

Yo Pedro Jean Paul Rodriguez Tanta identificado con DNI N° 48464580
 egresado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la
 Universidad César Vallejo, autorizo () , No autorizo () la divulgación y
 comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado
"Estrategias de Publicidad social en facebook para mejorar la competencia
"Construye su....."; en el Repositorio Institucional de la UCV
 (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822,
 Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



FIRMA

DNI: 48464580

FECHA: 16 de Julio del 2018.






Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Vicerectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Estrategias de publicidad social en Facebook para mejorar la competencia
“Construye su identidad” en los alumnos del primer grado de educación
secundaria de la I.E. Ricardo Palma, Trujillo – 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR:

Rodríguez Tanta, Pedro Jean Paul

ASESORES:

Metodólogo: Mg. Raúl Rivero Ayllón

Temático: Dr. Alfieri Diaz Arias

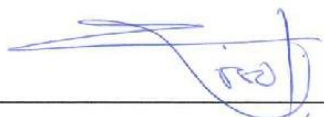
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea.

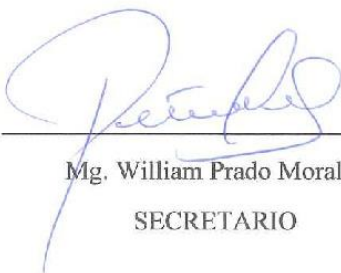
Trujillo – Perú

2018

PÁGINA DEL JURADO



Mg. Raúl Rivero Ayllón
PRESIDENTE



Mg. William Prado Morales
SECRETARIO



Dr. Alfieri Díaz Arias
VOCAL

DEDICATORIA

A mi motor y motivo, mi familia.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por darme la vida y salud.

A mi familia, por el sustento y apoyo incondicional en esta etapa de mi vida.

A mis asesores, por encaminarme por día a día hacia la correcta elaboración de esta investigación.

A Karla Grados, mi instructora, por darme su ayuda desinteresada, y que con su vasto conocimiento en el tema guió el rumbo de la presente investigación.

A mis padres, Soledad y Andrés, ya que sin ellos no hubiese llegado hasta aquí.

A todos mis amigos, ya que juntos nos hemos ido formando profesionalmente durante estos cinco largos años de carrera.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Pedro Jean Paul Rodríguez Tanta, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 72084242, con su tesis titulada: “Estrategias de publicidad social en Facebook para mejorar la competencia “Construye su identidad” en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I.E. Ricardo Palma, Trujillo – 2018, declaro bajo juramento que:

1. La tesis es de mi autoría.
2. He respetado las normas institucionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados, y por tanto, los resultados que se presenten en la tesis se construirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude, plagio, autoplagio, piratería o falsificación asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, 6 de julio del 2018

Rodríguez Tanta, Pedro Jean Paul

DNI N°: 48464580

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

Cumpliendo con el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, pongo a su disposición el presente informe de investigación denominado: “Estrategias de publicidad social en Facebook para mejorar la competencia “Construye su identidad” en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I.E. Ricardo Palma, Trujillo – 2018”, la misma que pongo a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

INDICE

PÁGINA DEL JURADO	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTOS	4
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	5
PRESENTACIÓN	6
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
1. INTRODUCCIÓN	11
1.1 Realidad problemática	11
1.2 Trabajos previos	13
1.2.1 Internacionales	13
1.2.2 Nacionales	14
1.2.3 Locales	15
1.3 Teoría relacionada al tema	16
1.3.1 Teoría de la publicidad social	16
1.3.2 Publicidad	16
1.3.3 Publicidad Social	20
1.3.4 Proceso de la Publicidad Social	20
1.3.5 Concepto y mensaje en la Publicidad Social	21
1.3.6 Recursos creativos en la Publicidad Social	21
1.3.7 La Publicidad Social como recurso educativo	21
1.3.8 Medios Digitales	21
1.3.9 Facebook	22
1.3.10 Educación	22
1.3.11 Proceso de enseñanza de aprendizaje	23
1.3.12 Competencia “Construye su identidad”	23
1.3.13 Capacidades de la competencia “Construye su identidad”	23
1.3.14 Capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable”	24
1.3.15 Importancia del desarrollo de la competencia “construye su identidad”	24
1.3.16 Sexualidad	24
1.3.17 Sexualidad y sociedad	24
1.3.18 Relaciones afectivas en adolescentes	25
1.3.19 Sexualidad en adolescentes	26

1.4	Formulación del problema	26
1.5	Justificación del estudio	27
1.6	Hipótesis	27
1.7	Objetivos	28
2.	MÉTODO.....	29
2.1	Diseño de investigación	29
2.2	Variables	29
2.3	Población y muestra	31
2.4	Criterios de selección	31
2.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	31
2.6	Métodos de análisis de datos	32
2.7	Aspectos éticos	32
3.	RESULTADOS.....	33
3.1	Tablas de comparaciones:	35
4.	DISCUSIÓN.....	38
5.	CONCLUSIONES.....	43
6.	RECOMENDACIONES	44
7.	REFERENCIAS	45
	ANEXOS.....	51

RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado “Estrategias de publicidad social en Facebook para mejorar la competencia “Construye su identidad” en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I.E. Ricardo Palma, Trujillo – 2018” desarrolla historietas (comics) como idea creativa de la publicidad social, misma que es transmitida a través de Facebook para mejorar los conocimientos sobre su educación sexual y temas referidos a la misma.

Esta investigación es preexperimental transversal, ya que es a corto plazo, por otro lado, para obtener los resultados que requieren dicha investigación que son un pretest y un post test, se utilizaron cuestionarios, mismos que determinaron el nivel de entendimiento de publicidad social en Facebook y el nivel de conocimiento de la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable, y temas relacionas a este.

Así mismo, luego de la aplicación del instrumento de evaluación se determinó que los alumnos mejoraron en cuanto a sus conocimientos sobre educación sexual, que está enmarcado dentro de la competencia, esto es gracias a las estrategias creativas de publicidad social utilizadas a través de la red social Facebook, por lo tanto, la utilización de dichas estrategias pueden ser utilizadas por cualquier investigador que desee profundizar más en el tema.

Palabras claves: Competencia “Construye su identidad”, publicidad social, Facebook, educación sexual, alumnos.

ABSTRACT

This research work called "Strategies of social advertising on Facebook to improve competition" Builds your identity "in students of the first grade of secondary education of the I.E. Ricardo Palma, Trujillo - 2018 "develops comics as a creative idea of social advertising, which is transmitted through Facebook to improve knowledge about their sexual education and issues related to it.

This research is cross-sectional pre-experimental, since it is short-term, on the other hand, to obtain the results that require such research, which are a pre-test and a post-test, questionnaires were used, which determined the level of understanding of social advertising on Facebook and the level of knowledge of the competence "Build your identity" in the capacity "Live your sexuality in a full and responsible way, and related issues to this.

Likewise, after the application of the evaluation instrument, it was determined that the students improved in their knowledge of sexual education, which is framed within the competence, this is thanks to the creative strategies of social advertising used through the network Social Facebook, therefore, the use of such strategies can be used by any researcher who wants to delve more deeply into the subject.

Keywords: Competition "Build your identity", social advertising, Facebook, sex education, students.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

El mundo ha sufrido constantes cambios a lo largo del tiempo y la humanidad no ha sido ajena a ello, hay muchas características que se han visto afectadas y una de ellas es la identidad. La Identidad se construye con el pasar del tiempo a través de la interacción con otros, es una cualidad que nos hace únicos, diferentes del resto, ya sea por nuestras creencias, costumbres, religión, opción sexual, etcétera.

Antiguamente se solía evitar ciertos temas que incluían tratar sobre sexualidad , es así como los niños, adolescentes, jóvenes, adultos y ancianos en muchas ocasiones se han visto envueltos en situaciones un tanto incómodas al momento de entablar conversaciones sobre ciertos temas que les cause vergüenza, hablar sobre sexualidad en épocas atrás era un “sacrilegio”, hasta se llegaba a considerar un tema tabú el hacerlo, sin embargo, los tiempos ya no son los mismos y las acciones que día a día observamos amerita tocar ciertos puntos sobre la sexualidad.

Giménez (2017) profesora de la Universidad Jaume I de Castelló (UJI), España; determinó que un 60% de jóvenes varones utiliza la internet para desarrollar su sexualidad de acuerdo con lo que ellos piensan, y un 13% las jóvenes féminas también lo utilizan.

En España un estudio realizado a 1.100 jóvenes entre las edades de 12 y 18 años de diferentes centros de estudio público se detectó que un 32% de estos pasan más de tres horas diarias en internet, mientras que un 17,5% solo lo utiliza menos de una hora diaria, y un 62% no toma ninguna planificación al momento de conectarse a internet desde cualquier plataforma virtual.

Las redes sociales han tenido la aceptación por la mayoría de los jóvenes y adolescentes alrededor del mundo, los que suelen utilizarlas tanto en computadoras de casa, cabinas de internet, aparatos móviles entre otras más, pudiendo acceder a ellas desde cualquier lugar y momento, estas son un puente de información masivo sobre temas variados, asimismo existe una fuerte orientación a tratar temas de sexualidad, ya sea por imágenes, textos, videos o audios; por lo que la utilización de las mismas para dicho tema es de suma importancia. Cristhian Escobar, principal colaborador de ESET-Ecuador, argumentó que niños con apenas once años de edad empiezan a crearse perfiles de Facebook, aunque las reglas de dicha red social solo permiten a personas de catorce años a más.

Nuestro país no es ajeno al crecimiento de adolescentes que acceden día a día a las redes sociales y las convierten en sus acompañantes a toda hora.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) afirmó que un 61,2% de adolescentes entre 12 y 17 años de edad utilizan Facebook como red social principal, por otro lado, el INEI en el primer trimestre del año 2017 aseguró que un 9% accede a internet desde una cabina pública, el 13.5% desde una computadora en el hogar, y el 28.8% accedió a internet desde un aparato móvil.

En un estudio realizado por IPSOS apoyo titulado “Perfil del Usuario de redes sociales” determinó que del 100% de las personas encuestadas, todas utilizan la red social Facebook, y que un 30% de los encuestados son adolescentes entre los 12 y 17 años de edad, quienes se crean perfiles de dicha red social, además de conectarse desde una Tablet o Smartphone, afirma Arnao (2016).

Muchas de las provincias del Perú han tenido un crecimiento poblacional considerable y la falta de atención por parte de las autoridades en el sector educación en lugares alejados ha ocasionado que muchos niños y adolescentes no reciban una educación de calidad, y solo estén recibiendo enseñanzas de cursos básicos.

En el distrito de Trujillo, departamento de La Libertad, los alumnos del 1° grado de educación secundaria de la Institución Educativa “Ricardo Palma” presentan ciertas deficiencias en cuanto a su educación sexual, y por ende, tienen miedo afrontar sus relaciones, por ejemplo, algunos toman sus relaciones amorosas a la ligera siendo influenciados por los estereotipos de la sociedad actual y de los medios de comunicación basando la responsabilidad en las malas decisiones que los adolescentes toman, sin embargo, es importante resaltar que la familia y amistades también son partícipes de ello.

Por otro lado, muchos de los alumnos suelen cohibirse al tratar sobre temas sexuales, asimismo hay quienes sienten vergüenza consultar con sus maestros y familiares más cercanos sobre la sexualidad y sus derivados y suelen recurrir a distintos medios para obtener conocimiento de ello, recibiendo en muchas ocasiones información errada que termina por confundirlos más.

Parte del problema mencionado tiene base en los profesores del curso de Persona Familia y Relaciones humanas, quienes al estar a cargo de dicha materia (En la malla curricular del curso está establecido tratar temas relacionados a la salud sexual, relaciones

interpersonales, etcétera), aún consideran un tema tabú el tratarlo con sus alumnos y al ser así no brindarles la información adecuada.

Dichos profesores tienen establecidos desarrollar competencias en sus sesiones de aprendizaje, y en este curso se desarrolla la competencia “Construye su identidad”, en la mencionada competencia el maestro debe lograr que el alumno se conozca a sí mismo, ya sea por su preferencias sexuales, religiosas, políticas, etcétera, sin embargo mediante los métodos tradicionales utilizados por los educadores no se ha podido lograr un avance con los pupilos en dicha competencia, ya que siguen presentando las mismas deficiencias en su educación sexual; si se continua con el problema descrito, los alumnos perderán el poco conocimiento obtenido en cuanto a la educación sexual, al respecto consideramos que el aporte de las Ciencias de la Comunicación mediante este proyecto de investigación podría ser a través de estrategias de publicidad como mecanismo de enseñanza para mejorar y reforzar el escaso conocimiento aprendido sobre la educación sexual.

1.2 Trabajos previos

1.2.1 Internacionales

García (2013) en su tesis “Propuesta del uso de Facebook como apoyo didáctico en las lecciones de Arte y Comunicación visual de los niños y las niñas de sexto grado de la escuela San Martín en San Carlos” afirmó que mediante la red social Facebook se puede potenciar las habilidades de los alumnos, esto es, dándole un uso correcto y adecuado, por otro lado indica que se puede utilizar dicha red como parte de las sesiones de aprendizaje para el beneficio de los alumnos, también comenta que Facebook se debe integrar en el proceso de aprendizaje de los profesores para que estén preparados a brindar una enseñanza de calidad a sus pupilos.

García (2015) en su tesis “Metodologías didácticas para la enseñanza y aprendizaje de las ciencias naturales en zonas rurales del municipio de Obando, Valle del Cauca” habla que es muy necesaria la aplicación de métodos didácticos en el aula, así mismo calara que estos ayudan al maestro a tener más contacto con el estudiante, García comenta que la utilización de métodos tradicionales suelen obstaculizar el nivel de aprendizaje en el alumno, ya que los tiempos han cambiado y también el modo de pensar de los educados, por otro lado indica que dichos métodos tradicionales no motivan a que los estudiantes pongan interés en clase.

Area (2009) en su tesis “Introducción a la Tecnología Educativa”, argumenta que la introducción de tecnologías digitales a los centros educativos es de suma urgencia, así como cambiar de manera inmediata la currícula escolar integrando nuevos parámetros de acorde a la época en la que vivimos, por otro lado, también plantea una completa capacitación a los docentes para que puedan estar aptos para plantear y organizar contenidos y estrategias en sus sesiones de aprendizaje.

Las tecnologías digitales, materiales didácticos de enseñanza y más, en distintos países marcó un cambio radical para la educación de sus naciones, la integración de estrategias de tal magnitud mejoró la calidad de la educación de sus estudiantes, tanto en las escuelas como en las universidades, a través de medidas como las que tomaron España, Argentina, México, crearon nuevos ambientes de estudio, en las que cada adolescente y joven puede desarrollar sus habilidades de manera efectiva; asimismo ciudades en pleno desarrollo toman como ejemplo las decisiones tomadas por dichos países.

1.2.2 Nacionales

Mercado (2014) en su tesis “La red social Facebook como recurso educativo complementario al aprendizaje de las habilidades orales del inglés en estudiantes de quinto año de educación secundaria de una institución educativa pública de lima metropolitana” indica que la red social Facebook es una herramienta de aprendizaje muy efectiva en pleno siglo XXI, ya que esta generación de estudiantes ha crecido con muchas plataformas virtuales de la mano y han formado parte de ellos desde pequeños, asimismo afirma que a través de dicha red social el profesor y alumno pueden tener interacción durante todo el día, y esto se puede aprovechar para la mejora educativa de los educados.

Urquiaga (2015) en su tesis “La red social Facebook como recurso que desarrolla la interdependencia positiva del aprendizaje colaborativo en estudiantes de cuarto año de educación secundaria en el área curricular de Historia, Geografía y Economía (HGE)”, argumenta que la utilización de la red social Facebook desarrolla un aprendizaje positivo en los estudiantes, esto es por su fácil utilización, por su dinamismo, interacción y por que resulta atractivo para ellos, así mismo Urquiaga concluyó que Facebook tiene un potencial formativo para propiciar un aprendizaje eficaz y favoreciendo a la enseñanza colaborativa del curso de Historia, Geografía y Economía.

López (2016) en su tesis “Estrategias didácticas utilizadas por el docente y logro de aprendizaje de los estudiantes del nivel secundario del área de matemática de las Instituciones Educativas ubicadas en el ámbito del distrito de Sihuas, año académico 2016”, midió las estrategias didácticas aplicadas por los maestros en el área de Matemática, dicha investigación fue ejecutada en varios centros educativos del distrito de Sihuas, Provincia de Ancash; López concluyó que dichos métodos didácticos si ayudan a los estudiantes a obtener una recepción asertiva de lo que están recibiendo, por ende al medirlas en un examen los resultados fueron sorprendentes; obteniendo como promedio entre 15 y 16, siendo estas las notas más altas.

1.2.3 Locales

Gutiérrez (2017) en su tesis “El Facebook como estrategia didáctica y su influencia en el desarrollo de la capacidad de comunicación docente-estudiantes en el III ciclo de odontología, Uladech, Trujillo”, determinó que la influencia de la red social Facebook puede ser utilizada como estrategia didáctica para el docente y hacer de ella una herramienta educativa para sus estudiantes para mejorar la comunicación de docente-alumno, al finalizar su investigación concluyó que el 83% de los estudiantes investigados manifestaron que Facebook si puede ser utilizada como método didáctico de enseñanza.

Los métodos didácticos son variados, de ahí depende las estrategias que el profesor utilice en sus sesiones de aprendizaje para fomentar y aumentar el desarrollo de las habilidades cognitivas en sus alumnos.

Pérez (2014) en su tesis “El software “Jclíc” para mejorar los niveles de comprensión lectora en los estudiantes del cuarto grado de educación primaria de la Institución Educativa “Miguel Ángel Buonarroti”, del distrito El Porvenir, Trujillo, 2013”, afirmó que la ejecución de dicho software si mejoró el nivel de comprensión de lectura en los alumnos de dicha institución, esto se hizo a través de rompecabezas, palabras cruzadas, ejercicios de texto, entre otras; Pérez concluyo que la utilización de software como este en la práctica educativa diaria es de suma importancia, ya que mediante estos se puede mejorar el nivel de educación en el País.

1.3 Teoría relacionada al tema

1.3.1 Teoría de la publicidad social

Alvarado (2010) define a la publicidad social como una herramienta comunicativa con contenidos y temáticas sociales, muy diferenciado y alejado de lo comercial.

Por otro lado, cada concepto que se trabaja en la publicidad social está enmarcado de acorde a las necesidades sociales que presenta la sociedad, ella busca aportar y contribuir de manera creativa a la solución de algún problema que presente la comunidad.

A través de mensajes muy creativos y emotivos, la publicidad social se trasmite a la población buscando concientizar y generar un cambio positivo frente a los problemas que ocasionan malestares en ella. La utilización de la publicidad social genera satisfacción por quienes lo utilizan, sobre todo cuando se ve el cambio positivo que la ciudadanía ha tenido.

Así mismo se puede considerar a la publicidad social como un instrumento de cambio social necesario en una sociedad llena de personas consumistas, y donde impera la publicidad comercial.

1.3.2 Publicidad

1.3.2.1 Definición

Treviño (2010) afirma que publicidad es una forma de comunicar ideas, es un mensaje transmitido a través de distintos medios, independientemente de cuales fueran. La publicidad, en palabras cortas, es comunicación.

García (2014) brinda una definición en particular sobre publicidad, él considera que es una herramienta comunicadora que se da inicio en agencias publicitarias y que su fin es el de generar una buena imagen acerca del producto o servicio que se está mostrando al público. Cabe recalcar que la publicidad es generada para verter información sobre un producto, servicio, algo en determinación.

O' Guin, C' Allen y T' Semenik (2007) consideran que cada persona tiene una definición distinta de publicidad, cada quien lo interpreta a su manera, por ejemplo para un director ejecutivo, la publicidad es una herramienta de marketing, para el bodeguero es una fuente a través de la cual puede atraer más gente a su negocio, para el planificador de medios es

una pieza fundamental en la que la empresa debe ponerle todo su empeño, ya que mediante ella y los medios, pueden mantener una comunicación directa con sus cliente potenciales actuales.

Partiendo desde el punto de vista de cada individuo, la publicidad puede ser interpretada de muchas maneras y formas, sin embargo, en cada deducción que se puede observar, hay algo en común, en todas ellas la publicidad comunica, transmite información a sus receptores.

Publicidad es comunicación, afirma García (2014), cuando una persona transmite mediante la comunicación alguna información siempre va de por medio una intención, dicha intención hace que el acto de comunicación se realice de diferentes maneras para llegar al objetivo deseado

Hernández (2014) comenta que la publicidad es un puente para establecer una relación entre los consumidores y fabricantes, y que, de ahí se integren al mundo de la producción y del consumo. Por otro lado, Hernández aclara y recalca que la publicidad es un medio importante para la economía de cualquier empresa o persona que esté vinculada en ella a través de sus negocios.

Por otro lado, Galán y Sánchez (2007) aclaran que la publicidad no es más que la emisión de información personal y remunerada, esto es mediante medios de comunicación, cualquiera que estos fueren, asimismo argumentan que la publicidad con los mensajes que transmiten trata de estimular la demanda de un producto o servicio, además de cambiar la opinión del consumidor para que pueda adquirir lo dispuesto en el mercado.

Para Thompson (2005) la publicidad es considerada la herramienta más poderosa en generar un consumo masivo de cualquier producto, servicio, idea u otro específico por los consumidores, siendo este el principal atractivo de las empresas y que para sus fines necesitan de la publicidad para cumplir sus metas y objetivos.

Cada autor define la publicidad de acuerdo a su criterio, brindan diferentes teorías de ella, diferentes conceptos, sin embargo todos llegan a una misma conclusión, publicidad es comunicación, es informar a otros acerca de algo o alguien.

1.3.2.2 Elementos

Ruiz (2013) indica que hay distintos elementos de la publicidad, entre las cuales están:

- **Emisor:** Se define como el anunciante, en este caso puede ser alguna empresa u organización, así mismo se contemplan como emisores a las agencias publicitarias y los especialistas en diseño.
- **Objetivos:** Son aquellos que la empresa desea conseguir y se valen de las estrategias de marketing y de los objetivos que se plantean al momento de lanzar un producto o servicio al mercado.
- **Mensaje:** Es la unión de varios estímulos transmitidos al consumidor para incentivarlo a adquirir lo ofrecido por la empresa u organización, dichos mensajes deben ser atractivos al espectador, hacer que este despierte alguna necesidad de comprarlo y asimismo darle a entender la satisfacción que obtendrá si lo adquiere.
- **Medio:** Son las fuentes por el cual se transmite el mensaje al público, estos son seleccionados después de haberse realizado alguna investigación al mercado meta y determinar que o cuales medios son los que más utilizan.
- **Receptor:** Es aquel o aquellos a quienes va dirigido el mensaje, el público objetivo, el mercado meta. Se necesita realizar un estudio de investigación para delimitar al receptor y conocer sus características, para adaptar el mensaje de acorde al estado actual en el que viven.
- **Interpretación:** Aquel que recibe el mensaje, es decir el receptor, debe de interpretar la información dada, de manera clara y concisa, de acuerdo a como los estrategas la plantearon.
- **Efecto:** Son las reacciones y posteriores actitudes esperadas por las empresas que toman los recetores del mensaje.
- **Retroalimentación:** Investigaciones que la empresa debe realizar al público para conocer sus respuestas al mensaje emitido y asimismo para realizar algunos cambios en la próxima campaña publicitaria, ya que el público objetivo cambia constantemente.

Ortega (s.f.) considera varios puntos importantes como elementos de la publicidad y entres ellos tenemos:

- **Emisor:** Es quien define todos los objetivos publicitarios de la campaña.

- **Objetivo Publicitario:** En este caso el objetivo es dar a conocer la existencia de un nuevo producto o servicio al mercado.
- **Canal Publicitario:** Es a través por el cual se transmitirá el mensaje necesario de la campaña.
- **Mensaje Publicitario:** Es la información que se le da a conocer a través de los canales o medios publicitarios; el mensaje debe contener beneficios, características y atributos del producto, lo esencial para el cliente.

Arthur (s.f.) afirma que existen múltiples elementos a considerar al momento de la creación de un anuncio publicitario, pero él solo quiere recalcar cinco importantes, los cuales son:

- **Características:** Las características de un producto son esenciales en la campaña publicitaria, y se debe poner énfasis en resaltar ello.
- **Beneficios:** Los beneficios son otra fuente importante para resaltar a través del anuncio, ya que los clientes se sienten atraídos por ellos en muchas ocasiones.
- **Urgencia:** Siempre es bueno hacerle sentir al cliente un poco de presión, y si decimos que algún producto de interés por parte de los consumidores está por tiempo limitado, entonces las ventas se elevarán rápidamente.
- **Disposición:** La información acerca del producto debe ser creativa, disponible en cualquier plataforma para que el público pueda acceder a ella.
- **Oferta:** La oferta no puede estar ausente en el ofrecimiento del producto o servicio, por eso al momento de realizar las estrategias, tiene que tomarse en cuenta esta faceta.

1.3.2.3 Procesos de la comunicación Publicitaria

De Durán (2014) argumenta que el proceso de la comunicación en la publicidad es casi la misma que en la comunicación normal, es decir que en esta ocasión el emisor pasa a ser el anunciante, el medio, son los medios que sirven para transmitir la información, y el receptor es el público objetivo; también habla acerca de la agencia publicitaria quien actúa como ente decodificador y descodificador de los mensajes.

Ruiz (2013) habla acerca del proceso de comunicación de la publicidad y comenta que esta es de carácter impersonal y controlado, siendo difundida a través de distintos medios de comunicación, ya sean ATL O BTL, por otro lado, Ruiz indica que en dicho proceso

el objetivo principal es de dar a conocer e incentivar al consumidor/comprador la compra de un determinado producto, idea o servicio.

El proceso de comunicación publicitaria es idéntico al proceso comunicacional que realizamos los seres humanos; emisor, canal, mensaje y receptor, lo único que cambia es el nombre.

1.3.3 Publicidad Social

Guerrero y Orozco (2012) hablan acerca de la publicidad social y comentan que existe una variedad de definiciones sobre ella, sin embargo una manera clara y sencilla de definirla es que es diseñada con fines sociales; tiene exactamente todas las características de la publicidad comercial, es persuasiva, dirigida con una intención, es pagada (en muchas ocasiones), se difunden a través de distintos medios de comunicación, además de tener unos objetivos, de obtener efectos a mediano y largo plazo; pero su fin es otro, es social, que busca contribuir al desarrollo humano.

La publicidad social es una actividad comunicativa que busca persuadir, así mismo es intencional, es pagada y es utilizada con fines sociales, argumenta Alvarado (s.f.).

Se puede decir que la publicidad social tiene como objetivos buscar reacciones y/o efectos que contribuyan al desarrollo de la sociedad y al del ser humano, y, por ende, los concienticen.

1.3.4 Proceso de la Publicidad Social

Orozco (2010), afirma que en el proceso de la publicidad social se tiene en cuenta diferentes factores que ayudarán a realizar una excelente campaña de publicidad social, en primer lugar se debe realizar una investigación exhaustiva al público objetivo para después determinar las estrategias a emplear en dicho público, se debe reconocer las necesidades del target para aprovecharlas y diseñar la campaña social, una vez realizado los pasos anteriores se emplean diversas estrategias que permitirán poner en marcha una extraordinaria campaña de publicidad social, además comenta que la publicidad social debe ser entendible para que el público pueda captar lo que se les quiere transmitir.

1.3.5 Concepto y mensaje en la Publicidad Social

El concepto y mensaje en una campaña de publicidad social varía de acuerdo con el fin que se quiere llegar u objetivos que se quieren obtener, por ello Orbeago (2010) aclara que es importante que el investigador o los realizadores de dicha campaña entienda y comprenda claramente cuales son las necesidades del su público para crear una campaña social eficaz, que capte la atención del público, asimismo estos buscan prevenir o anticipar lo que va a suceder.

1.3.6 Recursos creativos en la Publicidad Social

La creatividad en las campañas de publicidad social puede ser de diferentes formas, estas se emplean de acuerdo con el público al que va dirigido; el tiempo, los medios, el espacio, son factores a tomar en cuenta para escoger los recursos creativos, se pueden emplear imágenes, textos, entre otros recursos.

1.3.7 La Publicidad Social como recurso educativo

Por su parte Orozco (2010) menciona que la publicidad social, en su función comunicadora, lo que hará es informar al público, a medida que este vaya entiendo el mensaje transmitido y, por ende, haya un cambio en su comportamiento, después de recibir la información, se puede notar la función educadora de la Publicidad Social.

Lo trascendental en ello es que la función de educar de la publicidad social trata de modificar las actitudes y comportamientos que se encuentran, en muchos casos, enraizadas en las personas, es por ello que se puede plantear a la publicidad social como una estrategia de educación en distintas instituciones.

1.3.8 Medios Digitales

Jódar (s.f.) define a los medios digitales como la convergencia de distintos medios en uno, también como un conjunto de aplicaciones tecnológicas que permiten tener una amplia gama de posibilidades de comunicarse de lugar a lugar en el momento fuera en cuestión de segundos, asimismo ello supone tener usuarios más activos, que utilizan estos medios durante todo el día, en muchas ocasiones sin descanso.

Boix y López (2010) hace una definición acerca de los medios digitales y afirma que estos son una convergencia de varios medios en uno, que a través de ellos podemos encontrar una variada y abundante fuente de producción digital, además de ser muy asequible a la ciudadanía.

Los medios digitales en la actualidad han logrado una gran acogida en toda la población mundial, siendo fácil de acceder y de transportar también, además de contener distintos tipos de plataformas para obtener información, ya sea a través de imágenes, audios, videos, post, etcétera.

1.3.9 Facebook

Flores, Morán y Rodríguez (s.f.) afirman que Facebook es la plataforma más representativa a nivel mundial, y, por ende, la más exitosa; asimismo los mencionados comentan que a través de esta red social se pueden postear videos, audios, imágenes, texto, entre otros archivos disponibles en la plataforma.

Por otro lado, los usuarios de esta red social pueden acceder a ella desde cualquier lugar, y en cualquier momento, tal es así que a nivel mundial es la red social más asequible para todas las personas que deseen tener un perfil en ella.

1.3.10 Educación

Muchos tienen conceptos distintos sobre lo que es educación, sin embargo, León (2007) la define como un aspecto que hace libre al hombre, además argumenta que la educación busca la seguridad y la perfección del ser humano, para que este se sienta completamente seguro de lo que es, de lo que sabe. Si bien es cierto, hablar sobre educación es muy complejo, para León la educación atrae moralidad al hombre, le brinda el sentido de lo que es correcto y lo que no lo es, hace ser consciente al ser humano de los valores que poseen, y dota de conocimientos que brindan un poco de superioridad al que los posea.

1.3.11 Proceso de enseñanza de aprendizaje

Meneses (2007) argumenta que, en el proceso de enseñanza de aprendizaje, hay dos actores que deben tener absoluta complicidad a fin de que ambos puedan desarrollarse en medio de la sesión, ello marcará el inicio de una buena relación entre educador y educado. Por otro lado, para dicho proceso existen múltiples métodos de enseñanza didácticos que sirven para realizar la sesión de aprendizaje de manera creativa, en este caso el alumno desarrolla sus capacidades cognitivas más fluida y libremente.

Así mismo, el maestro debe tener en cuenta que una de sus funciones básicas es de motivar, orientar e informar a sus alumnos, y al final de cada sesión debe evaluar los logros obtenidos mediante la utilización de dichos mecanismos.

1.3.12 Competencia “Construye su identidad”

El Ministerio de Educación (Minedu, 2016), en esta competencia, asume que el alumno tiene como objetivo principal conocer su cuerpo y valorarse a sí mismo; piensa y actúa según las distintas identidades que lo pueden definir, esto es étnica, social, histórica, sexual y culturalmente; cada estudiante debe construir su propia identidad de acuerdo al criterio que crea conveniente y asimismo desarrollar sus características que lo hacen único.

1.3.13 Capacidades de la competencia “Construye su identidad”

En cuanto a las capacidades de la competencia mencionada, el Minedu (2016) considera cuatro a desarrollar:

- Se valora a sí mismo: En esta capacidad el alumno conoce sus capacidades, sus características y limitaciones que lo hacen único, por ende, aceptarse tal cual es, además es capaz de integrarse a la sociedad a la que pertenece.
- Autorregula sus emociones: El alumno toma conciencia de sus emociones y sentimientos y las expresa de manera sana y correcta, esto es según el contexto social en el que viva.
- Reflexiona y argumenta éticamente: El estudiante conoce y analiza las situaciones que se puedan suscitar en su entorno e identifica los valores para luego asumir una posición frente a dicha situación.

- Vive su sexualidad de manera plena y responsable.

1.3.14 Capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable”

El Minedu (2016) considera que a través del desarrollo de esta capacidad el alumno, sea hombre o mujer, debe conocerse a sí mismo para tomar conciencia de su desarrollo personal al momento de explorar su cuerpo y así pueda valorarse por lo que es; por otro lado afirma que mediante esta capacidad el alumno debe ser capaz de entablar relaciones afectivas con seguridad y sin violencia, también aclara que el estudiante debe conocer los riesgos de tener una conducta sexual inapropiada y asimismo tener sumo cuidado con situaciones que vulneren su bienestar y derechos sexuales.

1.3.15 Importancia del desarrollo de la competencia “construye su identidad”

El desarrollo de esta competencia en los alumnos es de suma importancia, ya que permite a los mencionados desarrollarse eficazmente y construir su propia identidad, partiendo desde sus orígenes como persona y su entorno social, además el logro de dicha competencia está estipulado en la malla curricular de la Educación Básica del Minedu.

1.3.16 Sexualidad

Velásquez (s.f.) hace una breve definición sobre sexualidad y considera que ella es una dimensión en sí, es la identificación del ser humano, además está ligada a la afectividad y las relaciones con los demás. Es decir, la sexualidad es lo que te permite identificarte y hacerte único con los demás.

Por otro lado, Barragán (s.f.) aclara que la sexualidad es el resultado de la interacción entre las personas, por ende, no existe una “definición biológica” capaz de explicarla; también afirma que el comportamiento que uno tiene define parte de la sexualidad.

1.3.17 Sexualidad y sociedad

La sexualidad en la actualidad, en muchas ocasiones, está definida por la sociedad, es por eso que Cordillo (2010) aclara que la sociedad está marcando lo que es o no es correcto hacer en cuanto a la sexualidad, ella suele asociar la sexualidad al placer, sin tener nada

que ver, es decir que cuando se habla de la sexualidad, rápidamente la confunden con sexo. Asimismo, tiende a considerar un sacrilegio muchos actos que el ser humano comete ligadas a la sexualidad, como el homosexualismo o las relaciones coitales prematrimoniales, es así como la misma crea conceptos fuera de sí, conceptos que confunden a los que viven en ella, por otro lado también afirma que hay un cierto desconocimiento sobre temas referidos a ella, y que gran parte del desconocimiento radica en los adolescentes, esto es por falta de apoyo de parte de sus instructores, padres, etcétera.

Moncrieff (2007) al igual que Cordillo, comenta que la sociedad tiene conceptos sobre sexualidad equivocados, pues al solamente escuchar la palabra en mención, la clasifican como algo obsceno, la ligan al acto sexual, Moncrieff afirma que la sexualidad tiene muchas formas de definirla, formas que muchos no han investigado.

1.3.18 Relaciones afectivas en adolescentes

1.3.18.1 Sociabilidad

Delpino (2013) argumenta que la vida afectiva y relaciones de un adolescente están influenciadas por diversos factores sociales y familiares, mismos que son componentes fundamentales en su crecimiento, y asimismo, deben cooperar positivamente al desarrollo de dichas relaciones en el menor; si el adolescente tiene buenas relaciones con su familia, pues este las mostrará en la sociedad y estará preparado para abrirse a una relación amorosa, teniendo en cuenta los pro y contras que conlleva asumirla.

1.3.18.2 Autoconocimiento

Navarro (2009) aclara que para lograr el autoconocimiento se debe pasar por un proceso reflexivo a través del cual el adolescente va teniendo en cuenta de quien es, se va conociendo así mismo, sus características, sus cualidades, por otro lado, recalca que este es importante para lograr un excelente desarrollo personal.

1.3.19 Sexualidad en adolescentes

1.3.19.1 Conocimiento

Moldenhauer y Ortega (2004) hablan acerca del tema y comentan que un niño al crecer y entrar en la etapa de la pubertad y la adolescencia adquiere cierto interés por conocer aquello que desconoce y despierta su curiosidad por probar cosas no exploradas, sobre todo en cuanto a su sexualidad; es allí donde los expertos en el tema deben ahondar y tratar de informarlos sobre qué es lo correcto, lo que deben hacer los menores; la información debe ser clara y concisa, de manera que el menor pueda entenderla y comprenderla. El desarrollo de la sexualidad en la pubertad y adolescencia es bastante complejo y hay varios entes que juegan roles importantes en esta etapa, tales como los padres de familia, los tutores, los profesores, etcétera, todos ellos deben estar capacitados para tratar sabiamente a los menores.

1.3.19.2 Curiosidad

En el mismo marco de la definición López, Martínez y López (s.f.) aclaran que los adolescentes en esta etapa de su vida requieren de más atención por parte de los adultos que los rodean, ya que en esta parte suelen despertar cierto interés hacia el sexo opuesto, por otro lado, muchos de ellos afrontan problemas ligados a la sexualidad y no saben cómo s. La participación adulta en la sexualidad del adolescente es fundamental, ya que es un punto de partida para él, de ahí depende su futuro como persona y su participación en la sociedad.

1.4 Formulación del problema

¿De qué manera la aplicación de las estrategias de publicidad social en Facebook como mecanismo de enseñanza mejoran la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la Institución Educativa Ricardo Palma, Trujillo - 2018?

1.5 Justificación del estudio

La siguiente investigación titulada “Estrategias de publicidad social en Facebook para mejorar la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I.E. Ricardo Palma, Trujillo – 2018” es de importancia teórica, ya que ayudará a los futuros tesisistas que sigan esta línea de investigación y tema en particular a obtener mayor conocimiento y fuentes de información respecto a la materia elegida.

Asimismo, servirá como medio práctico para los profesores quienes deseen tomar como referencia la estrategia y recomendaciones establecidas en esta investigación para la elaboración de sus sesiones de aprendizaje, misma que será para el beneficio de sus educados.

De igual manera favorecerá metodológicamente a aquellos que necesiten alguna asesoría respecto al diseño metodológico de investigación. Dicha investigación aportará conocimientos obtenidos acerca de acciones tomadas por los investigados al aplicarse la estrategia en ellos, además se conocerá si las respuestas son favorables o no en cuanto a su educación sexual, autoconocimiento y relaciones afectivas.

Por otro lado, servirá para el beneficio de todos aquellos que quieran indagar acerca de las propuestas que aquí se plantean sobre la utilización de la publicidad social como mecanismo didáctico de enseñanza.

1.6 Hipótesis

H1: Las estrategias de publicidad social en Facebook como mecanismo de enseñanza mejoran la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la Institución Educativa Ricardo Palma, Trujillo – 2018.

H0: Las estrategias de publicidad social en Facebook como mecanismo de enseñanza no mejoran la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la Institución Educativa Ricardo Palma, Trujillo – 2018.

1.7 Objetivos

Objetivo General:

Determinar si las estrategias de publicidad Social en Facebook como mecanismo de enseñanza mejoran la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” en los alumnos de del primer grado de educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma. Trujillo – 2018.

Objetivos Específicos:

- Diagnosticar el nivel de conocimiento de la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” y el nivel entendimiento de la publicidad social a través de Facebook en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma. Trujillo – 2018.
- Diseñar estrategias de publicidad social en Facebook como mecanismo de enseñanza que contribuya a la mejora del conocimiento de la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” en los alumnos de del primer grado de educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma. Trujillo – 2018.
- Validar los diseños de las estrategias de publicidad social en Facebook como mecanismo de enseñanza que contribuya a la mejora del conocimiento de la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” en los alumnos de del primer grado de educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma. Trujillo – 2018.
- Aplicar los diseños de las estrategias de publicidad social en Facebook como mecanismo de enseñanza que contribuya a la mejora del conocimiento de la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” en los alumnos de del primer grado de educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma. Trujillo – 2018.
- Evaluar el aporte de las estrategias de publicidad social en Facebook en el conocimiento de la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” en los alumnos del primer grado educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma. Trujillo – 2018.

2. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

Pre - Experimental transversal.

B1_X_B2

B1: Pre test

B2: Post test

2.2 Variables

Variable Independiente: Publicidad social en Facebook

Variable Dependiente: Competencia “Construye su Identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable”.

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Sub Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Publicidad social en Facebook	La publicidad social a través de Facebook es una forma efectiva de llegar a millones de usuarios para concientizarlos, además de ser económica y rápida, Boada (2017).	Se aplicará una encuesta para evaluar el nivel de entendimiento de la publicidad social a través de las redes sociales en los alumnos.	Publicidad social	Concepto	Mensaje	Cualitativa ordinal
				Creatividad	Copy	
			Redes sociales		Facebook	
				Tiempo		
				Accesibilidad		
				Interacción		
				Videos		
				Textos		
Imágenes						
Comentarios						
Competencia “Construye su identidad” en la Capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y saludable”	Capacidad integrada en la currícula educativa para ayudar al alumno a conocerse a sí mismo como a los demás, MINEDU (2016).	Se aplicará una encuesta para evaluar si los alumnos logran los objetivos establecidos en la competencia.	Relaciones afectivas	Autoconocimiento	Conocerse a sí mismo	Cualitativa ordinal
				Relaciones con los compañeros	Óptimos vínculos amicales	
			Relaciones sexuales	Información	Sexualidad hombre y mujer	
				Curiosidad	Preguntas frecuentes sobre sexualidad	

2.3 Población y muestra

Población: 80 alumnos

Muestra: 80 alumnos

Por ser pequeña, la muestra será igual a la población.

Tipo de Muestreo: No probabilístico.

2.4 Criterios de selección

2.4.1 Unidad de análisis

Todos los alumnos del primer grado de educación secundaria de la Institución Educativa Ricardo Palma.

2.4.2 Criterios de Inclusión

Alumnos de todas las secciones del primer grado de educación secundaria, primero “A”, primero “B”, primero “C” y primero “D”.

2.4.3 Criterios de Exclusión

Alumnos externos que no pertenecen al primero grado de educación secundaria.

2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica: Encuesta

Se aplicó una encuesta para diagnosticar el aporte las estrategias de publicidad social en Facebook en el conocimiento de la competencia “Construye su identidad” (temas relacionados a sexualidad).

Instrumento: Cuestionario

Se aplicó un cuestionario a los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma para obtener conocimientos acerca de los logros obtenidos mediante las estrategias de publicidad social en Facebook en la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable”.

Dicho cuestionario se aplicó en las cuatro aulas del primer grado de educación secundaria, en las horas del curso de Tutoría, para no afectar las horas de clase establecidas por la Institución Educativa, además se contará con la ayuda del tutor.

2.6 Métodos de análisis de datos

En los métodos de análisis de datos se utilizará la prueba no paramétrica o prueba de Wilcoxon que consiste en comparar las muestras y establecer diferencias entre las mismas mediante una fórmula estadística, Sánchez (2015); a través de ella se verificará si las estrategias de publicidad social en Facebook mejoran significativamente la competencia “Construye su identidad” en la capacidad vive su sexualidad de manera plena y responsable en los alumnos de del primer grado de educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma. Trujillo – 2018.

2.7 Aspectos éticos

Para el desarrollo de este trabajo de investigación se hizo una búsqueda exhaustiva de información pertinente y relevante, lo que conlleva a un excelente desarrollo de tesis.

Así mismo, esta investigación titulada “Estrategias de publicidad social en Facebook para mejorar la competencia “Construye su identidad” en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I.E. Ricardo Palma, Trujillo – 2018, no contiene plagio alguno.

3. RESULTADOS

PRE-TEST



Gráfico 1: Nivel de entendimiento de la publicidad social a través de Facebook

Interpretación: De los 80 alumnos encuestados 19 entienden, 51 regularmente entienden y 10 no entienden la publicidad social en Facebook.

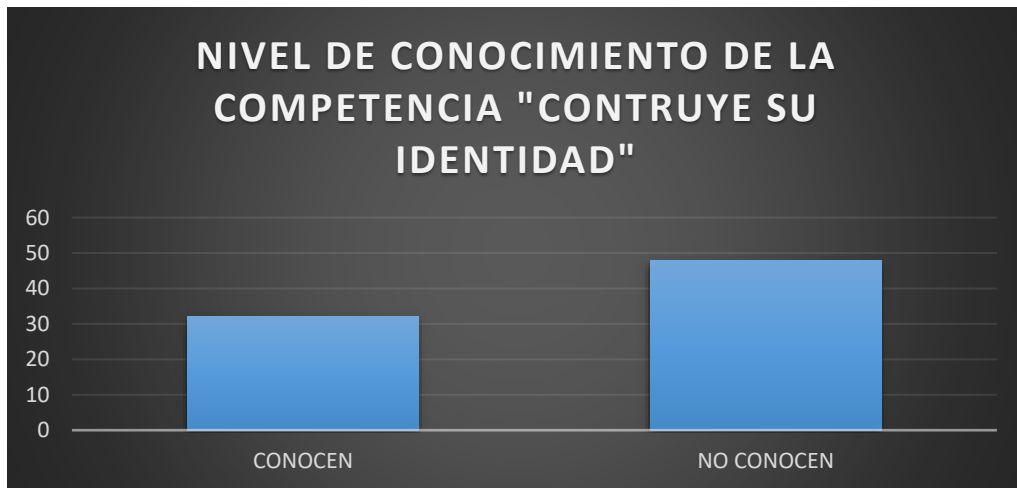


Gráfico 2: Nivel de conocimiento de la competencia “Construye su identidad”

Interpretación: De los 80 alumnos encuestados 32 conocen y 48 no conocen.

POST TEST:

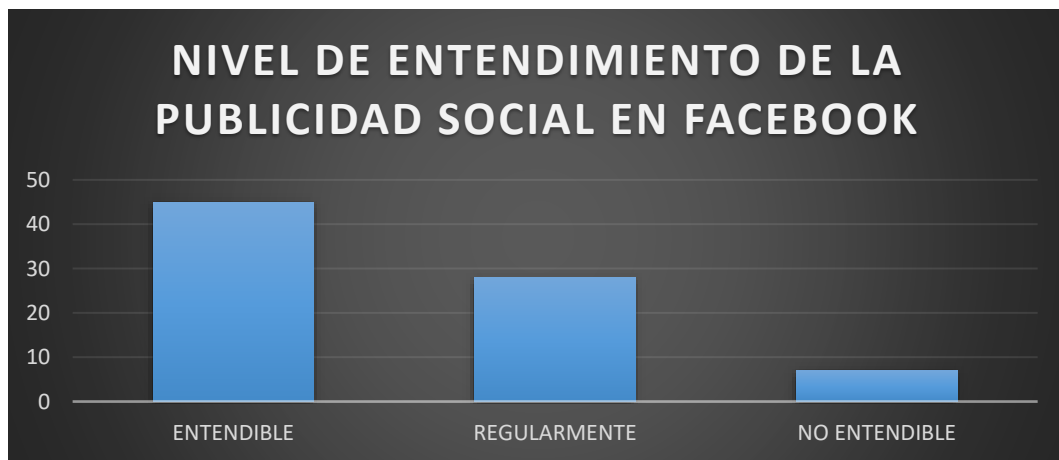


Gráfico 1: Nivel de entendimiento de la publicidad social a través de Facebook

Interpretación: De los 80 alumnos encuestados 45 entienden, 28 regularmente entienden y 7 no entienden.



Gráfico 2: Aporte de las estrategias de publicidad social en el conocimiento de la competencia "Construye su identidad".

Interpretación: De los 80 alumnos encuestados, las estrategias de publicidad social aportaron en 57 alumnos y en los otros 23, no aportó.

3.1 Tablas de comparaciones:

Gráfico 1: Nivel de entendimiento de la publicidad social a través de Facebook.

Pretest

	N°	%
ENTENDIBLE	19	24%
REGULARMENTE	51	64%
NO ENTENDIBLE	10	12%
TOTAL	80	100%

Post test

	N°	%
ENTENDIBLE	45	56%
REGULARMENTE	28	35%
NO ENTENDIBLE	7	9%
TOTAL	80	100%

En los resultados obtenidos mediante las encuestas se muestra que hay una diferencia, ya que en el pretest de los 19 alumnos que entendían la publicidad social en Facebook, en el post test aumentaron a 45, siendo esta gracias a las estrategias utilizadas para la investigación.

Gráfico 2: Aporte de las estrategias de publicidad social en el conocimiento de la competencia “Construye su identidad”.

Pretest:

	N°	%
CONOCEN	32	40%
NO CONOCEN	48	60%
TOTAL	80	100%

Post test

	N°	%
APORTÓ	57	71%
NO APORTÓ	23	29%
TOTAL	80	100%

En los resultados obtenidos mediante las encuestas se muestra que hay una gran diferencia, ya que en el pretest 32 alumnos tenían un claro conocimiento acerca de la competencia “Construye su Identidad” (temas relacionados a sexualidad) y 48 alumnos tenían deficiencias en cuanto con dichos temas, por otro lado, en el post test se concluye que habido una mejora, ya que las estrategias utilizadas mejoraron el nivel de conocimiento en 57 alumnos y solo en 23 de ellos no mejoraron y siguieron presentando las mismas deficiencias.

Para analizar dichas muestras y en función al objetivo general: Determinar si las estrategias de publicidad Social en Facebook como mecanismo de enseñanza contribuye a la mejora de la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” en los alumnos de del primer grado de educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma. Trujillo – 2018., se utilizó una prueba NO PARAMÉTRICA o Prueba de Wilcoxon, en la que se obtuvo los siguientes resultados:

Prueba de rangos con signo de Wilcoxon

		Rangos		
		N	Rango promedio	Suma de rangos
POST - PRE	Rangos negativos	26 ^a	33,15	862,00
	Rangos positivos	44 ^b	36,89	1623,00
	Empates	10 ^c		
	Total	80		

a. POST < PRE
b. POST > PRE
c. POST = PRE

Estadísticos de prueba ^a	
	POST - PRE
Z	-2,230 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,026

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon

b. Se basa en rangos negativos.

Se obtuvo como resultado 0,026 por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa:

H1: Las estrategias de publicidad social en Facebook como mecanismo de enseñanza mejoran la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la Institución Educativa Ricardo Palma, Trujillo – 2018.

4. DISCUSIÓN

Después de los resultados obtenidos mediante las pruebas estadísticas, aceptamos la hipótesis alternativa que establece que las estrategias de publicidad social en Facebook como mecanismo de enseñanza mejoran la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la Institución Educativa Ricardo Palma, Trujillo – 2018.

4.1 Publicidad social en Facebook

4.1.1 Publicidad social

Considerando la dimensión publicidad social, y embarcándonos en la subdimensión concepto, lo que se quería lograr era conocer si los alumnos del primer grado de educación secundaria de la Institución Educativa Ricardo Palma entendían los mensajes que ven a través de Facebook, por ende, mediante los resultados obtenidos se encontró que un 43% de los alumnos encuestados entendían los mensajes sociales que ven en Facebook, mientras que un 26% solo un poco, el 16% ni mucho ni poco, el 5% nada, y el 10% casi nada.

Así mismo para la subdimensión creatividad se buscó determinar si los alumnos consideraban creativas la publicidad que se da a través de Facebook, como las imágenes y el Copy, y se determinó que solo el 19% consideraba creativa las estrategias empleadas en Facebook, y el 51% las consideraba poco creativas, el 18% ni mucho ni poco, el 1% casi nada, y el 11% nada creativas.

Por otro lado, de manera general el utilizar estrategias como los mensajes que se van a emitir, las imágenes y el Copy, que llevarán a lograr un objetivo en específico, Orozco (2010) afirmó que el investigador debe establecer estrategias de acorde el contexto del público al que va dirigido la publicidad social para su fácil entendimiento y para que este no tenga dificultades al momento de recibirla visualmente, siendo esto relativamente cierto, ya que en la aplicación del post test se obtuvieron como resultados que un 56% de los alumnos entendían la publicidad social a través de Facebook, un 35% regularmente la entendían y un 9% no la entendían (véase gráfico N°1 en tabla de comparaciones), con ello se

establece una relación entre lo dicho por Orozco (2010) y los resultados adquiridos.

4.1.2 Redes Sociales

Respecto a la subdimensión Facebook, se quería conocer el tiempo o la frecuencia que los alumnos del primer grado de educación secundaria de la Institución Educativa Ricardo Palma utilizan Facebook, y se llegó al conocimiento de que solo el 21% de ellos utiliza siempre Facebook, es decir casi a toda hora, mientras que el 24% casi siempre utiliza Facebook, el 41% a veces lo utiliza, el 5% casi nunca, y el 10% de los alumnos encuestados no utiliza Facebook.

Así mismo, se determinó mediante los resultados obtenidos la accesibilidad que los educados tienen a Facebook, es decir si pueden acceder desde cualquier momento y lugar, por ello se determinó que el 25% de los mismos, acceden a dicha red social desde cualquier momento y lugar, mientras que el 42% puede acceder poco, el 14% ni mucho ni poco, el 5% casi nada y el 14% no puede acceder a Facebook desde cualquier lado.

Por otro lado, en esta dimensión también se quería determinar el nivel de interacción que los alumnos tenían en la red social, compartiendo información respecto a temas relacionados a sexualidad, y se obtuvo como resultado que el 1% de los alumnos solo interactuaba con dicha información, el 10% lo hacía poco, el 4% ni mucho ni poco, el 4% nada, y el 81% no compartía o interactuaba con estos temas en sus perfiles de Facebook, mientras que en el post test, se determinó que la mayoría de ellos si tenían reacciones favorables al contenido que se les presentó.

Por último, y de manera general se obtuvo como resultado que en un 71% de los estudiantes, las estrategias de publicidad social, tales como las imágenes, los videos y textos emitidos a través de esta red social, si aportaron en el conocimiento de la competencia construye su identidad y en temas relacionados a ella, como la sexualidad (véase gráfico N°2 en tabla de comparaciones), dichos resultados guardan estrechamente relación con lo que argumentó Mercado (2014)

en su tesis, quien señala que la utilización de Facebook como herramienta de aprendizaje en pleno siglo XXI es muy efectiva y se puede aprovechar para la mejora educativa de estos, así mismo Orozco (2010) aclara que la publicidad social una vez transmitida al público y este muestre un cambio social positivo, se encontrará la función educadora de ella, por otro lado considera que lo trascendental de la publicidad social es que esta busca modificar ciertas actitudes que se encuentran enraizadas en las personas, también Urquiaga (2015) considera que Facebook desarrolla un aprendizaje positivo en los estudiantes, esto es por su fácil utilización, por su dinamismo, interacción y porque resulta atractivo para ellos, en el mismo contexto Gutiérrez (2017) aclara que la red social Facebook puede ser usada como herramienta educadora en distintos contextos sociales, además que también puede ser utilizada como estrategias didácticas para las sesiones de aprendizaje y hacer de ella un instrumento educativo, al final recalca que Facebook si puede ser utilizada como parte los métodos de enseñanza, teniendo en cuenta a cada autor, se puede observar que las investigaciones de los mencionados tienen una relación muy apegada a los resultados que se han obtenido en esta investigación .

4.2 Competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable”

4.2.1 Relaciones afectivas

Así mismo, en lo que respecta a las dimensión relaciones afectivas se determinó que las publicaciones (historietas) que los alumnos vieron en Facebook si les ayudaron a autoconocerse a sí mismos, por lo que se obtuvo como resultado que un 71% de ellos reaccionaron de manera favorable a las publicaciones emitidas (véase gráfico N°2 en tabla de comparaciones).

Por otro lado, también se quería conocer si loa alumnos desarrollaron óptimos vínculos amicales al entablar conversaciones sobre temas relacionados a sexualidad de manera saludable, a través de Facebook, y se llegó a la conclusión que gran parte de ellos avanzó en desarrollar sus vínculos amicales eficazmente.

A ello Navarro (2009) aclara que para que el alumno logre autoconocerse, debe pasar por un proceso reflexivo a través del cual va teniendo en cuenta de quién es, y se va conociendo así mismo, sus características, sus cualidades, por otro lado, recalca que este es importante para lograr un excelente desarrollo personal.

4.2.2 Relaciones Sexuales

En el mismo marco, para la dimensión relaciones sexuales, temas sobre información de la sexualidad del hombre y mujer y educación sexual, que se encuentran dentro de la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable”, se encontró que solo un 40% de los alumnos conocían de manera muy clara sobre estos temas y el 60% restante no conocían acerca de la competencia y los temas relacionados a la misma (véase gráfico N°2 en tabla de comparaciones).

Por otro lado, con respecto a la subdimensión curiosidad, preguntas frecuentes sobre sexualidad, en un principio se encontró que solo el 15% conocía acerca de dichos temas y el 50% desconocía en su totalidad.

A ello Cordillo (2010) argumenta que en la actualidad hay un cierto desconocimiento sobre temas relacionados a sexualidad y que los que forman la mayoría son los adolescentes, así mismo considera que los causantes de dicho desconocimiento o conocimiento erróneo son los instructores, padres, etcétera, afirmando así los resultados obtenidos en esta investigación, por ende, cada resultado guarda una estrecha relación con lo que Cordillo establece.

Por último, se afirma que las estrategias de publicidad Social en Facebook como mecanismo de enseñanza si mejoró los conocimientos acerca la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” en los alumnos de del primer grado de educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma, por ende, y gracias a los resultados que se han obtenido en esta investigación se considera que la utilización de la publicidad social como recurso educativo es efectiva y si es transmitida a través de Facebook, su efectividad es mayor aún, Alvarado (2010) afirma que la publicidad social busca generar un cambio positivo en la sociedad, generar conciencia y crear alternativas

de solución frente a problemas que está presente, así mismo Area (2009) considera que los centros educativos deben implementar en su currícula educativa la utilización de herramientas tecnológicas digitales, ya que estas son fácil de aprender, sobre todo en una generación que ha crecido con ella, para una educación de calidad, ello es de acorde a lo que en este estudio se halla.

Dichos resultados demuestran la importancia de desarrollar estrategias de publicidad social a través de la red social Facebook para mejorar en los alumnos sus conocimientos en cuanto a su educación sexual.

Entonces podemos afirmar que las estrategias de publicidad social a través de Facebook son efectivas, ya que los alumnos del primer grado de educación secundaria de la Institución Educativa Ricardo Palma presentaron mejoras en cuanto a sus conocimientos sobre educación sexual.

5. CONCLUSIONES

- Se determinó que las estrategias de publicidad Social en Facebook como mecanismo de enseñanza contribuyen en la mejora de la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” en los alumnos de del primer grado de educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma, ya que los alumnos presentaron mejoras en sus conocimientos sobre educación sexual.
- Se diagnosticó el nivel de conocimiento de la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” y e
- El nivel entendimiento de la publicidad social a través de Facebook en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma, presentando estos en un principio cierto déficit en el conocimiento de la competencia y sus derivados, y, en el mismo caso, los alumnos presentaron un nivel de entendimiento bajo sobre la publicidad social.
- Se diseñaron las estrategias de publicidad social en Facebook como mecanismo de enseñanza que contribuyeron en la mejora del conocimiento de la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable”, mismas que fueron planteadas en un plan de comunicación y validado por el juicio de expertos en la materia (véase anexos).
- Se validaron los diseños de las estrategias de publicidad social en Facebook como mecanismo de enseñanza que contribuya a la mejora del conocimiento de la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable”, ello fue revisado y validado por un psicólogo, un educador y un experto en diseños gráficos (véase anexos).
- Se detallan los resultados de la aplicación de los diseños de las estrategias de publicidad social en Facebook como mecanismo de enseñanza, mismos que contribuyeron en la mejora del conocimiento de la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” en los alumnos de del primer grado de educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma, obteniendo así resultados favorables desde la aplicación de dichas estrategias.

- Se evaluó el aporte de las estrategias de publicidad social en Facebook en el conocimiento de la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” en los alumnos del primer grado educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma, mediante una encuesta, siendo afirmativa la respuesta de los alumnos y dando como resultado la aprobación de la hipótesis alternativa, ello se comprobó a través de una prueba no paramétrica o prueba de Wilcoxon.

Por lo tanto, se determina que las estrategias de publicidad social son aptas para mejorar el conocimiento acerca de la competencia construye su identidad y temas relacionados a ella.

6. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda a los profesores de las instituciones educativas la utilización de dichas estrategias para que los ayuden en la realización y aplicación de la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable”.
- ✓ A los directores de los colegios en general considerar la aplicación de dichas estrategias en los colegios donde el alumnado presente los mismos déficits en el conocimiento sobre temas relacionados a la sexualidad y que los llevan a tomar decisiones erróneas.
- ✓ Al ministro de educación se le recomienda implementar el uso de tecnologías digitales en la malla curricular de las instituciones educativas para que brinden una enseñanza de calidad y así estar acorde al contexto social en el que nos encontramos, en el que los adolescentes son tecnológicos y por ende la utilización de esta en sus sesiones de aprendizaje son de mucha importancia.

7. REFERENCIAS

1. Arnao, J. (2016) *Uso y abuso de las redes sociales digitales en adolescentes y jóvenes*. Recuperado de <http://www.repositorio.cedro.org.pe/bitstream/CEDRO/310/1/CEDRO.5376.Uso%20y%20abuso%20de%20las%20redes%20sociales.2016.pdf>
2. Alvarado, C. (s.f.) *La Publicidad Social: concepto, objeto y objetivos*. Recuperado de http://www.academia.edu/10275943/La_Publicidad_Social_concepto_objeto_y_objetivos
3. Alvarado, M. (2010) *La publicidad social: Una modalidad emergente de comunicación* (Tesis doctoral). Recuperado de <http://eprints.ucm.es/11522/1/T27111.pdf>
4. Area, M. (2009). *Introducción a la Tecnología Educativa*. Recuperado de: <https://campusvirtual.ull.es/ocw/file.php/4/ebookte.pdf>
5. Arthur, L. (s.f.). Los cinco elementos principales de la publicidad. *La Voz de Houston*. Recuperado de: <http://pyme.lavoztx.com/los-cinco-elementos-principales-de-la-publicidad-6067.html>
6. Barragán, F. (s.f.). *Sexualidad, educación sexual y género*. Recuperado de: <http://educagenero.org/ESJunta/Secundaria/tomo%20I%20general.pdf>
7. Boix, A., y López, G. (2010) *Medios de comunicación de masas y comunicación digital*. Recuperado de <https://www.uv.es/aboixp/publicaciones/boix%20y%20lopez.%20cap%206%20libro.pdf>
8. Boada, N. (19, 10, 17) ¿Qué es la publicidad en Facebook? Beneficios y ejemplos [Descripción de la Forma] Recuperado de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-es-la-publicidad-en-facebook-beneficios-y-ejemplos>
9. Cordillo, M. (2010). La sexualidad en la sociedad actual. *Educación Sexual*. Recuperado de <http://www.educacionsexual.com.ar/biblioteca-online/educacion-sexual-aspectos-ideologicos-y-conceptuales/la-sexualidad-en-la-sociedad-actual>
10. De Durán, R. (2014). *Fundamentos de la Publicidad*. Recuperado de <http://www.albertodeduran.es/wp-content/uploads/2014/08/1x05-Fundamentos-de-la-publicidad.pdf>

11. Delpino, A. (2013). *Relaciones afectivas y sexualidad en la adolescencia*. Recuperado de <http://www.ligaeducacion.org/documentos/investigaciones/relaciones-afectivas-y-sexualidad-en-la-adolescencia.pdf>
12. Fuentes, F. (29 de septiembre de 2014). Un 32% de los jóvenes entre 12 y 18 años dedica más de tres horas diarias a estar en Internet. *20 Minutos*. Recuperado de <http://www.20minutos.es/noticia/2251292/0/jovenes-internet/tres-horas-diarias/estudio/>
13. Flores, J. J., Morán, J. J., y Rodríguez, J. J. (s.f). *Las redes sociales*. Recuperado de <http://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info69/sociales.pdf>
14. Galán, M. y Sánchez, I. (2007) *La Publicidad en el Siglo XXI: Una Referencia a la Ética Empresarial*. Recuperado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/galan-hernandez-publicidad-siglo-xxi.pdf>
15. García, A. (2013) *Propuesta del uso de Facebook como apoyo didáctico en las lecciones de Arte y Comunicación visual de los niños y las niñas de sexto grado de la escuela San Martín en San Carlos* (Tesis de postgrado). Universidad Estatal a Distancia, San José, Costa Rica. Recuperado de <http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/bitstream/120809/1162/1/Propuesta%20del%20uso%20de%20Facebook%20como%20apoyo%20didactico%20en%20las%20lecciones%20de%20Arte%20y%20Comunicacion%20.pdf>
16. García, J. (2014) *Publicidad. Teoría y Práctica*. Madrid, España: Udimá.
17. García, S. (2015) *Metodologías didácticas para la enseñanza y aprendizaje de las ciencias naturales en zonas rurales del municipio de Obando, Valle del Cauca* (Tesis de maestría). Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/48142/1/Tesis%20Sair.pdf>
18. Giménez, C. (17 de abril de 2017). El 10% de los adolescentes que usa internet con fines sexuales está en riesgo. *Sinc, La ciencia es Política*. Recuperado de <http://www.agenciasinc.es/Noticias/El-10-de-los-adolescentes-que-usa-internet-con-fines-sexuales-esta-en-riesgo>
19. Guerrero, S. y Orozco, D. (2012) *La publicidad social: una herramienta persuasiva de contribución social*. Recuperado de <http://tejidoarea.com/wp-content/uploads/2012/12/La-publicidad-social.pdf>

20. Gutiérrez, R. (2017) *El Facebook como estrategia didáctica y su influencia en el desarrollo de la capacidad de comunicación docente-estudiantes en el III ciclo de odontología, Uladech, Trujillo* (Tesis de postgrado). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú. Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/7966/Tesis%20Maestr%C3%ADaX%20-%20Randall%20M.%20Guti%C3%A9rrez%20Chilca.pdf?sequence=1>
21. Hernández, C. (2014). *Manual de creatividad publicitaria*. Madrid, España: SÍNTESIS S.A.
22. INEI, (27, 06, 2017) El 28,2% de la población que usa internet lo hace exclusivamente por teléfono móvil, [Nota de Prensa] Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-282-de-la-poblacion-que-usa-internet-lo-hace-exclusivamente-por-telefono-movil-9825/>
23. Jódar, J. A. (s.f.). La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. *Razón y Palabra*. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf
24. López, E. (2016). *Estratégicas didácticas utilizadas por el docente y logro de aprendizaje de los estudiantes del nivel secundario del área de matemática de las Instituciones Educativas ubicadas en el ámbito del distrito de Sihuas, año académico 2016* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/432/ESTRATEGIAS_DIDACTICAS_LOPEZ_SOTOMAYOR_EDWIN_MAXIMO.pdf?sequence=1
25. López, J., Martínez, A. y López, J. (s.f.). *La Sexualidad en la Adolescencia. Fases, características, conflictos y sus afrontamientos*. Recuperado de <http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/51%20-%20La%20sexualidad%20en%20la%20adolescencia.%20Fases,%20caracter%20ADsticas.pdf>
26. León, A. (2007). Qué es la educación. *Educere, volumen 11* (39), 595-604. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/356/35603903.pdf>
27. Mancera, J. P. (2013) *La era del marketing digital y las estrategias publicitarias en Colombia*. Recuperado de <http://www.fce.unal.edu.co/media/files/documentos/uifce/proyectos/La%20era%20del%20Marketing%20Digital.pdf>

28. Medina, F. (12 de marzo de 2016). Las redes sociales se convirtieron en la vía más usual para el acoso juvenil. *El Comercio*. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/redessociales-acoso-delitos-ciberdelitos-peleas.html>
29. Meneses, G. (2007). *El proceso de enseñanza – aprendizaje: el acto didáctico*. Recuperado de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8929/Elprocesodeensenanza.pdf>
30. Mercado, H. (2014). *La red social Facebook como recurso educativo complementario al aprendizaje de las habilidades orales del inglés en estudiantes de quinto año de educación secundaria de una institución educativa pública de lima metropolitana* (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5783/MERCADO_LANDERS_HERMELINDA_FACEBOOK_INGLES.pdf?sequence=1&isAllowed=y
31. Ministerio de Educación (2016). *Currículo Nacional de la Educación Básica*. Recuperado de <http://www.minedu.gob.pe/curriculo/pdf/curriculo-nacional-2016-2.pdf>
32. Moldenhauer, N. y Ortega, M. T. (2004). *Adolescencia y Sexualidad*. Recuperado de http://medicina.uach.cl/saludpublica/diplomado/contenido/trabajos/1/Puerto%20Montt%202004/Adolescencia_y_Sexualidad.pdf
33. Moncrieff, H. (2007). Sexualidad y sociedad moderna: El saber de qué aún no somos “libres”. *A parte rei. Revista de Filosofía*. Recuperado de <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/moncrieff50.pdf>
34. Navarro, M. (2009) Autoconocimiento y Autoestima. *Temas para la educación*, (5), 1-2. Recuperado de <https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd6409.pdf>
35. Orozco, J. A. (2010). Comunicación estratégica para campañas de publicidad social. *Pensar la Publicidad*, 4(2), 169-190. Recuperado de <http://www.altea-europa.org/documentosdaphne2011/Comunicacion-estrategica-para-campanas.pdf>
36. Ortega, R. (s.f.) Elementos de la publicidad. [Conceptos publicitarios] Recuperado de: <https://sites.google.com/site/043296merca/concepto-de-publicidad/elementos-de-la-publicidad>

37. O' Guin, T., C' Allen, C. y T' Semenik, R. (2007). *Publicidad y comunicación integral de marca*. D.F., México: Thomson.
38. Pérez, R. (2014). *El software "Jcllic" para mejorar los niveles de comprensión lectora en los estudiantes del cuarto grado de educación primaria de la Institución Educativa "Miguel Ángel Buonarroti", del distrito El Porvenir, Trujillo, 2013*. Recuperado de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/967/1/P%C3%89REZ_ROXANA_SOFTWARE_JCLIC_COMPRENSION%20LECTORA.pdf
39. Romero, M. y Fanjul, C. (2010) *La publicidad en la era digital: El microsite como factor estratégico de las campañas publicitarias on-line*. Recuperado de https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj71OjL_7HXAhUK7yYKHeLWApCQFghLMAY&url=https%3A%2F%2Fwww.revistacomunicar.com%2Fverpdf.php%3Fnumero%3D34%26articulo%3D34-2010-15&usg=AOvVaw1LCqbA16aOM447JIZKDCsG
40. Ruiz, M. (2013) *La publicidad como proceso de comunicación [Publicidad]* Recuperado de https://progp1213.files.wordpress.com/2013/02/ud7a_publicidad-i.pdf
41. Sánchez, R. A. (2015) T-Student. Usos y abusos. *Revista Mexicana de Cardiología*, 26(1). Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-21982015000100009
42. Tapia, J. (15 de noviembre de 2015). Facebook: 61% de niños y adolescentes usan esta red social pero sin responsabilidad. *Diario Correo*. Recuperado de: <https://diariocorreo.pe/edicion/arequipa/facebook-61-de-ninos-y-adolescentes-usan-esta-red-social-pero-sin-responsabilidad-632995/>
43. Thompson, I. (2005) *Definición de Publicidad*. Recuperado de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>
44. Treviño, R. (2010). *Publicidad, Comunicación integral en marketing*. D.F., México: Mc Graw Hill, Educación.
45. Urquiaga, P. (2015). *La red social Facebook como recurso que desarrolla la interdependencia positiva del aprendizaje colaborativo en estudiantes de cuarto año de educación secundaria en el área curricular de Historia, Geografía y Economía*

- (HGE) (tesis de maestría). Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6777/URQUIAGA_SALAZAR_PATRICIA_LA_RED.pdf?sequence=1&isAllowed=y
46. Velázquez, S. (s.f.). *Sexualidad Responsable*. Recuperado de: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES44.pdf

ANEXOS

ANEXO 1:

PLAN DE COMUNICACIÓN

**Estrategias de publicidad social en Facebook para mejorar la competencia
“Construye su identidad” en los alumnos del primer grado de educación
secundaria de la I.E. Ricardo Palma, Trujillo – 2018**

INTRODUCCIÓN

El presente plan de comunicación tiene como finalidad elaborar el diseño de las estrategias de publicidad social en Facebook y establecer cronológicamente la aplicación de dicha estrategia en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I.E. Ricardo Palma.

1. Análisis Situacional:

Los alumnos del 1º grado de educación secundaria de la Institución Educativa “Ricardo Palma” presentan ciertas deficiencias en cuanto a su educación sexual. Muchos suelen cohibirse al tratar sobre temas sexuales, otros sienten vergüenza consultar con sus maestros y familiares más cercanos sobre la sexualidad y sus derivados, y terminan por recurrir a distintos medios digitales para obtener conocimiento sobre ello, recibiendo en muchas ocasiones información errada que termina por confundirlos más. Es por ello por lo que a través de las estrategias de publicidad social en Facebook se transmitirá mediante gráficos (historietas), historias sobre el diario vivir de los alumnos en cuanto a su sexualidad, con el fin de mejorar sus conocimientos sobre al tema referido.

2. Objetivos:

2.1 Objetivo General:

- ✓ Determinar si las estrategias de publicidad Social en Facebook como mecanismo de enseñanza contribuye a la mejora de la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma.

2.2 Objetivos específicos:

- ✓ Diseñar estrategias de publicidad social en Facebook como mecanismo de enseñanza que contribuya a la mejora del conocimiento de la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad de manera plena y responsable” en los alumnos de del primer grado de educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma.
- ✓ Aplicar el diseño de las estrategias de publicidad social en Facebook como mecanismo de enseñanza que contribuya a la mejora del conocimiento de la competencia “Construye su identidad” en la capacidad “Vive su sexualidad

de manera plena y responsable” en los alumnos de del primer grado sección “A” de educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma.

3. Justificación:

Dichas estrategias creativas se emplean con el fin de informar a los alumnos de una forma creativa y divertida sobre temas de sexualidad y afectividad, teniendo en cuenta que la mayoría de estos están conectados casi la mayor parte del día en la red social Facebook; es así que aprovechándonos de esa ventaja transmitiremos las piezas gráficas y videos para ellos puedan leerla, comentarla y compartirla con sus amigos.

4. Público objetivo:

- Alumnos del 1° grado de educación secundaria de la Institución Educativa “Ricardo Palma”.
- Edad: 11 a 14 años.
- NSE: C y D

5. Mensaje:

Las estrategias de publicidad social en Facebook que se aplicarán se enfocan en brindar información sobre sexualidad y afectividad, de manera clara, concisa y creativa, así mismo se transmitirán mensajes como la tolerancia, valorarse a sí mismos, respeto hacia los demás, etc.

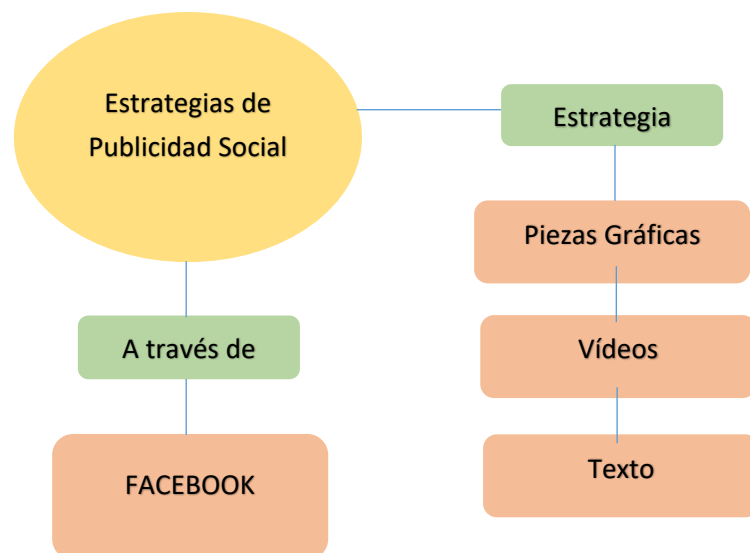
6. Autor del proyecto:

Pedro Jean Paul Rodríguez Tanta, con DNI: 48464580, estudiante del X ciclo de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo – Trujillo, Perú.

7. Colaborador del Proyecto:

N°	Apellido y Nombres	DNI	Cargo
1	Valderrama López, Junior Gian Marco	73919540	Fotografía

8. Herramientas:



9. Estrategia:

Se creará un grupo en Facebook para cada sección.

Se pedirá los perfiles de cada alumno, de cada sección, para incluirlos en el grupo de Facebook.

Se publicarán las piezas gráficas (historietas), una por una, con textos incluidos dentro de las publicaciones.

Se publicarán videos de las historietas para reforzar los conocimientos obtenidos a través de las piezas gráficas.

Se realizarán visitas a los alumnos dentro de las horas de tutoría para mantener el contacto con ellos e incentivarlos a comentar las piezas gráficas y los videos.

10. Personajes

Las historias de la mancha del Brayan están enmarcadas en el entorno y contexto social en el que viven los alumnos del primer grado de educación secundaria de la Institución Educativa Ricardo Palma.

Cada personaje tiene una historia, una vivencia, que son la esencia de estas historietas, dichas historias guardan una estrecha relación con lo que los alumnos viven día a día.

Vanessa es una adolescente muy alegre, divertida; en el colegio casi nadie la ve triste o decaída, por el contrario, ella se muestra orgullosa de lo que tiene y lo que es; sin embargo, en su casa la realidad es otra, ya que muestra inseguridad, no está contenta con su cuerpo, sufre de una baja autoestima.

Sofía es una chica inocente, ella está experimentando cambios en su cuerpo, los pechos, su cintura, todo está cambiando; eso la lleva a ser deseada por la mayoría de sus compañeros y por uno en particular, Brayan, quien solo quiere “coger” con Sofía.

Brayan es un adolescente intrépido, el más “bacancito” del colegio, sus actitudes son molestar a sus compañeros y “gilear” a sus amigas, él se encuentra en un gran problema, ya que se siente atraído por Sofía y quiere tener relaciones coitales con ella, sin embargo, tiene ciertas dudas por los riesgos que esto lo llevaría.

Kevin es el mejor amigo de Brayan, él tiene una preferencia distinta a las demás, pero nadie lo sabe, él tiene miedo al rechazo de sus amigos y no sabe qué hacer, sin embargo, Brayan al enterarse de ello le mostró todo su apoyo.

11. Piezas gráficas y contenido audiovisual:

Se elaborarán piezas gráficas (historietas) y videos de las mismas para la difusión de información respecto a su educación sexual en los alumnos, ya que dichos

medios resultan atractivos para ellos, esto es considerando que actualmente a través de Facebook existen páginas dedicadas a las publicaciones de historietas, comics y videos para sus adeptos (ver página 74).

Teniendo en cuenta el boom de los comics en la actualidad, se procedió a realizar este tipo de estrategias y transmitir las en Facebook para captar la atención de los alumnos en quienes se está aplicando dichas estrategias.

12. Evaluación:

Se aplicará una encuesta para comprobar si hubo alguna mejora y se han alcanzado los objetivos planteados.

13. Cronograma:

13.1 Horarios de las secciones

Sección	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
1° A	x	x	x	2:30 – 4:00 pm Docente: Rosa Ulco	x
1° B	x	x	2:30 – 4:00 pm Docente: Javier Morales	x	x
1° C	1:45 – 3:15 pm Docente: Marianella Guzmán	x	x	x	x
1° D	x	x	3:15 – 5:00 pm Docente: Martha Martez	x	x

14. Presupuesto:

14.1 Servicios

ITEM	Descripción	Cantidad	Precio U.	Total
1	Diseño de piezas gráficas	4	50.00	200.00
2	Videos	4	70.00	280.00
3	Movilidad	-	-	70.00
4	Alquiler de laptop	1	30.00	30.00
				S/ 580.00

14.2 Materiales

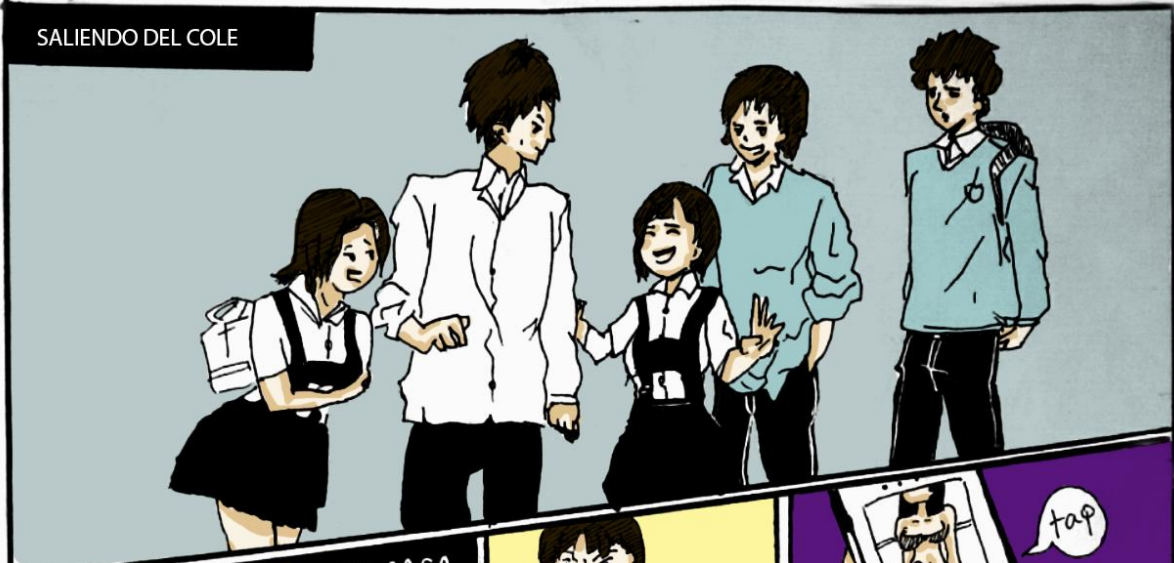
ITEM	Descripción	Cantidad	Precio U.	Total
1	USB	1	25.00	25.00
				S/ 25.00

HISTORIAS DE LA MANCHA DEL BRAYAN

A QUE TE SIENTES IDENTIFICADO CON UNA DE ELLAS

BRAYAN VANESSA SOFÍA KEVIN

SALIENDO DEL COLE



...EN CASA



¿Por qué no tengo el mismo cuerpo que ella?



EN LA CALLE

Vanessa se encuentra con Sofía en el parque.



No sé, pero me siento insegura, y eso me hace sentir mal.

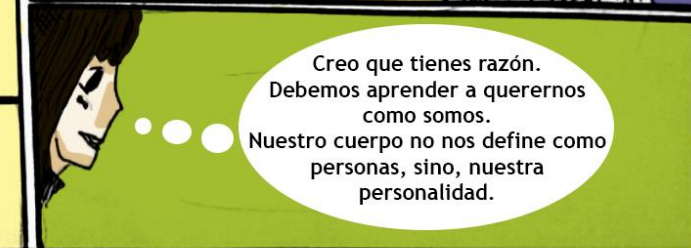


EN UNA REU...

¿Sabes? Me gustaría ser igual de segura que tú y aceptarme tal y cómo soy.

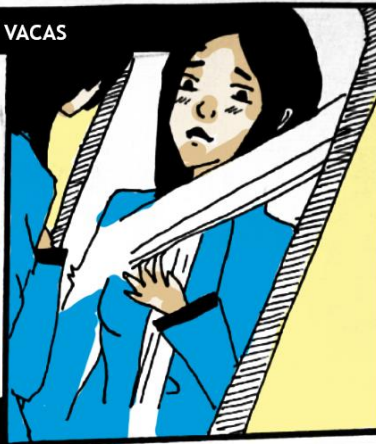


Amiga, yo te quiero como eres.



Creo que tienes razón. Debemos aprender a querernos como somos. Nuestro cuerpo no nos define como personas, sino, nuestra personalidad.

UNA TARDE, DESPUÉS DE HABER SALIDO DE VACAS



Mis pechos están creciendo, mi cintura... ¡Mi cuerpo está cambiando!



3 MESES DESPUÉS DE REGRESO AL COLE



¡Qué rica estás!



Muchachos, les apuesto a que puedo estar con ella.



DURANTE EL RÉCREO ...

Oe!, quieres ser mi "jerma". Podríamos pasar una linda noche juntos.

DESPUÉS EN CASA...



...me ha dicho para pasar una linda noche juntos, ver pelis y jugar algo...

¡Oye!
¿No te das cuenta que solo quiere "coger" contigo?!

Debes respetar tu cuerpo y reconocer cuando alguien realmente te quiere o solo busca una aventura...

#YOESPETOMICUERPO



SALIENDO DEL COLE

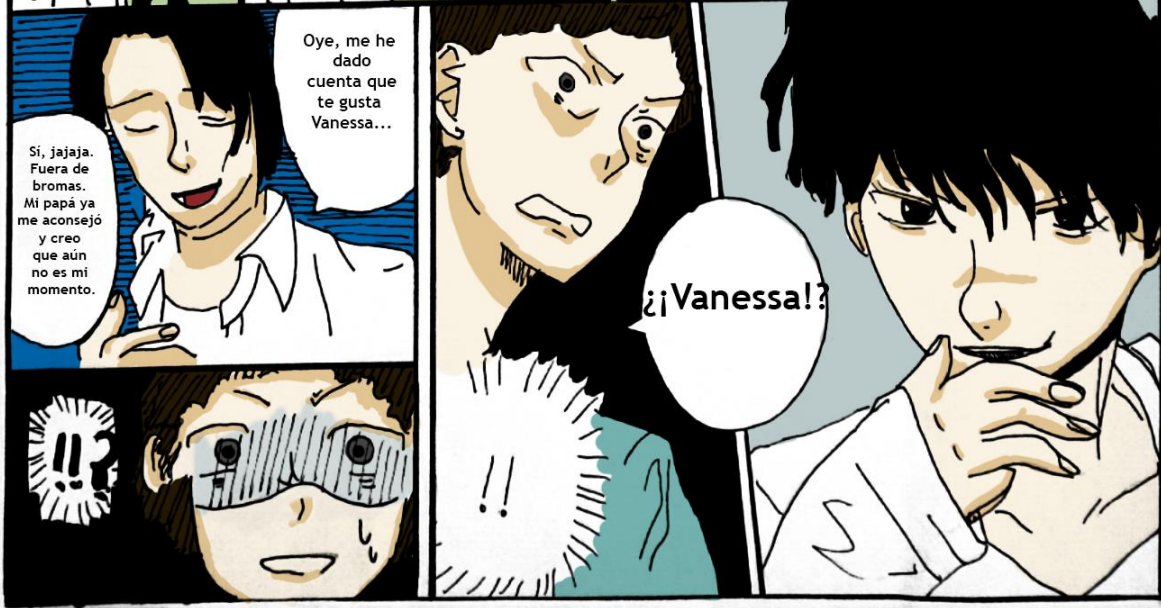
EN EL PARQUE



EN LA CASA, HABLANDO CON SU PAPÁ



SE ENCUENTRA CON SU AMIGO, KEVIN



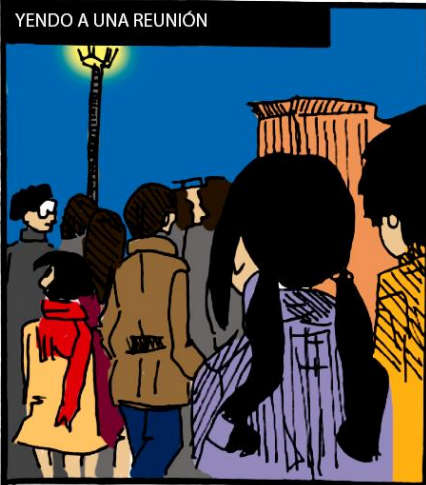
EN EL COLE



A LA HORA DEL RECREO



YENDO A UNA REUNIÓN



PÁGINAS EN FACEBOOK DE COMICS

The screenshot shows a Facebook page for 'The Lax Project y G-Comics'. The page header includes the name, a search bar, and navigation options like 'Inicio', 'Crear', and 'Enviar mensaje'. The main content is a post from 'The Lax Project y G-Comics' sharing an album titled 'Comixverso'. The album cover is a wedding-themed comic book cover for 'LA BODA BATMAN', featuring Batman and Selina Kyle in wedding attire. The cover includes the DC logo, '50 ANIVERSARIO', and the text '¡ESPECIAL DE ANIVERSARIO EXTRA GRANDE!' and 'Estás Cordialmente Invitado a...'. The post has 39 photos in the album and a caption in Spanish: '¡Es la boda que nunca imaginaste que verías! El Batrimonio es real, Bruce Wayne y Selina Kyle están dispuestos a casarse y tú no puedes perderte este acontecimiento...'. The right sidebar shows community information, including the number of likes (1,706) and followers (1,773), and a list of related pages like 'Ladron Corps' and 'Rincón del Cómic...'. The left sidebar shows the page's navigation menu, including 'Inicio', 'Publicaciones', 'Opiniones', 'Videos', 'Fotos', 'Información', 'Comunidad', and 'Información y anuncios', along with a 'Crear una página' button.



Comixverso
Me gusta esta página · 11 h · 🌐

Me gusta Comentar Compartir

4 Más antiguos

Luisa Ramos Kiteman sigue ahí?! XD
Me gusta · Responder · 10 h

Comixverso Si! Yo lo hacia muerto después de la WJ&R xD
Creo que King le tiene cariño 😊
... Ver más
Me gusta · Responder · 9 h

Escribe un comentario...

Solicitudes de amistad Ver todas

Mariano Montiel
➤ Confirmar amistad



Comixverso
Me gusta esta página · 11 h · 🌐

Me gusta Comentar Compartir

1 Escribe un comentario...

Solicitudes de amistad Ver todas

Osmark Arroyo Amaya
3 amigos en común
➤ Confirmar amistad

Facebook interface showing a video player. The video content features a stylized illustration of a man and a woman. The man is on the left, looking towards the woman on the right. The woman has red hair in braids and is wearing a yellow top. A white box with the text "THEY PROTECT US" is overlaid on the video. The video player includes a progress bar at the bottom, showing a playhead at approximately 0:33. The video is from "The Top Comics Oficial" and has 1.3 million likes, 50 comments, and 245 shares.

Facebook interface showing a video player. The video content features a stylized illustration of a man and a woman. The man is on the left, looking towards the woman on the right. The woman has red hair in braids and is wearing a yellow top. A white box with the text "THEY PROTECT US" is overlaid on the video. The video player includes a progress bar at the bottom, showing a playhead at approximately 0:33. The video is from "The Top Comics Oficial" and has 1.3 million likes, 50 comments, and 245 shares.

VALIDACIÓN DE PLAN DE COMUNICACIÓN POR EXPERTOS

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

Yo, Melina Juany Pinedo Añorga
especialista en Docencia en Comunicación Social
con DNI N° 18033620 por medio de la presente hago constar que realicé

la revisión del Plan de Comunicación elaborado por el tesista Pedro Jean Paul Rodríguez Tanta, estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 48464580, quien es autor del tema de investigación "Estrategias de publicidad social en Facebook para mejorar la competencia "Construye su identidad" en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I.E. Ricardo Palma, Trujillo – 2018".

Una vez indicado lo anterior, considero que dicho Plan de Comunicación es válido para su aplicación, según sea el contexto.

Observaciones:

.....
.....
.....

Trujillo, 1^o de junio del 2018

FIRMA DEL EXPERTO

Mg. Juany Pinedo Añorga
RESPONSABLE DE RELACIONES INSTITUCIONALES
RED ASISTENCIAL LA LIBERTAD

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

Yo, Giovanna Beltrán Peláez
especialista en Imagari Corporativa
con DNI N° 18141621 por medio de la presente hago constar que realicé

la revisión del Plan de Comunicación elaborado por el tesista Pedro Jean Paul Rodríguez Tanta, estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 48464580, quien es autor del tema de investigación "Estrategias de publicidad social en Facebook para mejorar la competencia "Construye su identidad" en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I.E. Ricardo Palma, Trujillo – 2018".

Una vez indicado lo anterior, considero que dicho Plan de Comunicación es válido para su aplicación, según sea el contexto.

Observaciones:

.....
.....
.....

Trujillo, 01 de junio del 2018



FIRMA DEL EXPERTO

ANEXO 2:

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN (CUESTIONARIO)

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO			
TÍTULO: Estrategias de publicidad social en Facebook para mejorar la competencia "Construye su identidad" en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I.E. Ricardo Palma, Trujillo – 2018.			
NOMBRE DEL INSTRUMENTO	CUESTIONARIO		
OBJETIVO	Determinar si las estrategias de publicidad social en Facebook como mecanismo de enseñanza contribuye a la mejora de la competencia "Construye su identidad" en la capacidad vive su sexualidad de manera plena y responsable en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma, Trujillo – 2018.		
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	Noemí Violeta Cabell Rosales		
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR	Mg. en Educación		
VALORACIÓN			
MUY ALTO	ALTO	MEDIO	MUY BAJO
	✓		
FIRMA DEL EVALUADOR			


 Mg. Violeta Cabell Rosales
 COORD. ACADÉMICA

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO				
TÍTULO: Estrategias de publicidad social en Facebook para mejorar la competencia “Construye su identidad” en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I.E. Ricardo Palma, Trujillo – 2018.				
NOMBRE DEL INSTRUMENTO	CUESTIONARIO			
OBJETIVO	Determinar si las estrategias de publicidad social en Facebook como mecanismo de enseñanza contribuye a la mejora de la competencia “Construye su identidad” en la capacidad vive su sexualidad de manera plena y responsable en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma, Trujillo – 2018.			
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	<i>Chavez Diaz Karim Jacquelín</i>			
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR	<i>Doc. Comunicación Social</i>			
VALORACIÓN				
MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO	MUY BAJO
	✓			
FIRMA DEL EVALUADOR <i>Chavez Diaz</i>				

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO			
TÍTULO: Estrategias de publicidad social en Facebook para mejorar la competencia "Construye su identidad" en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I.E. Ricardo Palma, Trujillo – 2018.			
NOMBRE DEL INSTRUMENTO	CUESTIONARIO		
OBJETIVO	Determinar si las estrategias de publicidad social en Facebook como mecanismo de enseñanza contribuye a la mejora de la competencia "Construye su identidad" en la capacidad vive su sexualidad de manera plena y responsable en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I. E. Ricardo Palma, Trujillo – 2018.		
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	<i>Ricardo Píngo Deluía Juany</i>		
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR	<i>Doctora en Comunicación Social</i>		
VALORACIÓN			
MUY ALTO	ALTO	MEDIO	MUY BAJO
	✓		
FIRMA DEL EVALUADOR			


 Mg. Juany Deluía Juany
 RESPONSABLE RELACIONES INSTITUCIONALES
 REGIÓN TENDENCIA LA LIBERTAD

CUESTIONARIO:



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

La siguiente encuesta busca obtener conocimientos sobre los alumnos en cuanto a sus relaciones afectivas y sexuales a través de Facebook.

Sexo:

Edad:

Marca con una "X" la respuesta que consideres correcta:

¿Utilizas Facebook?

Sí No

1. ¿Entendiste los mensajes que viste en Facebook a través de las historietas?
Mucho Poco Ni mucho, ni Poco Casi nada Nada
2. ¿Consideras que las imágenes (historietas) que viste en Facebook son creativas?
Mucho Poco Ni mucho, ni Poco Casi nada Nada
3. ¿Con qué frecuencia utilizas Facebook?
Siempre Casi siempre A veces Casi nunca Nunca
4. ¿Puedes acceder a Facebook desde cualquier momento y lugar?
Mucho Poco Ni mucho, ni Poco Casi nada Nada
5. ¿Compartiste las historietas con tus amigos en Facebook?
Mucho Poco Ni mucho, ni Poco Casi nada Nada
6. ¿Las historietas que viste en Facebook, informándote sobre tu sexualidad, te han ayudado a conocerte mejor?
Mucho Poco Ni mucho, ni Poco Casi nada Nada
7. ¿Las historietas que publicaron en Facebook te ayudaron a tener una buena relación con los demás? (Compartiendo, comentando)
Mucho Poco Ni mucho, ni Poco Casi nada Nada
8. ¿Las historietas que viste en Facebook te informaron de manera clara sobre temas relacionados a la sexualidad?
Mucho Poco Ni mucho, ni Poco Casi nada Nada
9. ¿Aprendiste sobre sexualidad mediante las historietas en Facebook?
Mucho Poco Ni mucho, ni Poco Casi nada Nada

ANEXO 3:

**ENTREVISTAS Y VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS PARA LAS
PIEZAS GRÁFICAS (HISTORIETAS)**

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

Yo, Sissy Doris de la Torre Lavala
especialista en Psicología
con DNI N° 18228633 por medio de la presente hago constar que realicé

la revisión del contenido de las piezas gráficas, mismas que servirán para la elaboración de videos, elaborado por el tesista Pedro Jean Paul Rodríguez Tanta, estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 48464580, quien es autor del tema de investigación "Estrategias de publicidad social en Facebook para mejorar la competencia "Construye su identidad" en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I.E. Ricardo Palma, Trujillo – 2018".

Una vez indicado lo anterior, considero que el contenido de dichas piezas gráficas es válido para su aplicación, según sea el contexto.

Observaciones:

.....
.....
.....

Trujillo, 15 de junio del 2017



Dra. Sissy de la Torre Lavala
PSICÓLOGA
C.Ps.P. 12993

FIRMA DEL EXPERTO

SISSY DE LA TORRE ZAVALA EXPERTA EN PSICOLOGÍA

Entrevista a psicóloga Sissy de la Torre

¿Qué opina usted acerca del contenido de las piezas gráficas?

Estoy observando, con respecto a las piezas gráficas y me doy cuenta de que los diálogos son claros, son precisos, al alcance de todo joven, asimismo cuando ellos puedan leerlo, lo van a entender, es decir es entendible, que es lo que se busca como objetivo de investigación.

¿El lenguaje utilizado en las piezas gráficas son fáciles de entender?

Sí, porque se adecua a los códigos de comunicación de los jóvenes, es simple entendible y sobre todo son precisos.

¿Considera usted que el contenido de las piezas gráficas son aptas para los alumnos del primer grado de educación secundaria?

Sí, porque se adecua a la problemática social en el cual se está viviendo actualmente, por ejemplo los problemas de autoestima, el problema de comunicación efectiva, el problema de algunos jóvenes que tienen una comunicación muy pasiva en el que no comentan sus problemas, se retraen a sí mismos, se reprimen y es una forma a través de estas piezas gráficas que ellos se puedan identificar y de alguna manera motivar e iniciar el diálogo y sobre todo conversarlo con las personas más indicadas, que pueden ser docentes, tutores, sus padres o un especialista.

Desde el punto de vista psicológico ¿Cómo cree que las historias emitidas en estas piezas gráficas pueden ayudar a los alumnos en su vida diaria?

Les puede ayudar, efectivamente con la identificación, el hecho de que ellos se puedan identificar va a permitir, primero a motivarse, a hablar sobre ellos y sus problemas, en caso que los tuviera, por ejemplo se puede apreciar en estas piezas gráficas la historia de una joven con problemas de autoestima, entonces hablamos de la aceptación de la valoración, que parte del autoconocimiento, otra de las problemáticas son el problema de la falta de comunicación acerca de la sexualidad o la información distorsionada que muchas veces los jóvenes tienen acerca de ello, muchos de ellos buscan información en medios que no tiene la información fidedigna, como internet entre otros, generando mayor confusión o distorsión de la información, entonces ellos si requerirían de unas personas capacitadas para que

puedan informarle apropiadamente, y si les va a ayudar, otras de las problemáticas que podemos observar son la forma como ellos puedan interactuar dentro de las relaciones sociales y sobre todo la forma como podrían resolver sus conflictos cuando estén expuestos a situaciones de esa naturaleza, profundizar en el término de buscar ayuda, una ayuda especializada, si en este caso es un centro educativo, podrían ser sus tutores o el psicólogo del centro educativo quien podría darle un tratamiento apropiado de acuerdo a la situación.

¿Qué recomendación le daría a futuros tesis que quieran utilizar piezas gráficas para tratar sobre temas relacionados a la sexualidad?

Yo les recomendaría continuar con estos tipos de gráficos para poder motivar a los chicos, para poder estar más al alcance de ellos y probablemente los chicos no quieran comentar, entonces es una forma de ayudarlos a que ellos puedan expresarse, les diría que continúen que sigan motivados a realizar ese tipo de trabajo y sobre todo que cada una de sus representaciones gráficas tengan un mensaje, positivo, claro, preciso, de actualidad para que los alumnos se motiven a leerlos, ellos conllevaría a cambiar ciertas actitudes en los alumnos, de negativas a positivas.

ELVA AYMÉ DEL CASTILLO MANTARO EXPERTA EN EDUCACIÓN

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

Yo, Elva Aymé Del Castillo Mantoro
especialista en Educación Primaria - Secundaria
con DNI N° 18143929 por medio de la presente hago constar que realicé

la revisión de las piezas gráficas, mismas que servirán para la elaboración de videos, elaborado por el tesista Pedro Jean Paul Rodríguez Tanta, estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 48464580, quien es autor del tema de investigación "Estrategias de publicidad social en Facebook para mejorar la competencia "Construye su identidad" en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I.E. Ricardo Palma, Trujillo – 2018".

Una vez indicado lo anterior, considero que el contenido de dichas piezas gráficas es válido para su aplicación, según sea el contexto.

Observaciones:

.....
.....
.....

Trujillo, 01 de junio del 2018



FIRMA DEL EXPERTO

Entrevista a educadora Elva del Castillo

¿Qué opina usted acerca del contenido de las piezas gráficas?

Los temas seleccionados son temas de interés para el estudiante, ya que son temas que a ellos les agradan de por sí, estas están relacionadas al quererse a sí mismo, al como se ve ante el resto de sus compañeros, a sus características, su yo, tratan de encontrarse el o ella de manera general.

¿El lenguaje utilizado en las piezas gráficas son fáciles de entender?

Sí, están descritas de manera bastante clara y concisa en relación con la temática que se ha planteado.

¿Considera usted que el contenido de las piezas gráficas son aptas para los alumnos del primer grado de educación secundaria?

Sí, son aptas, por que el lenguaje que se utiliza es uno que va de acuerdo a la edad, y se está utilizando un lenguaje claro coherente y pertinente de acuerdo al contexto social en el que se encuentra.

Desde el punto de vista como educadora ¿Cómo cree que las historias emitidas en estas piezas gráficas pueden ayudar a los alumnos en su vida diaria?

Los ayuda en gran manera por que al joven mucho le interesa conocer y conocerse, pero no a través de lo que su papá o mamá le puedan decir o aconsejar, si no de lo que puede averiguar y también que pueda ser entendido por el compañero que le está escuchando, eso es lo que veo en estas historias, dos compañeros conversando, hay jóvenes que se están respondiendo a si mismos y al final hay una conclusión en relación a si de verdad este soy yo o esta soy yo, si valgo realmente como persona, si vale la pena haber sufrido o haber padecido tanto, creo yo que es pertinente.

¿Qué recomendación le daría a futuros tesis que quieran utilizar piezas gráficas para tratar sobre temas relacionados a la sexualidad?

La estrategia que han utilizado es adecuada porque a los jóvenes no les agrada leer tanto texto si no les gusta conocer las historias a través de casos, casos vivenciales, que se vea inmerso en estos casos, pienso que es una estrategia metodológica adecuada.

DANIEL OBLITAS PINILLOS EXPERTO EN CONTENIDO GRÁFICO

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

Yo, Daniel Oblitas Pinillos
especialista en Imagen corporativa y repp.
con DNI N° 18011001 por medio de la presente hago constar que realicé

la revisión de las piezas gráficas, mismas que servirán para la elaboración de videos, elaborado por el tesista Pedro Jean Paul Rodríguez Tanta, estudiante de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 48464580, quien es autor del tema de investigación "Estrategias de publicidad social en Facebook para mejorar la competencia "Construye su identidad" en los alumnos del primer grado de educación secundaria de la I.E. Ricardo Palma, Trujillo – 2018".

Una vez indicado lo anterior, considero que el contenido de dichas piezas gráficas es válido para su aplicación, según sea el contexto.

Observaciones:

los textos de diálogo deben ser más legibles a nivel de tamaño (todos del mismo punto) además de mejorar los trazos en el diseño de los personajes

Trujillo, 18 de junio del 2018


FIRMA DEL EXPERTO

EVIDENCIAS:

AULA 1 "D"

Es seguro | <https://www.facebook.com/groups/252507472177033/>

Aula 1 "D"
Grupo público

Información
Conversación
Miembros
Eventos
Videos
Fotos
Administrar grupo

Buscar en este grupo

Accesos directos

- Aula 1 "D"
- Aula 1 "A"
- Aula 1 "C"
- Aula 1 "B"
- Aula 1
- Te Lo Vendo Bara...
- Bolsa de Trabajo d...
- Te lo vendo Trujillo ...

Jean Paul Rodriguez
17 de junio a las 21:06

Chicos, a continuación van a ver una serie de historias donde muchos se sentirán identificados.
Historias de la Mancha del Brayán.
Vanessa, la sexy.
Sofía, la popular.
Brayan, el bacán.
Kevin, el tranquilo.

HISTORIAS DE LA MANCHA DEL BRAYAN

A QUE TE SIENTES IDENTIFICADO CON UNA DE ELLAS

Agregar ubicaciones

CREAR GRUPOS NUEVOS
Con los grupos, compartir con amigos, familiares y compañeros de equipo es más fácil que nunca. [Crear grupo](#)

FOTOS RECIENTES DEL GRUPO Ver todo

Grupos sugeridos Ver todos

- Somos L@s Mejores Fans De Soy Luna 1 amigo · 40.680 miembros [+ Unirte](#)
- Novelas sobre Miraculous 1 amigo · 53.699 miembros [+ Unirte](#)

ATE Espacio DISPONIBLE

Aula 1 "D"

Aula 1 "B"

Aula 1

Te Lo Vendo Bara...

Bolsa de Trabajo d...

Te lo vendo Trujillo ...

BRAYAN VANESSA SOFÍA KEVIN

Me gusta Comentar Compartir

7

Escribe un comentario...

Jean Paul Rodriguez

!!! PUBLICIDAD

SUBASTA AQUI!! - TRUJILLO 30 amigos · 21.869 miembros [+ Unirte](#)

Listas Camaleón Club 110 amigos · 54.021 miembros [+ Unirte](#)

Esta pieza gráfica publicada logró tener 7 reacciones, 6 me gusta y 1 me divierte.

Es seguro | <https://www.facebook.com/groups/252507472177033/>

Aula 1 "D"

Jean Paul Rodriguez
17 de junio a las 21:07

Historia de Vanessa.
Ella es una chica sexy, pero indecisa con lo que tiene.

MIEMBROS 7 miembros

Tienes 2 miembros nuevos esta semana. Escribe una publicación para darles la bienvenida.

MIEMBROS SUGERIDOS

Amigos

- Daniela Jimenez [Agregar miembro](#)
- Verónica G. Marreros [Agregar miembro](#)
- Nikoll Rodriguez [Agregar miembro](#)

Ver más

DESCRIPCIÓN [Agregar una descripción](#)
Cuéntales a los demás de qué se trata este grupo.

ETIQUETAS [Agregar etiquetas](#)
Agrega palabras clave descriptivas.

UBICACIONES [Agregar ubicaciones](#)

CREAR GRUPOS NUEVOS

Con los grupos, compartir con amigos, familiares y compañeros de equipo es más fácil que nunca. [Crear grupo](#)

FOTOS RECIENTES DEL GRUPO [Ver todo](#)

Aula 1 "B" 4

Aula 1

Te Lo Vendo Barata... 20+

Bolsa de Trabajo d... 20+

Te lo vendo Trujillo ... 20+

Me gusta Comentar Compartir

6

Escribe un comentario...

Con los grupos, compartir con amigos, familiares y compañeros de equipo es más fácil que nunca. [Crear grupo](#)

FOTOS RECIENTES DEL GRUPO [Ver todo](#)

Esta pieza gráfica publicada logró tener 6 reacciones, de los cuales todos eran “Me gusta”.

Es seguro | https://www.facebook.com/groups/252507472177033/

Aula 1 "D" 🔍

Jean Paul Inicio Crear 👤 🔔 🔍

Aula 1 "D"
 Grupo público

Información

Conversación

Miembros
 Eventos
 Videos
 Fotos
 Administrar grupo

Buscar en este grupo 🔍

Accesos directos

- Aula 1 "D"
- Aula 1 "A"
- Aula 1 "C"
- Aula 1 "B" 4
- Aula 1
- Te Lo Vendo Barat... 20+
- Bolsa de Trabajo d... 20+
- Te lo vendo Trujillo ... 20+

Jean Paul Rodriguez
 17 de junio a las 21:09

Historia de Sofia.
 Ella es popular, pero inocente.

AGREGAR MIEMBROS Insertar invitación

+ Ingresa un nombre o correo electrónico...

MIEMBROS 7 miembros

Tienes 2 miembros nuevos esta semana. Escribe una publicación para darles la bienvenida.

MIEMBROS SUGERIDOS Ocultar

Amigos

- Daniela Jimenez Agregar miembro
- Verónica G. Marreros Agregar miembro
- Nikoll Rodriguez Agregar miembro

Ver más

DESCRIPCIÓN Agregar una descripción

Cuéntales a los demás de qué se trata este grupo.

ETIQUETAS Agregar etiquetas

Agrega palabras clave descriptivas.

UBICACIONES

Agregar ubicaciones

CREAR GRUPOS NUEVOS

Con los grupos, compartir con amigos, familiares y **Crear grupo**

Aula 1

- Te Lo Vendo Barat... 20+
- Bolsa de Trabajo d... 20+
- Te lo vendo Trujillo ... 20+

Me gusta Comentar Compartir

7 Visto por 5

Escribe un comentario...

FOTOS RECIENTES DEL GRUPO Ver todo

Esta pieza gráfica publicada logró tener 7 reacciones, de los cuales todos eran “Me Gusta”.

Es seguro | https://www.facebook.com/groups/252507472177033/

Aula 1 "D"

Jean Paul Rodriguez
17 de junio a las 21:10

Historia de Brayan.
Él es el bacán, él que quiere estar con todas.

Amigos

- Daniela Jimenez [Agregar miembro](#)
- Verónica G. Marreros [Agregar miembro](#)
- Nikoli Rodriguez [Agregar miembro](#)

DESCRIPCIÓN [Agregar una descripción](#)
Cuéntales a los demás de qué se trata este grupo.

ETIQUETAS [Agregar etiquetas](#)
Agrega palabras clave descriptivas.

UBICACIONES [Agregar ubicaciones](#)

CREAR GRUPOS NUEVOS
Con los grupos, compartir con amigos, familiares y compañeros de equipo es más fácil que nunca. [Crear grupo](#)

FOTOS RECIENTES DEL GRUPO [Ver todo](#)

Te Lo Vendo Barat... [20+](#)

Bolsa de Trabajo d... [20+](#)

Te lo vendo Trujillo ... [20+](#)

Me gusta Comentar Compartir

5 [Visto por 5](#)

Escribe un comentario...

FOTOS RECIENTES DEL GRUPO [Ver todo](#)

Grupos sugeridos [Ver todos](#)

Somos L@s Mejores Fans De

Esta pieza gráfica publicada logró tener 5 reacciones, de los cuales todos eran “Me Gusta”.

Es seguro | <https://www.facebook.com/groups/252507472177033/>

Aula 1 "D" 🔍

Jean Paul Inicio Crear 👤 🔔 ?

Aula 1 "D"
Grupo público

Información

Conversación

Miembros

Eventos

Videos

Fotos

Administrar grupo

Buscar en este grupo 🔍

Accesos directos

- 👤 Aula 1 "D"
- 👤 Aula 1 "A"
- 👤 Aula 1 "C"
- 👤 Aula 1 "B" 4
- 👤 Aula 1
- 👤 Te Lo Vendo Barat... 20+
- 👤 Bolsa de Trabajo d... 20+
- 👤 Te lo vendo Trujillo ... 20+

Jean Paul Rodriguez
17 de junio a las 21:11

Historia de Kevin.
El es tranquilo, cohibido, y hay un motivo por el que lo es...

AGREGAR MIEMBROS Insertar invitación

+ Ingresa un nombre o correo electrónico...

MIEMBROS 7 miembros

Tienes 2 miembros nuevos esta semana. Escribe una publicación para darles la bienvenida.

MIEMBROS SUGERIDOS Ocultar

Amigos

- 👤 Daniela Jimenez Agregar miembro
- 👤 Verónica G. Marreros Agregar miembro
- 👤 Nikoll Rodriguez Agregar miembro

Ver más

DESCRIPCIÓN Agregar una descripción

Cuéntales a los demás de qué se trata este grupo.

ETIQUETAS Agregar etiquetas

Agrega palabras clave descriptivas.

UBICACIONES

📍 Agregar ubicaciones

CREAR GRUPOS NUEVOS

Con los grupos, comparte con amigos, familiares y [Crear grupo](#)

facebook.com/groups/252507472177033/?ref=group_header

Fotos

Administrar grupo

Buscar en este grupo 🔍

Accesos directos

- 👤 Aula 1 "D"
- 👤 Aula 1 "A"

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

👤 7 Visto por 5

👤 Escribe un comentario...

Grupos sugeridos Ver todos

Esta pieza gráfica publicada logró tener 7 reacciones, de los cuales todos eran “Me Gusta”.



Esta pieza gráfica publicada logró tener 2 reacciones, de los cuales todos eran “Me Gusta”.



Esta video publicado logró tener 1 reacción, de los cuales era el único “Me Gusta”.



Esta video publicado logró tener 1 reacciones, de los cuales era el único “Me Gusta”.



Esta video publicado logró tener 4 reacciones, de los cuales todos eran “Me Gusta”.

AULA 1 "C"

Es seguro | <https://www.facebook.com/groups/2148431402103743/>

Aula 1 "C" Grupo público

Información

Conversación

Miembros

Eventos

Videos

Fotos

Administrar grupo

Buscar en este grupo

Accesos directos

- Aula 1 "D"
- Aula 1 "A"
- Aula 1 "C"
- Aula 1 "B"
- Aula 1
- Te Lo Vendo Barat...
- Bolsa de Trabajo d...
- Te lo vendo Trujillo ...

Jean Paul Rodriguez
17 de junio a las 20:24 · Agregar temas

Chicos, a continuación van a ver una serie de historias donde muchos se sentirán identificados.
Historias de la Mancha del Brayan.
Vanessa, la sexy.
Sofía, la popular.
Brayan, el bacán.... Ver más

compañeros de equipo es más fácil que nunca.

FOTOS RECIENTES DEL GRUPO Ver todo

Grupos sugeridos Ver todos

CAJAMARCA, PARA EL MUNDO... 4.166 miembros + Unirte

Carpinteros y Aficionados 3 amigos · 304.671 miembros + Unirte

MICHAEL JACKSON THE LORD OF POP

Aula 1

Te Lo Vendo Barat... 20+

Bolsa de Trabajo d... 20+

Te lo vendo Trujillo ... 20+

BRAYAN VANESSA SOFÍA KEVIN

Me gusta Comentar Compartir

Cristhian Andre Garcia Pinedo Visto por 5

Michael Jackson 1 amigo · 26.783 miembros + Unirte

Esta pieza gráfica publicada logró tener 1 reacción, de los cuales era el único "Me Gusta".

Es seguro | <https://www.facebook.com/groups/2148431402103743/>

Aula 1 "C"

Jean Paul Inicio Crear

Aula 1 "C"
Grupo público

Información

Conversación

Miembros
Eventos
Videos
Fotos
Administrar grupo

Buscar en este grupo

Accesos directos

- Aula 1 "D"
- Aula 1 "A"
- Aula 1 "C"
- Aula 1 "B" 4
- Aula 1
- Te Lo Vendo Bar... 20+
- Bolsa de Trabajo d... 20+
- Te lo vendo Trujillo ... 20+

Jean Paul Rodriguez
17 de junio a las 20:27 · [Agregar temas](#)

Historia de Vanessa.
Ella es una chica sexy, pero indecisa con lo que tiene.

AGREGAR MIEMBROS [Insertar invitación](#)

+ Ingresar un nombre o correo electrónico...

MIEMBROS 7 miembros

Tienes un miembro nuevo esta semana. Escribe una publicación para darle la bienvenida. [Escribir publicación](#)

MIEMBROS SUGERIDOS [Ocultar](#)

Amigos

- [Verónica G. Marreros](#) [Agregar miembro](#)
- [Daniela Jimenez](#) [Agregar miembro](#)
- [Agni Surabhi Nuñez](#) [Agregar miembro](#)

[Ver más](#)

DESCRIPCIÓN [Agregar una descripción](#)

Cuéntales a los demás de qué se trata este grupo.

ETIQUETAS [Agregar etiquetas](#)

Agrega palabras clave descriptivas.

UBICACIONES [Agregar ubicaciones](#)

CREAR GRUPOS NUEVOS

Aula 1

Te Lo Vendo Bar... 20+

Bolsa de Trabajo d... 20+

Te lo vendo Trujillo ... 20+

Me gusta Comentar Compartir

4 [Visto por 5](#)

Escribe un comentario...

CREAR GRUPOS NUEVOS

Con los grupos, compartir con amigos, familiares y compañeros de equipo es más fácil que nunca. [Crear grupo](#)

FOTOS RECIENTES DEL GRUPO [Ver todo](#)

Esta pieza gráfica publicada logró tener 4 reacciones, de los cuales 3 eran “Me Gusta” y 1 “Me divierte”.

Es seguro | https://www.facebook.com/groups/2148431402103743/

Aula 1 "C" 🔍

Jean Paul Rodriguez 17 de junio a las 20:30 · Agregar temas

Historia de Sofia.
Ella es popular, pero inocente.

AGREGAR MIEMBROS Insertar invitación
+ Ingresa un nombre o correo electrónico...

MIEMBROS 7 miembros
Escribir publicación

Tienes un miembro nuevo esta semana. Escribe una publicación para darle la bienvenida.

MIEMBROS SUGERIDOS Ocultar

Amigos
Verónica G. Marreros Agregar miembro
Daniela Jimenez Agregar miembro
Agni Surabhi Nuñez Agregar miembro
Ver más

DESCRIPCIÓN Agregar una descripción
Cuéntales a los demás de qué se trata este grupo.

ETIQUETAS Agregar etiquetas
Agrega palabras clave descriptivas.

UBICACIONES
Agregar ubicaciones

CREAR GRUPOS NUEVOS
Con los grupos, compartir con amigos, familiares y compañeros de equipo es más fácil que nunca. [Crear grupo](#)

Fotos

Administrar grupo

Buscar en este grupo 🔍

Accesos directos

- Aula 1 "D"
- Aula 1 "A"
- Aula 1 "C"
- Aula 1 "B" 4
- Aula 1
- Te Lo Vendo Barat... 20+
- Bolsa de Trabajo d... 20+
- Te lo vendo Trujillo ... 20+

Me gusta Comentar Compartir

3 Visto por 5

Escribe un comentario...

DESCRIPCIÓN Agregar una descripción
Cuéntales a los demás de qué se trata este grupo.

ETIQUETAS Agregar etiquetas
Agrega palabras clave descriptivas.

UBICACIONES
Agregar ubicaciones

CREAR GRUPOS NUEVOS
Con los grupos, compartir con amigos, familiares y compañeros de equipo es más fácil que nunca. [Crear grupo](#)

FOTOS RECIENTES DEL GRUPO Ver todo

Esta pieza gráfica publicada logró tener 3 reacciones, de los cuales todos eran “Me Gusta”.

Es seguro | https://www.facebook.com/groups/2148431402103743/

Aula 1 "C" Inicio Crear

Jean Paul Rodriguez
17 de junio a las 20:33 · Agregar temas

Historia de Brayán.
Él es el bacán, él que quiere estar con todas.

miembros del grupo encuentren la información que les interesa más fácilmente.

AGREGAR MIEMBROS Insertar invitación

+ Ingresa un nombre o correo electrónico...

MIEMBROS 7 miembros

Tienes un miembro nuevo esta semana. ✍ Escribir publicación

Escribe una publicación para darle la bienvenida.

MIEMBROS SUGERIDOS Ocultar

Amigos

- Verónica G. Marreros ➕ Agregar miembro
- Daniela Jimenez ➕ Agregar miembro
- Agni Surabhi Nuñez ➕ Agregar miembro

Ver más

DESCRIPCIÓN Agregar una descripción

Cuéntales a los demás de qué se trata este grupo.

ETIQUETAS Agregar etiquetas

Agrega palabras clave descriptivas.

UBICACIONES Agregar ubicaciones

CREAR GRUPOS NUEVOS

Aula 1 "D"
Aula 1 "A"
Aula 1 "C"
Aula 1 "B"
Aula 1
Te Lo Vendo Barato... 20+
Bolsa de Trabajo d... 20+
Te lo vendo Trujillo ... 20+

Me gusta Comentar Compartir

👍👎👏 4 Visto por 5

Escribe un comentario...

Agrega palabras clave descriptivas.

UBICACIONES Agregar ubicaciones

CREAR GRUPOS NUEVOS

Con los grupos, compartir con amigos, familiares y compañeros de equipo es más fácil que nunca. ➔ Crear grupo

FOTOS RECIENTES DEL GRUPO Ver todo

ebook.com/photo.php?fbid=1412463698899879&set=gm.2148443188769231&ty...

Esta pieza gráfica publicada logró tener 4 reacciones, de los cuales 3 eran “Me Gusta”, 1 “Me enoja” y 1 “Me divierte”..

Aula 1 "C" Inicio Crear

Aula 1 "C"
Grupo público

Información

Conversación

Miembros

Eventos

Videos

Fotos

Administrar grupo

Buscar en este grupo

Accesos directos

- Aula 1 "D"
- Aula 1 "A"
- Aula 1 "C"
- Aula 1 "B" 4
- Aula 1
- Te Lo Vendo Barat... 20+
- Bolsa de Trabajo d... 20+
- Te lo vendo Trujillo ... 20+

Jean Paul Rodriguez
17 de junio a las 20:35 · Agregar temas

Historia de Kevin.
El es tranquilo, cohibido, y hay un motivo por el que lo es...

CLASIFICAR PUBLICACIONES + Crear tema

Agrega temas a las publicaciones para que los miembros del grupo encuentren la información que les interesa más fácilmente.

AGREGAR MIEMBROS Insertar invitación

+ Ingresa un nombre o correo electrónico...

MIEMBROS 7 miembros

Tienes un miembro nuevo esta semana. Escribe una publicación para darle la bienvenida. Escribir publicación

MIEMBROS SUGERIDOS Ocultar

Amigos

- Verónica G. Marreros Agregar miembro
- Daniela Jimenez Agregar miembro
- Agni Surabhi Nuñez Agregar miembro

Ver más

DESCRIPCIÓN Agregar una descripción

Cuéntales a los demás de qué se trata este grupo.

ETIQUETAS Agregar etiquetas

Agrega palabras clave descriptivas.

UBICACIONES Agregar ubicaciones

Buscar en este grupo

Accesos directos

- Aula 1 "D"
- Aula 1 "A"
- Aula 1 "C"
- Aula 1 "B" 4
- Aula 1
- Te Lo Vendo Barat... 20+
- Bolsa de Trabajo d... 20+
- Te lo vendo Trujillo ... 20+

Agni Surabhi Nuñez Agregar miembro

Ver más

DESCRIPCIÓN Agregar una descripción

Cuéntales a los demás de qué se trata este grupo.

ETIQUETAS Agregar etiquetas

Agrega palabras clave descriptivas.

UBICACIONES Agregar ubicaciones

CREAR GRUPOS NUEVOS

Con los grupos, compartir con amigos, familiares y compañeros de equipo es más fácil que nunca. Crear grupo

3 Me gusta Comentar Compartir Visto por 5

Escribe un comentario...

Esta pieza gráfica publicada logró tener 3 reacciones, de los cuales todos eran “Me Gusta”.



Este video publicado logró tener 1 reacción, de los cuales era el único “Me Gusta”.



Este video publicado logró tener 1 reacción, de los cuales era el único “Me Gusta”.



Este video publicado logró tener 1 reacción, de los cuales era el único “Me Gusta”.



Este video publicado logró tener 1 reacción, de los cuales era el único “Me Gusta”.

APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS PRE-TEST



Aplicación de la encuesta en el aula de primer grado sección “D”



Aplicación de la encuesta en el aula de primer grado sección “B”



Aplicación de la encuesta en el aula de primer grado sección "A"



Alumna del primer grado sección "A" respondiendo la encuesta.

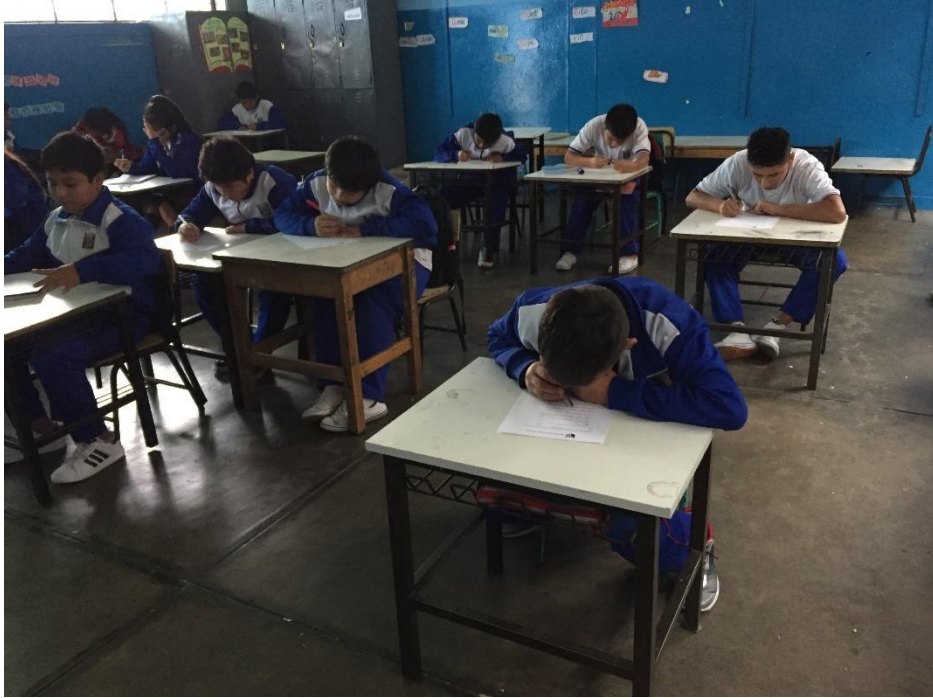
POST TEST



Aplicación de la encuesta en el aula de primer grado sección "D"



Aplicación de la encuesta en el aula de primer grado sección "B"



Aplicación de la encuesta en el aula de primer grado sección “C”