

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA  
TOULOUSE LAUTREC



**CREACIÓN DE UNA APLICACIÓN QUE AYUDE A INFORMAR  
SOBRE TEMAS DE EDUCACIÓN SEXUAL A ADOLESCENTES  
ESCOLARES DE 12 A 17 AÑOS EN LIMA METROPOLITANA**

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en  
Dirección y Diseño Gráfico

**AUTOR:**

**SALVADOR OMAR RICARDO VALLADOLID MENDOZA**

(0009-0008-3779-8075)

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en  
Publicidad y Marketing Digital

**AUTOR:**

**MARICIELO BRIGITTE MOGOLLON TANTALEAN**

(0009-0008-5727-3583)

**Asesor**

**LENY AMELIA PERCCA TREJO**

(0000-0002-8363-8354)

Lima-Perú

**Enero 2024**

## Resumen del Trabajo de Investigación

El proyecto de innovación Intimates busca resolver la desinformación en temas de educación sexual teniendo como población beneficiaria a los estudiantes escolares adolescentes de entre 12 y 17 años en Lima Metropolitana.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en la creación de un espacio seguro donde encontrar información comprobada sobre temas de educación sexual, se trata de un aplicativo móvil que informa a los adolescentes sobre educación sexual a través de novelas gráficas interactivas, permitiéndoles experimentar de forma segura el impacto que tienen sus decisiones en el desenlace de cada historia e involucrándolos más en la problemática.

Se concluye que la solución propuesta es atractiva y relevante para el público objetivo y se recomienda una actualización periódica del contenido para mantener el interés en los distintos años escolares.

Palabras clave: *aplicación, educación sexual, adolescentes escolares, Lima Metropolitana*

## TABLA DE CONTENIDO

### Resumen de trabajo de investigación

1. Contextualización del problema.....	6
2. Justificación.....	7
2.1. Justificación social.....	7
2.2. Justificación práctica.....	8
2.3. Justificación metodológica.....	8
3. Reto de Innovación.....	9
3.1. Preguntas de investigación.....	9
3.1.1. Pregunta general.....	9
3.1.2. Preguntas específicas.....	9
3.2. Objetivos de investigación.....	9
3.2.1. Objetivo general.....	10
3.2.2. Objetivos específicos.....	10
4. Sustento teórico.....	10
4.1. Estudios previos.....	10
4.2. Marco teórico.....	13
4.2.1. Creación de un aplicativo móvil.....	13
4.2.1.1. Conceptualización de un aplicativo móvil.....	13
4.2.1.2. Características de un aplicativo móvil.....	13
4.2.1.2.1. Interfaz.....	13
4.2.1.2.2. Desarrollo multiplataforma.....	14
4.2.1.2.3. Modo offline.....	14
4.2.1.2.4. Analítica.....	14
4.2.1.2.5. Seguridad.....	14
4.2.1.3. Plataformas de un aplicativo móvil.....	14
4.2.1.3.1. IOS.....	14
4.2.1.3.2. Android.....	15
4.2.1.4. Tipos de aplicativo móvil.....	15

4.2.1.4.1. Aplicativo móvil nativo.....	15
4.2.1.4.2. Aplicativo móvil web.....	15
4.2.1.4.3. Aplicativo móvil híbrido.....	15
4.2.1.4.4. Aplicativo móvil educativo.....	15
4.2.1.5. Jugabilidad en un aplicativo móvil.....	16
4.2.1.5.1. Características de la jugabilidad en un aplicativo móvil.....	16
4.2.1.5.1.1. Entretenimiento.....	16
4.2.1.5.1.2. Dificultad.....	16
4.2.1.5.1.3. Mecánicas.....	16
4.2.1.6. Modelos de monetización en un aplicativo móvil.....	16
4.2.1.6.1. Freemium.....	16
4.2.1.6.2. Paidmium.....	16
4.2.1.6.3. Suscripciones.....	17
4.2.1.6.4. Compras in.app.....	17
4.2.1.6.5. Publicidad in-app.....	17
4.2.1.7. Importancia de la creación de un aplicativo móvil para educación sexual.....	17
5. Beneficiarios.....	18
5.1. Directos.....	18
5.2. Indirectos.....	18
5.3. Arquetipo de cliente.....	18
6. Propuesta de valor.....	20
6.1 Propuesta de valor.....	20
6.2 Segmento de clientes.....	20
6.3 Canales.....	20
6.4 Relación con los clientes.....	20
6.5 Actividades clave.....	20
6.6 Recursos clave.....	21
6.7 Aliados clave.....	21
6.8 Fuentes de ingreso.....	21
6.9 Presupuesto.....	21
7. Resultados.....	23
8. Conclusiones.....	24

9. Bibliografía.....	25
----------------------	----

### ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Inversión Inicial</i> .....	21
Tabla 2. <i>Gastos mensuales</i> .....	22
Tabla 3. <i>Ingresos</i> .....	23

## 1. Contextualización del Problema

Existen estudios que demuestran que los temas relacionados al ámbito sexual todavía siguen siendo un tema tabú entre adultos y adolescentes a nivel mundial, ocasionando que estos últimos se vean obligados a consultar fuentes de información alternativas para resolver sus dudas e inquietudes al respecto. Según una encuesta realizada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2019) en 112 países, en solo un año, 7 de cada 10 jóvenes de entre 15 y 24 años usaron internet para informarse sobre sexualidad, dentro de este grupo, más del 42% de adolescentes de entre 15 a 18 años buscaron información sobre ETS e ITS, y más del 39% buscó sobre cultura, sociedad y sexualidad.

Esta desinformación trae consecuencias para los adolescentes. Como indica la Organización Mundial de Salud (2023), cada año, más de 20 millones de mujeres de entre 15 y 19 años en países en desarrollo resultan embarazadas, y alrededor de 11.5 millones de ellas dan a luz. Sumado a esto, las ETS e ITS son algunos de los problemas generados por la falta de educación sexual que podrían causar daños a lo largo del desarrollo de los adolescentes, e incluso por el resto de sus vidas.

Además, según datos del Fondo de Población de las Naciones Unidas (2021), en un año se registraron más de 6215 nacimientos en madres adolescentes de 15 a 19 años solo en Lima Metropolitana.

Por otro lado, Saénz, M. (2021) señala que el pueblo peruano no está concientizado sobre lo importante que es recibir una buena ESI, y que esta desinformación se da como consecuencia de la sociedad conservadora y religiosa en la que se vive.

El desarrollo de la sexualidad forma parte de la vida de los seres humanos, siendo la adolescencia una etapa crucial para aprender sobre esta y donde una deficiente o nula comunicación al respecto puede generar impactos negativos a corto y largo plazo.

En base a lo redactado anteriormente y partiendo de las carreras de Dirección y Diseño Gráfico, Comunicación Audiovisual y Multimedia y Publicidad y Marketing Digital, se pretende dar solución al problema con la creación de IntiMates, una aplicación móvil de novelas gráficas interactivas dirigido a adolescentes de Lima Metropolitana entre 12 a 17 años que permite a los usuarios ser los protagonistas de historias que giran en torno a temas de educación sexual, y que son creadas en colaboración con especialistas. Estas pueden tener distintos desenlaces basados en la elección de uno o hasta 4 jugadores que, en base a sus decisiones, definen de forma simultánea cuál será el final de las diferentes historias, descubriendo por sí mismos los efectos causados por decisiones correctas o incorrectas en la vida sexual de los personajes. De esta forma, la aplicación busca, potencialmente, influir de manera positiva en las elecciones que tomen los adolescentes en su futura vida sexual.

Finalmente se concluye que Intimates buscará convertirse en una de las principales fuentes de información confiable para los adolescentes que busquen alternativas para poder adquirir conocimiento sobre educación sexual.

## **2. Justificación**

La presente investigación tiene como objetivo dar solución a una problemática que perjudica en gran medida a la población adolescente de Lima Metropolitana, que es la desinformación alrededor de temas de educación sexual.

### **2.1. Justificación social**

Una vida sexual sana se construye en base a información fidedigna sobre el tema, no obstante, la sociedad peruana obstaculiza la adquisición de conocimientos sobre temas de educación sexual debido a mitos y creencias injustificadas, perjudicando principalmente a la población adolescente. Una de las consecuencias más graves generadas por esta problemática es el aumento en el número de casos de infección por VIH. Según el Centro Nacional de Epidemiología, Prevención y Control de Enfermedades - MINSA (2023), solamente en el

2023 se han reportado más de 2000 casos notificados de VIH hasta el 31 de octubre. En base a estos datos, se ha decidido dirigir el proyecto hacia la población adolescente de Lima Metropolitana, ya que es la etapa más susceptible a sufrir las consecuencias de la desinformación en torno a la sexualidad. Para dar solución al problema, se pretende crear Intimates, una aplicación móvil de novelas gráficas interactivas con historias que giran en torno a temas de educación sexual.

## **2.2. Justificación práctica**

Este proyecto es realizado con el propósito de reducir las posibilidades de los adolescentes de verse afectados por las consecuencias potencialmente irrevocables de no recibir la educación sexual suficiente. Según la OMS (2022), situaciones como el embarazo suponen un mayor riesgo de eclampsia, endometritis puerperal e infecciones sistémicas para madres de 10 a 19 años, en comparación con las madres de 20 a 24 años. Es por esto que la propuesta de negocio busca aliviar esta problemática con el objetivo de potenciar la educación sexual en adolescentes, permitiéndoles tomar decisiones informadas en su futura vida sexual.

## **2.3. Justificación metodológica**

Con el fin de aterrizar en una solución creativa para la problemática, se ha hecho uso de la metodología Toulouse Thinking, la cual permite obtener la información pertinente para el proyecto de manera creativa, flexible, ágil y colaborativa. Este proceso está compuesto por las siguientes etapas: Investigar, Idear, Desarrollar y Transferir.

Una herramienta utilizada fue el Mapa del Problema, consistente en definir el problema en base a lo que funciona y lo que no del tema elegido. Por otro lado, el Mapa de Actores es una herramienta que permite delimitar la problemática en base a los usuarios que intervienen en esta, generando conexiones entre ellos y agrupándolos en distintos niveles de acuerdo a su relación con el tema: central, directos o indirectos.



Otra herramienta utilizada fueron los arquetipos, con el fin de conocer mejor al público objetivo, identificando patrones de comportamiento y características principales. Teniendo como base los arquetipos, sus dolores e insights, se redactan los retos de diseño con el formato “¿Cómo podríamos?”, con el objetivo de diseñar soluciones centradas en las personas que tengan el efecto deseado.

Finalmente, el desarrollo del lienzo de propuesta de valor permite la creación de una propuesta alineada a las necesidades de los usuarios.

### **3. Reto de innovación**

Desinformación sobre temas de educación sexual en adolescentes escolares de 12 a 17 años en Lima Metropolitana.

#### **3.1.Preguntas de investigación**

##### **3.1.1.Pregunta general:**

¿De qué manera se podría ayudar a informar sobre temas de educación sexual a adolescentes escolares de 12 a 17 años en Lima Metropolitana.?

##### **3.1.2.Preguntas específicas:**

**P1** ¿Qué características debe tener una aplicación móvil que ayude a informar sobre temas de educación sexual a adolescentes escolares de 12 a 17 años en Lima Metropolitana.?

**P2** ¿Qué contenido podrían tener las novelas gráficas incluidas en la aplicación móvil que ayude a informar sobre temas de educación sexual a adolescentes escolares de 12 a 17 años en Lima Metropolitana.?

**P3** ¿Qué tan efectivo sería crear una aplicación móvil que ayude a informar sobre temas de educación sexual a adolescentes escolares de 12 a 17 años en Lima Metropolitana.?

#### **3.2.Objetivos de investigación**

¿De qué manera se podría ayudar a informar sobre temas de educación sexual a adolescentes de Lima Metropolitana?

### **3.2.1.Objetivo general**

Crear una aplicación móvil que ayude a informar sobre temas de educación sexual a adolescentes escolares de Lima Metropolitana.

### **3.2.2.Objetivos específicos**

**O1** Determinar qué características debe tener una aplicación móvil que ayude a informar sobre temas de educación sexual a adolescentes escolares de Lima Metropolitana.

**O2** Investigar qué contenido podrían tener las novelas gráficas incluidas en la aplicación móvil que ayude a informar sobre temas de educación sexual a adolescentes escolares de Lima Metropolitana.

**O3** Analizar qué tan efectivo sería crear una aplicación móvil que ayude a informar sobre temas de educación sexual a adolescentes escolares de 12 a 17 años en Lima Metropolitana.

## **4. Sustento Teórico**

### **4.1.Estudios previos**

Rios, C. C. y Gonzáles, J. A. (2018). *SEXAPP: App educativa para la sexualidad responsable en jóvenes del grado décimo de la institución educativa liceo aprender*. Para optar por la Licenciatura en tecnología e informática. Universidad Católica de Manizales, Colombia.

El objetivo consiste en impulsar la educación sexual responsable en escolares de quinto de secundaria mediante la implementación de una app educativa.

Los resultados de la investigación concluyen que el aplicativo puede funcionar completamente en centros con poca tecnología y en aparatos de uso personal como celulares y tablets.

Las conclusiones del autor son que el aplicativo tiene la capacidad de generar conciencia en los estudiantes e informar sobre temas de ESI de una forma alineada con los tiempos actuales.

La utilidad de la tesis es que demuestra que los adolescentes tienen una buena respuesta frente a una solución tecnológica educativa en forma de aplicativo, y que se puede realizar una implementación completa de esta en lugares con poca tecnología.

Navarro, C. y Pérez, I. (2022). *Una app móvil potencia la motivación del alumnado en una experiencia de gamificación universitaria*. Para optar por el Doctorado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte. Universidad de Granada, España

El objetivo consiste en aumentar el involucramiento y deseo de aprender de los jóvenes y adolescentes universitarios durante su etapa de formación, haciendo uso de la gamificación.

Los resultados de la investigación concluyen que el aprovechamiento de aparatos celulares como medio para el aplicativo puede incrementar la disposición del público joven a usarlo. Además, el uso de la gamificación en metodologías de enseñanza mejora de forma exponencial la salud cardiorrespiratoria, comparado con una metodología clásica.

Las conclusiones del autor resaltan la importancia del uso de la narrativa y la producción de emociones como un método para aumentar la inmersión en una aplicación educativa y, por consecuencia, el nivel de aprendizaje.

La utilidad de la tesis es conocer formas de hacer uso de la tecnología de los dispositivos móviles para diseñar experiencias educativas que aprovechen el concepto de gamificación.

Pérez, et al. (2020). *Diseño y evaluación de una aplicación para la educación sexual de jóvenes sordos mexicanos*. Para optar por el Doctorado en Psicología de la Salud. Universidad Nacional Autónoma de México, México.

El objetivo consiste en crear y valorar la facilidad del uso del aplicativo como una forma de educar y fomentar la educación sexual en jóvenes con discapacidad auditiva.

Los resultados de la investigación concluyen que la inclusión de ilustraciones en los materiales educativos resultó especialmente atractiva para usuarios con sordera, ya que en muchos de ellos se presenta la problemática de tener niveles bajos de lectura, escritura o analfabetismo.

Las conclusiones del autor fueron que el aplicativo demostró ser simple y de fácil uso para incentivar la utilización del preservativo en la población con discapacidad auditiva.

La utilidad de la tesis es conocer formas de aumentar la accesibilidad de un aplicativo móvil, y de esta forma hacer que llegue a una mayor cantidad de público.

Mendoza, C. y Escudero, M. (2022) *Aplicativo móvil interactivo que fomente el interés por la lectura en adolescentes de Lima Metropolitana*. obtener el grado de Bachiller en Dirección y Diseño Publicitario. Escuela de Educación Superior Tecnológica Privada Toulouse Lautrec.

El objetivo consiste en desarrollar un aplicativo que fomente el hábito de leer en los estudiantes de secundaria.

Los resultados de la investigación concluyen que el aplicativo, gracias al uso de la gamificación, resulta efectivo para generar un hábito de lectura en los adolescentes que tienen un rechazo hacia la lectura en su forma tradicional.

Las conclusiones del autor muestran que la implementación de elementos de gamificación dentro de un aplicativo de lectura aumenta el interés de los usuarios en completar los diferentes libros. Además, una interfaz fluida es clave para generar atracción al permitir una interacción sencilla y un fácil reconocimiento de las recompensas que se pueden obtener por completar una lectura.

La utilidad de la tesis es conocer los elementos y recursos necesarios para el desarrollo de un aplicativo móvil enfocado en la gamificación y dirigido a adolescentes.

Balarezo, N. y García, D. (2022). *Creación de un aplicativo móvil para fomentar la gestión de emociones, en jóvenes de la ciudad de Lima Metropolitana, 2022*. Para optar el Grado de Bachiller en Arquitectura de interiores. Escuela de Educación Superior Tecnológica Privada Toulouse Lautrec.

El objetivo consiste en fomentar la gestión de emociones con el aplicativo móvil MOODIE, en jóvenes de la ciudad de Lima Metropolitana, 2022.

Los resultados de la investigación concluyen que más del 85% de usuarios reaccionaron positivamente a la aplicación, mostrando seguridad y confianza a la hora de compartir e identificar sus sentimientos

Las conclusiones del autor son que la aplicación mejoró la calidad de vida de los usuarios al facilitarles un manejo correcto de las emociones, lo que di como resultado una mejora en la salud mental de estos.

La utilidad de la tesis es poder identificar las actividades clave que se desarrollan alrededor de la creación de un aplicativo móvil.

## **4.2.Marco teórico**

### **4.2.1. Creación de un aplicativo móvil**

#### **4.2.1.1. Conceptualización de un aplicativo móvil**

Según Concepto (2023), un aplicativo móvil es un programa desarrollado para funcionar en aparatos móviles. Cada aplicativo cumple un propósito particular, pudiendo cumplir la función de educar, conectar, gestionar, y hasta entretener.

#### **4.2.1.2. Características de un aplicativo móvil**

#### **4.2.1.2.1. Interfaz**

Según Bluumi (2018), el éxito de un aplicativo móvil no se basa en la complejidad del mismo. En lugar de ello, el mercado demanda interfaces sencillas y de fácil uso. Mientras mayor sea la facilidad del funcionamiento, mayor será el enganche con el público.

#### **4.2.1.2.2. Desarrollo multiplataforma**

Según 3Androides (2023), un aplicativo móvil con capacidad funcionar en diversas plataformas aumenta su notoriedad y tiene el potencial de llegar a un público más numeroso.

#### **4.2.1.2.3. Modo offline**

Según 3Androides (2023) Disponer de un modo de funcionamiento sin conexión a internet es crucial para permitir que el público siga usando el aplicativo, aún si se encuentra en una zona con mala cobertura.

#### **4.2.1.2.4. Analítica**

Según Bluumi (2018), esta funcionalidad permitirá evaluar el comportamiento del público al usar el aplicativo, de este modo se pueden conseguir datos relevantes para medir el éxito del aplicativo e identificar oportunidades de mejora.

#### **4.2.1.2.5. Seguridad**

Según Bluumi (2018), un aplicativo móvil debe estar en línea con las leyes de protección de datos en vigencia y contar con la capacidad de proteger la privacidad del público y brindar métodos de pago sin riesgo.

### **4.2.1.3. Plataformas de un aplicativo móvil**

#### **4.2.1.3.1. IOS**

Según Crehana (2022), iOS ha sido diseñado exclusivamente para operar los dispositivos de la marca Apple. Inicialmente desarrollado para el dispositivo de iPhone, este software ha sido diseñado de manera en que solo los productos de la marca puedan

aprovecharlo, otorgando exclusividad a los usuarios. marcando una diferencia con Android. Con el tiempo, el uso de software iOS se extendió para los dispositivos posteriores que salieron al mercado, como el iPod Touch y el iPad.

#### **4.2.1.3.2. Android**

Según Arimetrics (2022), Android es un sistema operativo móvil desarrollado por Google. Su finalidad original era facilitar el uso de un sistema abierto, sin costo, disponible en múltiples plataformas y de alta seguridad, compatible con aparatos móviles.

#### **4.2.1.4. Tipos de aplicativo móvil**

##### **4.2.1.4.1. Aplicativo móvil nativo**

Según Isil (2023), tal como indica el nombre, se trata de aplicativos diseñados exclusivamente para un sistema operativo. Es por esta razón que existen aplicativos llevan la denominación disponible sólo en junto al nombre del sistema. Desarrollar una aplicación nativa toma alrededor de 6 meses.

##### **4.2.1.4.2. Aplicativo móvil web**

Según Isil (2023), los aplicativos web son multiplataforma, pueden usarse en diferentes tipos de dispositivos como el teléfono móvil y la computadora, ya que su formato se adecúa a ellos. Su lenguaje de programación es HTML y CSS, además, tiene un funcionamiento más veloz en el dispositivo al no requerir una descarga debido a que funciona en cualquier navegador. Estos aplicativos no tienen la capacidad de enviar notificaciones al usuario, a menos que se haga a través de mail o mensaje de texto gracias a una suscripción previa.

##### **4.2.1.4.3. Aplicativo móvil híbrido**

Según Isil (2023), los aplicativos híbridos usan el mismo código para funcionar en los sistemas operativos de Android y IOS. Tiene un costo y tiempo de desarrollo menor al de los aplicativos nativos. Sin embargo, no permiten tanta personalización.

#### **4.2.1.4.4. Aplicativo móvil educativo**

Según El Comercio (2019), se trata de aplicativos diseñados para ser usados como fuentes de conocimiento y aprendizaje obtenido con juegos, historias e inmersión audiovisual.

#### **4.2.1.5. Jugabilidad en un aplicativo móvil**

Según Deusto formación (2023), la jugabilidad se refiere al potencial de permitir comprender las reglas que rigen el mundo en el que se desarrolla el videojuego. Es la capacidad de la historia para dilucidar y ejecutar las diversas interacciones entre diferentes elementos de una manera atractiva.

##### **4.2.1.5.1. Características de la jugabilidad en un aplicativo móvil**

###### **4.2.1.5.1.1. Entretenimiento**

Según Deusto Formación (2023) Prioriza el entretenimiento del usuario para que se mantenga dentro del juego durante periodos largos.

###### **4.2.1.5.1.2. Dificultad**

Según Deusto Formación (2023), el nivel de dificultad debe ser balanceado para que usuario pueda avanzar sin sentir frustración por lo complicado del sistema, o desinterés por lo sencillo del mismo.

###### **4.2.1.5.1.3. Mecánicas**

Según Deusto Formación (2023), las mecánicas deben ser coherentes y claras para que el usuario siempre sepa qué debe hacer para avanzar.

##### **4.2.1.6. Modelos de monetización en un aplicativo móvil**

###### **4.2.1.6.1. Freemium**

Arimetrics (2022) Combina los términos «free» (gratis) y «Premium» y se refiere a servicios, software y aplicaciones móviles proporcionadas de forma gratuita al público.

###### **4.2.1.6.2. Paidmium**



Pickaso (2023) Estas aplicaciones no solo implican un pago al realizar la descarga, sino también pagos por servicios extra estando dentro de ella, de esta forma realizan su estrategia de monetización. Al igual que las apps de pago tradicionales, está libre de anuncios.

#### **4.2.1.6.3. Suscripciones**

Según Pickaso (2018), el método de suscripción demanda pagos mensuales o anuales recurrentes para obtener mejoras del aplicativo, funciones nuevas y mejora en el aplicativo.

#### **4.2.1.6.4. Compras in-app**

Pickaso (2018). Este tipo de apps normalmente son de descarga gratuita y te permiten comprar productos o servicios a través de ella. Un ejemplo de ello, sería Amazon Prime Video que ofrece compras in-app.

#### **4.2.1.6.5. Publicidad in-app**

Rockcontent (2019). Se trata de la publicación programática de anuncios en aplicaciones con el objetivo de impactar y atraer usuarios. Esta forma de publicidad puede gestionarse como un elemento clave en una estrategia de Marketing Digital, especialmente en el ámbito de la promoción. En ese caso, las marcas y los expertos deben seleccionar de manera estratégica las apps en que difundirán anuncios, pues es necesario que en estas realmente se encuentre el público objetivo.

#### **4.2.1.7. Importancia de la creación de un aplicativo móvil para educación sexual**

Los adolescentes de 12 a 17 años de Lima Metropolitana se encuentran en una etapa crucial para definir el desarrollo de una vida sexual sana y libre de riesgos, no obstante, y según lo investigado, se observa una gran falta de espacios seguros y fuentes de información fiables con los que resolver sus dudas, así como un elevado desinterés en conocer más de lo que ellos consideran suficiente.

En este contexto, la creación de un aplicativo móvil de educación sexual que hace uso de la gamificación como base de su propuesta, desarrollando novelas gráficas interactivas cuyas historias giran en torno a este tema, es ideal para atraer al público objetivo y mantenerlo interesado, pues el uso de este concepto en el aprendizaje permite alejarlo de los métodos tradicionales, haciendo llegar la información de manera fluida con historias de personajes que experimentan nuevas vivencias en torno a su vida sexual, y donde el usuario es partícipe de la toma de decisiones, desbloqueando distintos desenlaces en la historia, conociendo y evaluando las consecuencias de cada una de ellas en un entorno seguro.

## **5. Beneficiarios**

### **5.1. Directos**

El aplicativo móvil de educación sexual está enfocado en jóvenes estudiantes del nivel socioeconómico A - B de 12 a 17 años de edad, que buscan obtener información confiable en torno a temas de educación sexual de una forma que los motive a llevar un aprendizaje continuo y les permita resolver sus dudas de forma segura.

### **5.2. Indirectos**

Los beneficiarios indirectos del aplicativo móvil de educación sexual son los centros educativos, los cuales tienen la necesidad de incluir programas de educación sexual dentro de sus mallas.

### **5.3. Arquetipo de cliente**

Los beneficiarios son adolescentes de entre 12 y 17 años de edad, que se encuentran estudiando en el colegio y residen en Lima Metropolitana. Se trata de personas que son conscientes de la importancia de contar con una buena educación sexual, sin embargo, les resulta difícil encontrar un entorno que les genere confianza para hablar sobre el tema y

resolver sus dudas al respecto. Finalmente, ellos esperan contar con fuentes de información confiables dentro de un espacio seguro en el que puedan adquirir conocimientos valiosos y se sientan motivados a aprender de forma continua.

Lucía es una adolescente de 16 años de edad que estudia en un colegio privado y que cursa el quinto de secundaria. Es una persona extrovertida, que disfruta pasar el rato con sus amigos y tiene una buena relación con sus padres, con quienes vive. Tiene un conocimiento básico sobre temas de educación sexual, lo que hace que se sienta insegura a la hora de tomar decisiones en torno a su vida sexual. Ella piensa que en su entorno resulta incómodo hablar de temas de sexualidad de forma seria, además, siente que en su colegio hay temas de educación sexual que son censurados o explicados de forma muy superficial. Finalmente, le gustaría encontrar un entorno en el que sentirse segura de resolver sus dudas respecto al tema, recibiendo información útil y confiable sobre el mismo.

Los arquetipos fueron desarrollados en base a la información recolectada de los lienzos de investigación, junto con las entrevistas, encuestas, y el Mapa de Actores, el cual está dividido en tres secciones:

**Sección 1 - Centrales:** En esta sección se encuentra el público objetivo, quienes son los adolescentes escolares de entre 12 y 17 años de edad, quienes según lo investigado, se encuentran dentro del grupo más afectado por la problemática establecida previamente, la desinformación en torno a temas de educación sexual. Ellos además serán los beneficiarios de la solución planteada.

**Sección 2 - Directos:** En esta sección se encuentran las personas que forman parte del círculo social y familiar de los adolescentes escolares y tienen un trato más directo con ellos. Aquí se encuentran los padres de familia, amigos, y los profesores de las instituciones educativas en donde estudian.

Sección 3 – Indirectos: En esta sección se encuentran el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables y el Ministerio de Educación, entidades públicas que no tienen un contacto tan directo con el público objetivo y que no influyeron de manera significativa en la construcción de los arquetipos.

## **6. Propuesta de Valor**

### **6.1. Propuesta de valor**

La propuesta de valor consiste en informar a los adolescentes sobre educación sexual de forma lúdica a través de novelas gráficas interactivas dentro de un aplicativo móvil, permitiéndoles ver el impacto que tienen sus decisiones en el desenlace de cada historia.

### **6.2. Segmento de clientes**

En base a la investigación realizada, se decidió enfocar el proyecto en beneficiar a los adolescentes de 12 a 17 años en Lima Metropolitana del NSE A, B y C, teniendo como clientes principales a los centros educativos privados y estatales, así como a los padres de familia.

### **6.3. Canales**

El aplicativo llegará a través de dispositivos móviles como celulares y tabletas, como medio para promocionarlo y tener alcance se usarán redes sociales como Instagram y Facebook.

### **6.4. Relación con los clientes**

El usuario encontrará una nueva forma de aprender con una biblioteca en constante crecimiento de historias interactivas basadas en temas de educación sexual que les resulten interesantes y promuevan un aprendizaje continuo.

### **6.5. Actividades clave**

Las actividades clave para la realización del proyecto incluyen redactar guiones para las historias, ilustrarlas, desarrollar el aplicativo, diseñar la interfaz y, como parte de la promoción del proyecto, realizar activaciones en los centros educativos.

### **6.6. Recursos clave**

Entre los recursos clave necesarios para llevar a cabo el proyecto y sostenerlo están los ilustradores, diseñadores, guionistas, programadores y publicistas, por el lado técnico será necesario contar con servidores para hacer funcionar el aplicativo.

### **6.7. Aliados clave**

En primer lugar están los centros educativos, a los cuales se les ofrecerá el servicio de suscripción para que puedan incluir el aplicativo como parte de su malla escolar, por otro lado, el Ministerio de Educación permitirá llegar a centros educativos del estado. Los profesionales de la salud aportarán al proyecto verificando la información brindada para asegurar la máxima fiabilidad. Finalmente, el apoyo de ilustradores de renombre en el mediano plazo será importante para dar más visibilidad al proyecto.

### **6.8. Fuentes de ingresos**

La principal fuente de ingreso surgirá de los planes de suscripción mensuales y anuales para los centros educativos y personas naturales, por otro lado, se puede obtener un ingreso económico adicional en caso de contar con el auspicio de entidades públicas como el Ministerio de Educación.

### **6.9. Presupuesto**

**Tabla 1. Inversión inicial**

<b>Ítem</b>	<b>Descripción de recursos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>UM</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Importe</b>
1	Programador freelancer	3	UND	S/7,500.00	S/7,500.00

2	Redactor freelancer	1	UND	S/2,000.00	S/2,000.00
3	Diseñador UX/UI	1	UND	S/2,000.00	S/2,000.00
4	Ilustrador freelancer	1	UND	S/2,000.00	S/2,000.00
5	Sexólogo (consultoría)	1	UND	S/2,000.00	S/2,000.00
				<b>TOTAL</b>	<b>S/15,500.00</b>

**Tabla 2. Gastos mensuales**

Ítem	Descripción de recursos	Cantidad	UM	Costo unitario	Importe
1	Redactor	1	UND	S/2,000.00	S/2,000.00
2	Diseñador UI / UX	1	UND	S/2,000.00	S/2,000.00
3	Sexólogo	1	UND	S/2,000.00	S/2,000.00
3	Ilustrador	1	UND	S/2,000.00	S/2,000.00
4	Servidor	1	UND	S/60.00	S/60.00
5	Administrador	1	UND	S/1,500.00	S/1,500.00
6	Publicidad en redes	1	UND	S/900.00	S/900.00

				<b>TOTAL</b>	<b>S/10,460.00</b>
--	--	--	--	--------------	--------------------

**Tabla 3. Ingresos**

<b>Ítem</b>	<b>Descripción de recursos</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Estimado total de unidades vendidas por mes</b>	<b>Ingreso estimado mensual</b>	<b>Ingreso estimado trimestral</b>
1	Ingreso por suscripción mensual	S/120.00	100	S/12,000.00	S/36,000.00
				<b>TOTAL</b>	<b>S/36,000.00</b>

## 7. Resultados

Se logró cumplir satisfactoriamente con el reto de innovación, ya que se pudo resolver la problemática de la falta de información sobre temas de educación sexual en adolescentes de Lima Metropolitana mediante “INTIMATES”, un aplicativo móvil de novelas gráficas interactivas que permite aprender sobre el tema de una manera lúdica y novedosa, ofreciendo distintas historias que giran en torno a temas de educación sexual y en las que los usuarios son los que toman las decisiones dentro de estas y descubren el impacto que tienen en el desenlace. De este modo, se promueve el desarrollo de una vida sexual sana y libre de riesgos.

Se logró validar el proyecto junto con el público objetivo elegido, quienes son los adolescentes de 12 a 16 años que viven en Lima Metropolitana y se encuentran cursando el

nivel secundario, mediante un prototipo desarrollado con lógica MVP en Figma, el cual permitió al usuario interactuar con una versión preliminar del aplicativo, y una encuesta con la que se obtuvieron comentarios sobre el mismo, los cuales fueron positivos en su totalidad. Además, se midió el interés del público objetivo mediante el registro de los correos electrónicos de los usuarios que quisieran recibir actualizaciones sobre el proyecto en el futuro.

## **8. Conclusiones**

Como primera conclusión, se desarrolló de manera exitosa un aplicativo de educación sexual para informar a los adolescentes escolares de 12 a 17 años de Lima Metropolitana sobre temas de educación sexual. Esta iniciativa busca servir como complemento a la educación sexual en escuelas, haciendo llegar los diferentes temas de una forma novedosa y atractiva para los usuarios.

Como segunda conclusión, en base a la investigación sobre las características que debía tener una aplicación móvil se tomó en cuenta la importancia de elementos clave dentro de la misma, como una interfaz clara y sencilla, y los modelos de suscripción como los más atractivos y sostenibles.

Como tercera conclusión, respecto al contenido que podría incluirse en las novelas gráficas destacó la importancia de incluir ilustraciones para contar las historias, debido a que aumenta el atractivo y el enganche en usuarios con niveles bajo de lectura.

Como cuarta conclusión, se llevó a cabo un análisis sobre la efectividad de un aplicativo móvil que ayude a informar sobre temas de educación sexual, permitiendo tener conocimiento sobre la facilidad de funcionamiento que este puede tener dentro de centros con poca tecnología, y en dispositivos de uso personal como celulares.



Finalmente se concluye que la creación de un aplicativo móvil de educación sexual posee un remarcable potencial para mejorar de manera significativa los niveles de información que tienen los adolescentes escolares de 12 a 17 años de Lima Metropolitana sobre la educación sexual.

## 9. Bibliografía

Arimetrics (2022). *Qué es Freemium*.

Arimetrics. <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/freemium>

Arimetrics (2022). *Qué es Android*. <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/android>

BBC (26 septiembre de 2019). Cuántos métodos anticonceptivos hay disponibles y cuáles son los más efectivos (según la OMS). *BBC New Mundo*.

<https://www.bbc.com/mundo/noticias>

49846770#:~:text=La%20OMS%20tiene%20una%20lista,y%20la%20esterilizaci%C3%B3n%20o%20vasectom%C3%ADa.

Bluumi (2022). *10 características de una aplicación móvil de empresa de éxito*.

<https://bluumi.net/10-caracteristicas-una-aplicacion-movil-de-empresa-exito/>

Concepto. (s.f.). *Aplicación (software)*. <https://concepto.de/aplicacion-software/>

El Peruano (5 de marzo de 2023). Minedu alista programa de educación sexual integral. *El Peruano*. <https://www.elperuano.pe/noticia/206956-minedu-alista-programa-de-educacion-sexual-integral>

Fondo de Población de las Naciones Unidas (2023). *Educación sexual integral*. <https://www.unfpa.org/es/educaci%C3%B3n-sexual-integral>

Fundación Wiese. (1 de agosto de 2023). *La importancia de la educación sexual: Conoce el trabajo de Juntas Perú*. Fundación Wiese. <https://www.fundacionwiese.org/blog/es/la-importancia-de-la-educacion-sexual-conoce-el-trabajo-de-juntas-peru/>

Investigación y Publicaciones. (22 de diciembre de 2022). El gasto público para el financiamiento de la educación básica regular y su eficiencia económica. *Económica*. <https://economica.pe/gasto-publico-financiamiento-educacion-basica-regular/>

Luján, E. (13 de mayo de 2022). *Congreso atenta contra la educación sexual pese al aumento de violaciones a niñas, niños y adolescentes*. LR Data. <https://data.larepublica.pe/congreso-atenta-contr-la-educacion-sexual-pese-al-aumento-de-violaciones-a-ninas-ninos-y-adolescentes/>

Mula, J. (19 de julio del 2023). *¿Qué es la jugabilidad en videojuegos? Definición y características*. Deusto Formación. <https://www.deustoformacion.com/blog/disenio-produccion-audiovisual/que-es-jugabilidad-videojuegos>

Naciones Unidas Perú (27 de septiembre de 2022). *UNFPA Perú lanza tablero digital con data y fundamentos para contribuir a la prevención del embarazo adolescente.*

<https://peru.un.org/es/200959-unfpa-per%C3%BA-lanza-tablero-digital-con-data-y-fundamentos-para-contribuir-la-prevenci%C3%B3n-del>

Organización Mundial De La Salud. (15 de septiembre del 2022). Embarazo en la adolescencia. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/adolescent-pregnancy>

Pickaso (17 de octubre de 2018). *9 Modelos de Monetización para Generar Ingresos con Apps.* <https://pickaso.com/2018/modelos-monetizacion-apps>

Planned Parenthood (11 de mayo de 2022). La educación sexual es para todxs. <https://www.plannedparenthood.org/es/blog/la-educacion-sexual-es-para-todxs>

Plátanomelón (16 de diciembre de 2020). La falta de una buena educación sexual: consecuencias que no sabes. *The Objective.* <https://theobjective.com/further/branded-content/2020-12-16/la-educacion-sexual-una-asignatura-pendiente/>

Proun. (18 de marzo de 2022). 7 características de una app de empresa para tener éxito. <https://www.proun.es/blog/app-de-empresa-para-tener-exito/>

Redacción Contentlab (9 de octubre del 2019). Apps educativas: herramientas para aprender como jugando. *El Comercio.*

<https://elcomercio.pe/especial/revoluciondigital/educacion/apps-educativas-herramientas-aprender-como-jugando-noticia-1994674>

Redacción Perú 21 (16 de noviembre de 2022). Perú: ¿Qué dicen los números sobre la educación en salud sexual de los peruanos? *Perú 21*. <https://peru21.pe/vida/salud/peru-que-dicen-los-numeros-sobre-la-educacion-en-salud-sexual-de-los-peruanos-educacion-sexual-peru-adolescentes-noticia/>

Risso, I. (27 de mayo de 2022). ¿Cómo se clasifican los tipos de aplicaciones móviles que forman parte de tu vida? *Future of People*. <https://www.crehana.com/blog/transformacion-digital/tipos-aplicaciones-moviles/>

Rock Content (3 de agosto de 2019). ¿Qué es la publicidad programática y cómo ayuda a las empresas? *Rock Content Blog*. <https://rockcontent.com/es/blog/publicidad-programatica/>

Unesco (27 de septiembre de 2023). *Educación integral en sexualidad: Para educandos sanos, informados y empoderados*. Recuperado el 29 de noviembre de 2023. <https://www.unesco.org/es/health-education/cse>

Viñas, M., González, C. y Carbonero, M. (2022). Fuentes de educación sexual de las y los adolescentes. *Foro Educativo*, Volumen 39. 79 - 76. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8705927.pdf>

Zeballos, R. (27 de septiembre de 2022). *UNFPA Perú lanza tablero digital con data y fundamentos para contribuir a la prevención del embarazo adolescente*. Naciones Unidas Perú. <https://peru.un.org/es/200959-unfpa-per%C3%BA-lanza-tablero-digital-con-data-y-fundamentos-para-contribuir-la-prevenci%C3%B3n-del>