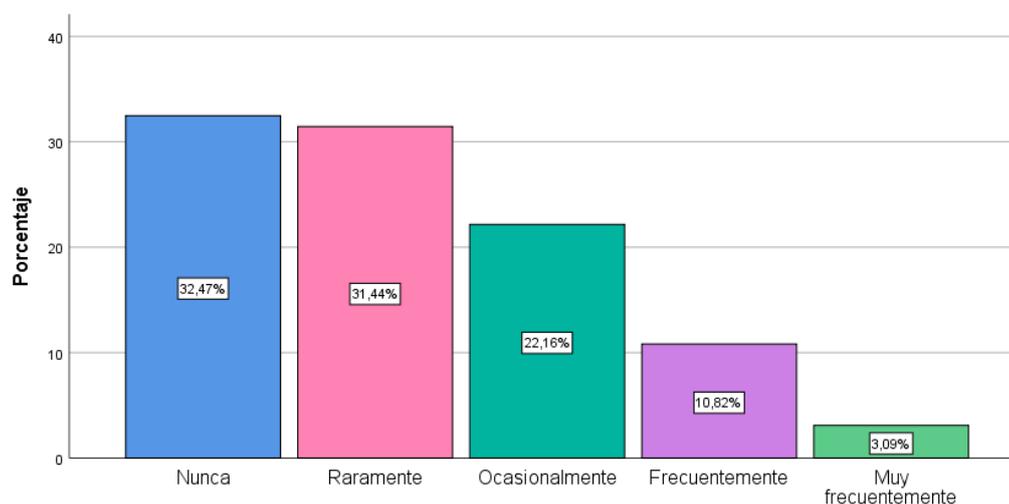


Figura 17. Talleres lúdicos creativos como medio de información.

En la tabla 17 se aprecia que del total de 194 estudiantes encuestados el 32,05% manifestaron que raramente hubo apoyo de la institución educativa en la distribución de trípticos sobre la prevención del embarazo adolescente realizados por el Hospital Regional, un 24,74% manifestaron que ocasionalmente, otro 23,71% que nunca, mientras que el 12,89% frecuentemente y otro 3,61% muy frecuentemente.

Tabla 18. Sesiones simuladas través de talleres lúdicos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	72	37,1	37,1	37,1
	Raramente	70	36,1	36,1	73,2
	Ocasionalmente	37	19,1	19,1	92,3
	Frecuentemente	13	6,7	6,7	99,0
	Muy frecuentemente	2	1,0	1,0	100,0
	Total	194	100,0	100,0	

Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)

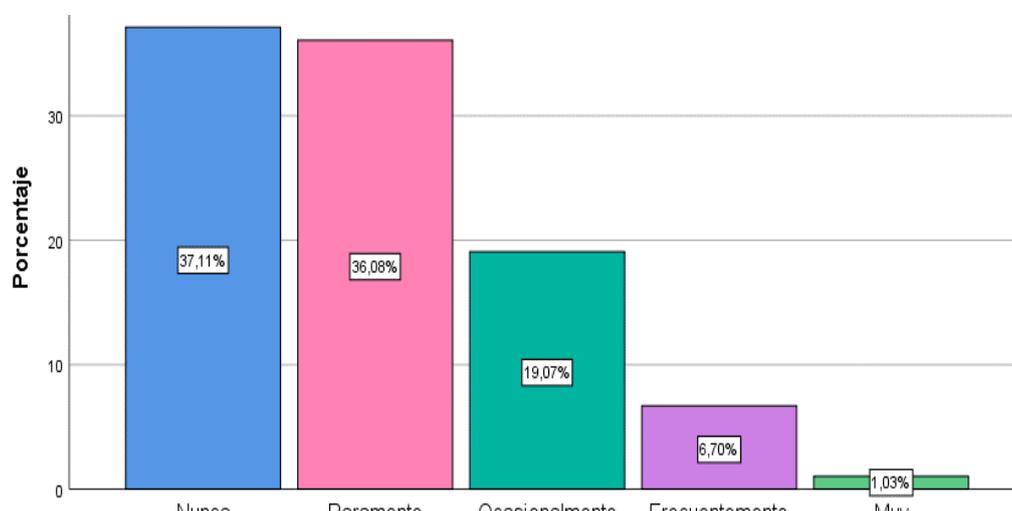


Figura 18. Sesiones simuladas través de talleres lúdicos.

En la tabla 18 se obtiene que del total de 194 estudiantes encuestados el 37,11% manifestaron que nunca hubo sesiones simuladas a través de talleres lúdicos referente a la prevención del embarazo adolescente en la I.E. N°20986-676, un 36,00% manifestaron que raramente, otro 19,07% que ocasionalmente, mientras que el 6,7% frecuentemente y otro 1,0 % muy frecuentemente.

Tabla 19. Uso de periódicos murales como medio de información.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	55	28,4	28,4	28,4
	Raramente	65	33,5	33,5	61,9
	Ocasionalmente	47	24,2	24,2	86,1
	Frecuentemente	20	10,3	10,3	96,4
	Muy frecuentemente	7	3,6	3,6	100,0
	Total	194	100,0	100,0	

Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)

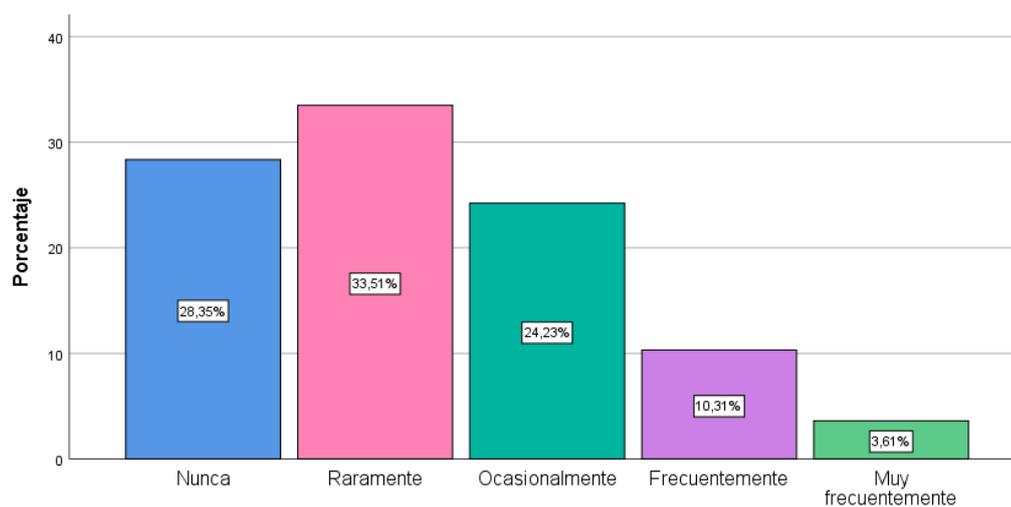


Figura 19. Uso de periódicos murales como medio de información.

En la tabla 19 se puede ver que del total de 194 estudiantes encuestados el 33,51% manifestaron que raramente se informó sobre la prevención del embarazo adolescente en los periódicos murales de la institución educativa, un 28,4% manifestaron que nunca, otro 24,2% que ocasionalmente, mientras que el 10,3% frecuentemente y otro 3,6 % muy frecuentemente.

Tabla 20. Uso de periódicos para difundir información sobre métodos anticonceptivos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	45	23,2	23,2	23,2
Raramente	66	34,0	34,0	57,2
Ocasionalmente	47	24,2	24,2	81,4
Frecuentemente	24	12,4	12,4	93,8
Muy frecuentemente	12	6,2	6,2	100,0
Total	194	100,0	100,0	

Fuente propia. (Datos obtenidos del programa SPSS v.25)

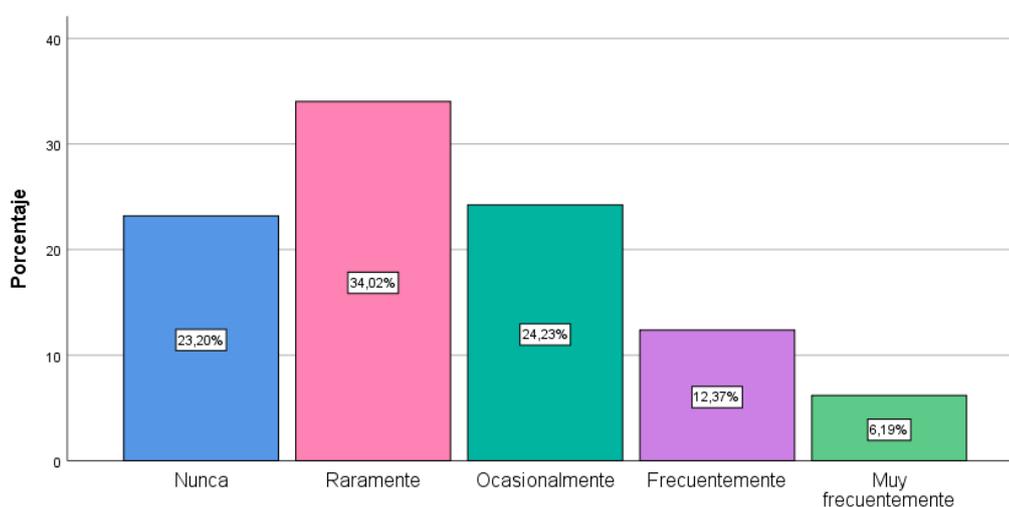


Tabla 20. Uso de periódicos para difundir información sobre métodos anticonceptivos.

En la tabla 20 se ve que del total de 194 estudiantes encuestados el 34,02% manifestaron raramente se informó sobre los métodos anticonceptivos en los periódicos murales de la I.E. N°20986-676, un 24,23% manifestaron que ocasionalmente, otro 23,20% que nunca, mientras que 12,37% frecuentemente y 6,19% muy frecuentemente.

## 4.2 Contrastación de hipótesis

### Hipótesis General

Ho: La frecuencia de uso de las herramientas de comunicación para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022 no es regular.

Ha: La frecuencia de uso de las herramientas de comunicación para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022 es regular.

**Tabla 21**

*Distribución de frecuencia y porcentaje respecto al uso de herramientas de comunicación para la prevención del embarazo adolescente en la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	6	3,1	3,1	3,1
	Medio	87	44,8	44,8	47,9
	Alto	101	52,1	52,1	100,0
	Total	194	100,0	100,0	

Elaboración propia. (Datos obtenidos del programa SPSS, versión 25)

En la tabla 21 se presenta que, en relación al uso de herramientas de comunicación relacionados a la prevención del embarazo adolescente en la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, un 52,1% de los estudiantes encuestados mostraron un nivel alto de uso, otro 44,8% evidenciaron un nivel medio y, finalmente, un nivel bajo de 3,1%.

### Hipótesis Especifica 1

Ho: La frecuencia del uso de las redes sociales para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022 no es regular.

Ha: La frecuencia del uso de las redes sociales para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022 es regular.

**Tabla 22**

*Distribución de frecuencia y porcentaje respecto al uso de redes sociales para la prevención del embarazo adolescente en la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	174	89,7	89,7	89,7
	Medio	20	10,3	10,3	100,0
	Total	194	100,0	100,0	

Elaboración propia. (Datos obtenidos del programa SPSS, versión 25)

En la tabla 22 se presenta que, en relación al uso de redes sociales relacionados a la prevención del embarazo adolescente en la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, un 89,7% de los estudiantes encuestados mostraron un nivel bajo de uso y un nivel medio de 10,3%.

### **Hipótesis Específica 2**

Ho: La frecuencia del uso de las videoconferencias para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022 no es regular.

Ha: La frecuencia del uso de las videoconferencias para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022 es regular.

**Tabla 23**

*Distribución de frecuencia y porcentaje respecto al uso de videoconferencias para la prevención del embarazo adolescente en la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	88	45,4	45,4	45,4
	Medio	105	54,1	54,1	99,5
	Alto	1	,5	,5	100,0
	Total	194	100,0	100,0	

Elaboración propia. (Datos obtenidos del programa SPSS, versión 25)

En la tabla 23 se presenta que, en relación al uso de videoconferencias relacionados a la prevención del embarazo adolescente en la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres

Huacho, un 54,1% de los estudiantes encuestados mostraron un nivel medio de uso, otro 45,4% evidenciaron un nivel bajo y, finalmente, un nivel alto de 5%.

### Hipótesis Específica 3

Ho: La frecuencia del uso de las campañas de comunicación de salud para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022 no es regular.

Ha: La frecuencia del uso de las campañas de comunicación de salud para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022 es regular.

### Tabla 24

*Distribución de frecuencia y porcentaje respecto al uso de videoconferencias para la prevención del embarazo adolescente en la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	29	14,9	14,9	14,9
	Medio	116	59,8	59,8	74,7
	Alto	49	25,3	25,3	100,0
	Total	194	100,0	100,0	

Elaboración propia. (Datos obtenidos del programa SPSS, versión 25)

En la tabla 24 se presenta que, en relación al uso de campañas de comunicación de salud relacionados a la prevención del embarazo adolescente en la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, un 59,8% de los estudiantes encuestados mostraron un nivel medio de uso, otro 25,3% evidenciaron un nivel alto y, finalmente, un nivel bajo de 14,9%.

## CAPITULO V

### DISCUSIÓN

#### 5.1 Discusión de resultados.

Con respecto a los resultados de la hipótesis general, sobre la frecuencia del uso de las herramientas de comunicación para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022, un 52,1% de los estudiantes señalaron tener una percepción con tendencia alta del uso de herramientas de comunicación, estos resultados coinciden con el estudio de Sánchez & García (2021) quienes concluyeron que, el uso de herramientas y plataformas cibernéticas para el ámbito educativo funciona en un nivel alto, dado que ayuda en la formación de jóvenes y en pro de una educación sexual.

En relación a los resultados de la primera hipótesis específica, sobre la frecuencia del uso de las redes sociales para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022, un 89,7% de los estudiantes señalaron tener una percepción con tendencia baja del uso de redes sociales, sin embargo estos resultados son contrarios al proyecto de intervención realizado por la Secretaría de Salud en Tlaxcala (2021) denominado “prevención de embarazo adolescente en redes sociales” donde se demuestra que se hace uso de la red social Facebook e Instagram donde se obtuvieron más de 8 millones de visualizaciones, 503 mil 864 reproducciones de vídeos y 90 mil sesiones con información sobre la prevención del embarazo en universitarios (IPEU). Asimismo, Nycander (2018) en su estudio sobre Campaña de Prevención del Embarazo Adolescente “Infórmate Sin Paltas”, demostró que el 94% de adolescentes de las zonas urbanas son consideradas internautas que utilizan aproximadamente 6 veces por semana el internet, las mismas que en un 96% están registradas en Facebook, siendo un resultado alto en admisión a la información por medio de las redes sociales con respecto al embarazo adolescente.

En referencia a los resultados de la segunda hipótesis específica, sobre la frecuencia del uso de las videoconferencias para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022, un 54,1% de los estudiantes señalaron tener una tendencia baja en el uso de videoconferencias; sin embargo, estos resultados coinciden con el trabajo de investigación de Ochoa (2017) sobre el uso de la comunicación multimedia como instrumento de mejora en prevención de embarazos en adolescentes de la unidad educativa 24 de mayo, del Cantón Quevedo, donde manifiesta que

las charlas virtuales de educación sexual se realizan ocasionalmente y repetitivas, además la falta de materiales multimedia hace que las adolescentes no muestren interés por informarse.

Asimismo en resultados de la tercera hipótesis específica, sobre la frecuencia del uso de las campañas de comunicación de salud para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022, un 59,8% de los estudiantes señalaron tener una percepción media sobre el uso de campañas de comunicación, estos resultados son similares al estudio de Guerrero y Reyes (2022) sobre Estrategia Comunitaria para mejorar la percepción sobre el embarazo adolescente en la Institución Educativa de Mórrope Lambayeque, donde un 59,8% de estudiantes señalaron que el embarazo adolescente impacta de manera significativa en su vida social y un 68,9% señalaron que iniciar su vida sexual siendo menor de edad no es apropiado, asimismo el diseño de la campaña se basó en talleres que busca mejorar el conocimiento de sexualidad en los adolescentes, efectos del embarazo y métodos anticonceptivos, también el desarrollo de propuestas de solución, demostrando ser un resultado alto en acceso a la información a través de las campañas de salud con respecto al embarazo precoz.

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 Conclusiones

1. En relación a la hipótesis general se obtuvo lo siguiente: la frecuencia de uso de las herramientas de comunicación para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022 es regular, pero de acuerdo a las tablas de frecuencia se obtuvo altos resultados con respecto al uso herramientas de comunicación, pese a ello, aún hay presencia de embarazos adolescentes, lo que representa un uso inadecuado de redes sociales, videoconferencias y campañas de comunicación de salud.
2. En relación a la primera hipótesis específica, se obtuvo lo siguiente: la frecuencia del uso de las redes sociales para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022 es regular, pero de acuerdo a las tablas de frecuencia se obtuvo bajos resultados con respecto al uso de redes sociales, esto quiere decir que no se están usando las redes sociales para la difusión de flyers o videos relacionados a la prevención del embarazo adolescente.
3. En relación a la segunda hipótesis específica, se obtuvo lo siguiente: la frecuencia del uso de las videoconferencias para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022 es regular, coincidiendo con las tablas de frecuencia, donde se obtuvo un resultado medio con respecto al uso de videoconferencia, aun así, consideramos que no se están realizando reuniones en Google Meet o ponencias con profesionales de salud de manera continua sobre la prevención del embarazo adolescente.
4. En relación a la tercera hipótesis específica: la frecuencia del uso de las campañas de comunicación de salud para la prevención del embarazo adolescente, de parte de la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho, 2022 es regular, coincidiendo con las tablas de frecuencia, donde se obtuvo un resultado medio con respecto al uso de campañas de comunicación de salud, para este último resultado insistimos que se están realizando erróneamente las coordinaciones con los centros de salud para la realización de campañas de salud sobre la prevención del embarazo adolescente

## 6.2 Recomendaciones.

- 1) De acuerdo a nuestra investigación tenemos conocimiento que utilizan las herramientas de comunicación, pero no de modo correcto, lo que limita a la I.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho llevar un mensaje más efectivo referente a la importancia de la prevención del embarazo adolescente a sus estudiantes. Por lo que se recomienda emplear estas herramientas de comunicación de manera más eficaz, en las redes sociales crear contenidos más creativos, las videoconferencias deben ser más dinámicas, en lo que respecta a las campañas de comunicación trabajar con los talleres lúdicos y las sesiones simuladas sobre las consecuencias del embarazo adolescente, reforzar periódicos murales, pero con información también creativa, precisa y mensajes sencillos, ya que está dirigido a estudiantes adolescentes.
- 2) Los directivos de la I.E.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho debe enfatizar en el uso de las redes sociales como espacio para la interacción y de entretenimiento para los adolescentes, en donde se recomienda crear contenidos creativos sobre la prevención del embarazo adolescente a través de flyers o videos de corta duración, de fácil entendimiento y de mayor alcance para los estudiantes.
- 3) Los tutores de los diferentes niveles de educación secundaria de la I.E.E. N°20986-676 San Martín de Porres Huacho deben fortalecer las actividades de educación sexual a través de videoconferencias, un medio de uso común para la comunidad académica, que al estar presentes en diversos dispositivos es accesible a ellos, por tal motivo se recomienda informar y enseñar, sacarle provecho a esta herramienta del Google Meet para la realización de reuniones de tutoría o ponencias a cargo de profesionales de la salud para hablar sobre la prevención del embarazo adolescente.
- 4) Los directivos deben coordinar con el Hospital Regional de Huacho para la realización frecuente de campañas de comunicación de salud relacionadas a la prevención del embarazo adolescente, con un enfoque más creativo, participativo, innovador para llegar a los estudiantes de manera virtual y presencial, espacio que permitirá analizar sus dudas de manera más cercana y cómoda.

## REFERENCIAS

- Bustamante, L., Cadillo, M. (2019) tesis Herramientas de Comunicación en los Trabajadores de la Empresa Prestadora de Servicios de la Provincia de Barranca 2019. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Perú 2022.
- Diamdra, S. (2018) tesis Estrategia de comunicación para sensibilizar a los estudiantes del 5to año “A” de secundaria de la Institución Educativa “Juan Manuel Iturregui” en acciones de prevención del embarazo adolescente, Lambayeque 2017. Universidad Señor de Sipán Lambayeque, Perú.
- Guerrero y Reyes (2022) tesis Estrategia Comunitaria para mejorar La Percepción sobre el Embarazo Adolescente en la Institución Educativa de Mórrope Lambayeque. Universidad Señor de Sipán.
- Guzmán, K., & Terrazas M. (2017) tesis Estrategia Comunicacional: Prevención del Embarazo no Planificado en Estudiantes de la Umsa. Universidad Mayor de San Andrés La Paz, Bolivia.
- Muñoz, J., Flórez, A. & González, D. (2019) tesis Aporte desde la comunicación para el cambio social a la Prevención Del Embarazo Adolescente, Caso Institución Educativa Juana De Caicedo Y Cuero De Cali 2018-2019. Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium de Santiago de Cali, Colombia.
- Nycander (2018) tesis campaña de Prevención del Embarazo Adolescente “Infórmate Sin Paltas”, Lima Perú. Universidad de Lima.
- Ortiz, D. (2021) tesis Embarazo Adolescente en Colombia: Abordaje desde las Campañas Educativas de Prevención. Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, Colombia.
- Urbano, K. (2021) tesis Campaña de comunicación para contribuir a la prevención del embarazo adolescente en alumnas de la I.E. “María Negrón Ugarte” – 2019. Universidad Nacional de Trujillo, Perú.
- Valero, L. (2021) tesis Diseño de Acciones de Comunicación para la Prevención Del Embarazo a temprana edad para escolares de últimos años. Universidad Autónoma de Occidente de Santiago de Cali, Colombia.
- Zambrano, M. (2020) tesis Estrategia de Comunicación para el cambio social en la prevención del embarazo adolescente en la I.E. 14793, Sullana 2020. Universidad Privada Antenor Orrego Sullana Perú.

### 7.2 Fuentes bibliográficas

- Baena, G. (2014). Metodología de la investigación. México, D.F.: Grupo Editorial Patria.
- Bernal, A. (2010). Metodología de la Investigación Científica. Perú: Editorial San Marcos
- Carrasco, S. (2005). Metodología de la Investigación Científica. Perú: Editorial San Marcos

Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (2014) Metodología de La Investigación 5ta Edición. México: McGraw Hill. México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V

Pinto, R. (2007). Metodología de la Investigación Científica. Perú: Editorial San Marcos E. I. R. L. editor.

### 7.3 Fuentes hemerográficas

No aplica.

### 7.4 Fuentes electrónicas

Acibeiro, M. (2021). ¿Qué son las redes sociales y para qué sirven? Obtenido de: <https://es.godaddy.com/blog/que-son-las-redes-sociales-y-para-que-sirven/>

Berlanga, L. (2002). Qué es Facebook, cómo funciona y qué te puede aportar esta red social. Obtenido de: <https://www.ciudadano2cero.com/que-es-facebook/>

Byam, N. (2013). The Handbook of Internet Studies. Obtenido de: [https://books.google.com.pe/books?id=3CakiQW\\_GVAC&pg=PA386&dq=Ellison+y+Boyd+facebook&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjU\\_Mby5qv7AhVmI7kGHU5bAEwQ6AF6BAgCEAI#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=3CakiQW_GVAC&pg=PA386&dq=Ellison+y+Boyd+facebook&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjU_Mby5qv7AhVmI7kGHU5bAEwQ6AF6BAgCEAI#v=onepage&q&f=false)

Castañeda, M, Cabrera, A, Navarro, & Vries, W. (2013). Procesamiento de datos y análisis estadísticos utilizando SPSS Un libro práctico para investigadores y administradores educativos. Obtenido de: [https://www.researchgate.net/profile/Alberto-Cabrera/publication/261704346\\_Procesamiento\\_de\\_datos\\_y\\_analisis\\_estadisticos\\_utilizando\\_SPSS\\_Un\\_libro\\_practico\\_para\\_investigadores\\_y\\_administradores\\_educativos/links/00b4953510e4a0dd01000000/Procesamiento-de-datos-y-analisis-estadisticos-utilizando-SPSS-Un-libro-practico-para-investigadores-y-administradores-educativos.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alberto-Cabrera/publication/261704346_Procesamiento_de_datos_y_analisis_estadisticos_utilizando_SPSS_Un_libro_practico_para_investigadores_y_administradores_educativos/links/00b4953510e4a0dd01000000/Procesamiento-de-datos-y-analisis-estadisticos-utilizando-SPSS-Un-libro-practico-para-investigadores-y-administradores-educativos.pdf)

Celaya, J, Herrera, P (2007). Comunicación empresarial 2.0. La función de las nuevas tecnologías sociales en la estrategia de comunicación empresarial. Obtenido de: <https://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/162/8/978-84-611-9437-7.pdf>

Fernandez, Y. (2021). Qué es TikTok, de dónde viene y qué ofrece la red social de vídeos. Obtenido de: <https://www.xataka.com/basics/que-tiktok-donde-viene-que-ofrece-red-social-videos#:~:text=En%20cuanto%20a%20su%20funcionamiento,y%20caracter%20ADsticas%20de%20realidad%20aumentada>

Hernández, L. (2006). Estrategia de intervención PERIÓDICO MURAL. Obtenido de: <https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/470/6%20periodico%20mural.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lavagna, L. (2022). ¿Qué es Instagram, para qué sirve y cuáles son las ventajas de esta red social?. Obtenido de: <https://webescuela.com/que-es-instagram-para-que-sirve/#:~:text=en%20el%20mundo%E2%80%9D.->

,%C2%BFPara%20qu%C3%A9%20sirve%20Instagram%3F,convierta%20en%20una%20imagen%20profesional

- Marín, N. (2009). Taller Lúdico como creación de un Espacio de Construcción de Identidad desde la Experiencia de La “Narrativa Teatral para un Trabajo Social Crítico”. Obtenido de:  
[http://vip.ucaldas.edu.co/eleuthera/downloads/Eleuthera3\\_3.pdf](http://vip.ucaldas.edu.co/eleuthera/downloads/Eleuthera3_3.pdf)
- Ministerio de Salud y Protección Social (2015). Prevención del embarazo en la adolescencia. Obtenido de:  
<https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/ssr/Paginas/Prevencion-del-embarazo-en-la-adolescencia.aspx>
- Moreno, V. (2018). Moreno, V. 2018 Políticas Públicas de Prevención del Embarazo Adolescente en los ámbitos internacional, nacional y Tamaulipas Internacional. Obtenido de:  
[https://books.google.com.pe/books?id=p1z9DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=embarazo+adolescente&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=p1z9DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=embarazo+adolescente&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Navarro, J. Definición de Periódico Mural. Obtenido de:  
<https://www.definicionabc.com/social/periodico-mural.php>
- Organización Mundial de la Salud (2022). Embarazo en la adolescencia. Obtenido de:  
<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/adolescent-pregnancy>
- Peiró, R. (2021). Videoconferencia Obtenido de  
<https://economipedia.com/definiciones/videoconferencia.html>
- Pinto, M. (2006). Herramientas de Comunicación. Obtenido de:  
<http://www.mariapinto.es/alfineees/comunicacion/que.htm#:~:text=DEFINICI%C3%93N,%2C%20en%20definitiva%2C%20de%20informaci%C3%B3n>
- Ríos, F. Barbosaz, J. & Páez, H (2020). Herramientas de Comunicación. Obtenido de:  
<https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>
- Rivero, J. (2019). Todas las características de las redes sociales. Obtenido de:  
<https://neetwork.com/caracteristicas-de-las-redes-sociales/>
- Romero, L. (2012). ¿Qué es una campaña Social?. Obtenido de:  
<http://octavoitsclenglite.blogspot.com/2012/07/que-es-una-campana-social.html>
- Rojas, P.(2022). Monetiza tu Instagram. Obtenido de:  
[https://www.lideditorial.com/sites/default/files/empieza\\_a\\_leer\\_-\\_monetiza\\_tu\\_instagram.pdf](https://www.lideditorial.com/sites/default/files/empieza_a_leer_-_monetiza_tu_instagram.pdf)
- Sanchez & García ( 2021) “El uso de herramientas y plataformas digital como estrategia de educación sexual para jóvenes universitarios, Obtenido de  
<https://intoleranciadiario.com/tlax/articles/2021/02/04/973991-difunde-sesa-prevencion-de-embarazo-adolescente-en-redes-sociales.html>

Secretaría de Salud en Tlaxcala (2021) en su programa denominado prevención de embarazo adolescente en redes sociales obtenido de:

<https://intoleranciadiario.com/tlax/articulos/2021/02/04/973991-difunde-sesa-prevencion-de-embarazo-adolescente-en-redes-sociales.html>

Tillman, M. (2022). ¿Qué es el Zoom y cómo funciona? Además de consejos y trucos.

Obtenido de: <https://www.pocket-lint.com/es-es/aplicaciones/noticias/151426-que-es-zoom-y-como-funciona-mas-consejos-y-trucos>

Vicent, J. (2022). Qué es Google Meet y cómo usarlo Obtenido de:

<https://www.trecebits.com/2020/04/27/que-es-google-meet-y-como-usarlo/>

Zarate, C. (2021) Tik Tok: Cómo sirve a los medios de comunicación. Obtenido de:

<https://www.clasesdeperiodismo.com/2021/03/30/tik-tok-como-sirve-a-los-medios-de-comunicacion/>