

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



PROYECTO DE GRADO DE LICENCIATURA EN MODALIDAD ESPECIALIZACIÓN:
MODELOS DE NEGOCIOS DIGITALES:

DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL: “KIRI”

PRESENTADO POR:

NOMBRE	CÓDIGO DE CARRERA
HERNÁNDEZ ORELLANA, YOLANDA YOLIBETH	HO06005
POLANCO GÓMEZ, JENNY IVETTE	PG97027
RIVERA DE COLOCHO, MARITZA ELIZABETH	RR14083

PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIADO (O) EN MERCADEO INTERNACIONAL

DOCENTE ASESOR:
LIC. JOSÉ GERARDO JANDRES JANDRES

MAYO 2024

CIUDAD UNIVERSITARIA DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: ING. JUAN ROSA QUINTANILLA Q.

VICERRECTOR ACADÉMICO: DRA. EVELYN BEATRIZ FARFÁN

SECRETARIO GENERAL: LIC. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR C.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO: LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN

SECRETARIO: LIC. PEDRO JAVIER RIVAS MEJÍA

COORDINADOR GENERAL DE

PROCESOS DE GRADUACIÓN: MAF. RONALD EDGARDO GÁLVEZ RIVERA

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA P.

COORDINADOR DE PROCESO

DE GRADUACIÓN: MTR. NORMA YESSENIA ECHEGOYEN JIMENEZ

DOCENTE ASESOR: LIC. JOSÉ GERARDO JANDRES JANDRES

TRIBUNAL EXAMINADOR: LIC. JOSÉ GERARDO JANDRES JANDRES

MSC. EDWIN IVÁN PASTORE CHÁVEZ

LIC. OSCAR ERNESTO ESQUIVEL CRUZ

MAYO 2024

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios Todopoderoso, por brindarme fortaleza y sabiduría, sin él nada sería posible. Dedicado a mis padres quienes, con su amor, consejos, y sacrificios han sido la guía y soporte en cada paso de mi vida; a mi esposo por su comprensión, apoyo, por alentarme cuando lo creía imposible, a mi hijo quien es el motor que impulsa mi vida; así mismo a mis hermanas, por su gran apoyo. A mis compañeras de graduación, por trabajar siempre unidas y orientadas al mismo propósito.

Yolanda Yolibeth Hernández Orellana

Agradezco a Dios Todopoderoso, por el entendimiento, sabiduría y fortaleza de la que me proveyó para poder finalizar este esfuerzo, a mi madre Carmen Gómez y mi padre Jorge Polanco por creer en mí y darme el apoyo incondicional, a mi hijo Jonathan por creer en mí y por darme siempre su apoyo y a mi hermana Yesenia Gómez por la paciencia, comprensión y apoyo incondicional, a mi demás familia por la paciencia y comprensión ante mis frecuentes ausencias.

Jenny Ivette Polanco Gómez

Agradezco en primer lugar a Dios Todopoderoso quien me ha guiado y me ha brindado la sabiduría e inteligencia; a mi madre y mis abuelos que siempre me han brindado su apoyo para poder cumplir todos mis objetivos personales y académicos. A mi querida hermana por creer en mí desde el primer día brindándome palabras de aliento para no rendirme; a mi amado esposo por apoyarme incondicionalmente e inspirarme a ser mejor cada día y finalmente a mis compañeras de trabajo de graduación por su dedicación y compromiso.

Maritza Elizabeth Rivera de Colocho

CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	ii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO	1
1.1 Planteamiento del problema.	1
1.1.1 Antecedentes.	2
1.1.2 Descripción.	5
1.1.3 Formulación.	7
1.2 Delimitación del problema.	9
1.2.1 Geográfica y temporal.	10
1.2.2 Teórica.	10
1.3 Marco Teórico.	11
1.3.1 Histórico.	11
1.3.2 Conceptual.	13
1.3.3 Legal	16
CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	24
2.1 Metodología de la investigación.	24
2.1.1 Generalidades.	25
2.1.2 Método científico.	25
2.1.3 Enfoque (mixta).	25
2.1.4 Universo.	26
2.1.5 Población (público objetivo).	26
2.1.6 Muestra.	27
2.1.7 Técnicas de investigación.	28
2.1.8 Instrumento de investigación.	30
2.1.9 Presentación de resultados más relevantes	31
2.2 Diagnóstico De La Situación Actual	36
2.2.1 FODA cruzado.	36
2.2.2 Desarrollo de 5 Fuerzas de Michael Porter.	38
2.2.3 Desarrollo de PEST	40
2.2.4 Lienzo Canvas	45
CAPITULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO: NOMBRE DE NEGOCIO	46

3.1 Descripción del negocio.	46
3.2 Marco Estratégico	48
3.2.1 Misión	48
3.2.2 Visión	48
3.2.3 Valores	48
3.2.4 Objetivos	49
3.2.5 Metas	50
3.3 Descripción de los productos o servicios	50
3.4 Ventaja competitiva.	52
3.5 Plan Organizacional	53
a. Estructura organizativa de la empresa.	54
b. Organización de gestión y recursos humanos.	55
c. Proceso administrativo.	56
d. Identificación y características de proveedores.	58
3.6 Plan de mercadeo	58
a. Resultados de la investigación de mercado.	59
b. Marketing mix digital.	69
c. Marketing social.	75
3.7 Plan de ventas.	78
a. Administración de ventas:	78
b. Ciclo de ventas	79
c. Proyección de ventas	80
3.8. Plan financiero.	81
a. Plan de inversión	81
b. Estructura de costos	83
c. Flujo de efectivo	85
d. Análisis de rentabilidad y punto de equilibrio	85
e. Estado de resultados proyectado.	88
3.9. Plan de trabajo.	90
3.10 Indicadores de medición.	92
CONCLUSIONES	93
BIBLIOGRAFÍA	95
ANEXOS	97

RESUMEN EJECUTIVO

El modelo de negocio Kiri se propone como una plataforma pionera en El Salvador, destinada a ofrecer información esencial sobre educación sexual, cambios corporales, métodos anticonceptivos y otros temas pertinentes. Dirigido a niños y jóvenes de 7 a 18 años, el objetivo principal es derribar las barreras que rodean el tema de la sexualidad, eliminando el estigma y contribuyendo a la prevención de embarazos prematuros, enfermedades de transmisión sexual y fomentando la toma de decisiones informadas.

La plataforma, que incluirá una sección de juegos interactivos adaptados a diferentes edades, ofrecerá servicios diferenciados según el tipo de suscripción. Sin embargo, el núcleo del modelo de negocio radica en la suscripción Premium. Además de proporcionar toda la información mencionada anteriormente, este nivel incluirá acceso al "buzón secreto". Este servicio exclusivo tiene como objetivo brindar orientación profesional a consultas y problemas comunes experimentados por niños y jóvenes en estas edades, a cargo de profesionales de la salud reproductiva y mental.

La innovación de Kiri radica en ser un modelo único en el país, abordando una necesidad crítica de manera integral. La confidencialidad y la profesionalidad en el manejo de la información son pilares esenciales para asegurar un uso adecuado de nuestra plataforma y garantizar la satisfacción del usuario, con la esperanza de lograr los resultados deseados en términos de educación sexual y salud. Con este enfoque ambicioso, Kiri aspira a convertirse en un referente en la promoción de una educación sexual integral y accesible para las nuevas generaciones salvadoreñas.

INTRODUCCIÓN

En los próximos capítulos, se podrá encontrar información acerca de la idea de un modelo de negocio digital innovador. Este proyecto se materializa en una web app diseñada para ofrecer a niños y jóvenes un acceso integral a información esencial, juegos educativos, contenidos relevantes, leyes y más, todo enfocado en el ámbito de la educación sexual y el conocimiento de sus propios cuerpos. El propósito fundamental es proporcionar a esta audiencia un espacio informativo y orientador durante las diversas etapas de su crecimiento y el descubrimiento de su identidad.

Se presenta la importancia que tiene este proyecto, y él porque es una opción muy útil tanto para los padres involucrados en la educación de sus hijos como para los niños y jóvenes que se convierten en los usuarios directos de dicha web app, Además, se destaca su valor como guía en instituciones educativas privadas, llenando un vacío existente en la discusión de temas relacionados con la sexualidad, que a menudo se abordan de manera limitada. En la era actual, la creación de nuevos negocios exige una consideración meticulosa de los cambios y avances digitales. Este proyecto no es la excepción, ya que se aprovecha de manera estratégica de las ventajas competitivas que ofrece la era digital. La capacidad para llegar más lejos y a un mayor número de personas a través de medios digitales no solo es una estrategia inteligente, sino también esencial para posicionar eficazmente este nuevo negocio.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO

En el contexto de la creciente importancia de la educación sexual para niños y adolescentes, este trabajo de graduación aborda el desarrollo de una web app dedicada a proporcionar información educativa de manera segura y accesible. El planteamiento del problema se centra en la necesidad de abordar este tema de manera adecuada. El marco teórico se fundamenta en teorías pedagógicas y psicológicas centradas en el usuario para garantizar una experiencia educativa positiva y efectiva para el público objetivo.

1.1 Planteamiento del problema.

En el presente documento se plantea el desarrollo de un modelo de negocio digital basado en la creación de una web app que busca contribuir a reducir la carencia de educación sexual integral que se da tanto en el ámbito familiar como en el educativo, facilitando estrategias al docente en cuanto a contenidos de Educación Sexual, constituyendo un aporte de vital importancia para apoyar sobre temas que aun siendo cotidianos, no han sido abordados con la naturalidad y la información científica requerida, debido a que a nivel regional como nacional no se ha dado la importancia merecida al tema; según la Educación de la Sexualidad en países de América Latina y el Caribe, del Fondo de la Población de Naciones Unidas, no se ha logrado garantizar la educación básica a 40 millones de personas, por otro lado, los adolescentes siguen careciendo de la educación y servicios que necesitan para poder asumir de manera responsable y positiva su sexualidad esta situación necesita un replanteamiento, el cual es necesario tomar en cuenta la educación sexual en niñas y niños para que estén listos para los desafíos del siglo XXI y uno de ellos es la identidad individual que está relacionado con el ser hombre o mujer, la educación de niños, niñas adolescentes y jóvenes están llamados a promover nuevas formas de vivir, comprender y sentir la sexualidad y la necesidad de pertenecer a un género, por lo tanto esto no puede

desvincularse de los procesos educativos y de los problemas de los pueblos (Castellanos y Falcoiner, 2001).

Además, es importante facilitar educación, información, y servicios indicados para que asuman de forma responsable su sexualidad, todo esto para evitar embarazos no deseados, enfermedades de transmisión sexual incluido el VIH-SIDA, así como también cualquier forma de violencia sexual, explotación sexual y prostitución infanto-juvenil.

Con todo esto, se busca orientar a la niñez y juventud para que mejoren sus capacidades de análisis, de comunicación, toma de decisiones y otras capacidades útiles para la vida con el fin de garantizar la salud y el bienestar en términos de sexualidad, valores, relaciones sanas y respetuosas, normas culturales y sociales.

1.1.1 Antecedentes.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), dos de cada tres niñas en varios países no tienen idea de lo que les sucede cuando comienzan a menstruar, por lo que la organización hace un llamado a la acción a la comunidad educativa de proveer una educación integral en sexualidad.

La Federación Internacional de Planificación Familiar, considera que tanto padres, madres y docentes deben tener los conocimientos adecuados para formar a los niños, niñas y jóvenes en sexualidad; por ello, plantean que la educación integral en sexualidad debe contribuir a adquirir información correcta sobre los derechos sexuales y reproductivos, así como información para disipar mitos.

El mito de que la educación sexual busca enseñar actividades sexuales a niños, niñas y adolescentes es lamentable en muchas sociedades y El Salvador no es la excepción ya que el pánico

moral ante estos temas se hizo patente el 26 de septiembre de 2022, porque el Canal 10, emitió un video que explicaba qué era la orientación sexual como parte de la franja "Aprendamos en casa". Las denuncias de "promover la ideología de género" aparecieron rápidamente entre la ciudadanía y figuras públicas. Este es un buen ejemplo de la falta de educación sexual integral que se tiene en nuestra sociedad. Este comportamiento conservador seguirá costando el bienestar y la salud mental a miles de personas en el país, sobre todo a la niñez y adolescencia.

En la actualidad, gran parte de la Educación Sexual del ser humano llega a través de los medios de comunicación social, siendo su influencia muy superior a la de la familia y a la aportada por las instituciones educativas.

Según un reporte de la Organización de las Naciones Unidas para la educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2010), se ofrece una definición clara y completa de lo que implica la educación en sexualidad. Se destaca su enfoque culturalmente relevante y apropiado para la edad de los participantes, Se subraya la importancia de enseñar sobre el sexo y las relaciones interpersonales utilizando información científicamente rigurosa, realista y sin prejuicios de valor. Se mencionan los objetivos de la educación en sexualidad, que van más allá de la transmisión de información. La educación busca proporcionar a las personas la oportunidad de explorar sus valores, actitudes y desarrollar habilidades esenciales como la comunicación, la toma de decisiones y la reducción de riesgos en diversos aspectos de la sexualidad.

La educación sexual en niños y adolescentes es un tema relevante en El Salvador, ya que existe una alta tasa de embarazo adolescente, así como una falta de información sobre salud sexual y reproductiva en la población juvenil. En este sentido, la educación sexual es clave para prevenir el embarazo no deseado, la transmisión de enfermedades de transmisión sexual (ETS) y la

promoción de relaciones saludables y respetuosas. Por ejemplo, según datos del Ministerio de Salud para el año 2019, la fecundidad entre las adolescentes es de 74 nacimientos por cada 1,000 mujeres entre los 15 y 19 años (MINSAL, 2019).

El embarazo adolescente tiene consecuencias negativas para la salud física, emocional y económica de las adolescentes. No cabe duda de que las madres adolescentes tienen mayor riesgo de complicaciones durante el embarazo y el parto, y sus hijos tienen mayor riesgo de bajo peso al nacer y problemas de salud a largo plazo. Además, el embarazo en la adolescencia puede interrumpir la educación de estas y limitar sus oportunidades laborales en el futuro.

Definitivamente la educación sexual ayuda a prevenir el embarazo adolescente y reducir la transmisión de ETS. Según un estudio realizado por el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), la educación sexual puede reducir hasta en un 50% la probabilidad de tener relaciones sexuales tempranas y aumentar el uso de métodos anticonceptivos entre los jóvenes.

Cabe recalcar que el sistema educativo en El Salvador no cuenta con un programa de educación sexual integral y sistemático. Según una investigación realizada por el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) en 2019, sólo el 36% de las escuelas en El Salvador imparten educación sexual de forma regular y sistemática, y solo el 29% de los docentes se siente capacitado para impartir educación sexual. Además, muchos padres y madres no están dispuestos a discutir temas de sexualidad con sus hijos debido a la falta de información y a la cultura conservadora que prevalece en el país.

Por último, una web app sobre la educación sexual integral sería una herramienta útil para promover esta educación en niños y adolescentes. Muchos jóvenes tienen acceso a teléfonos móviles, laptops y a internet, por lo que una web app sería una forma efectiva de llegar a ellos, ya

que su función será proporcionar información sobre salud sexual, responder preguntas comunes, y proporcionar asesoramiento y recursos a los jóvenes y de esta manera garantizar que tengan acceso a información precisa y confiable.

1.1.2 Descripción.

A través de los años ha quedado demostrado que la educación sexual ha sido un tema tabú e indebido para la sociedad. Hablar de sexo es todavía para muchas personas, despertar en los niños y adolescentes, ideas y pensamientos insanos, piensan que con callar o no mencionar temas sexuales, dejan de existir los problemas relativos a ellos.

Evitar el tema de la educación sexual puede causar trastornos y anomalías en el desarrollo de las personas; la falta de educación sexual contribuye al aumento de problemas sociales como las relaciones premaritales y extramaritales, divorcios, embarazos en madres adolescentes, aborto, prostitución; los cuales provocan también que aumenten las enfermedades de transmisión sexual (Gonorrea, Sífilis, Herpes, SIDA).

El Salvador ha reconocido que la educación integral en sexualidad es un derecho humano y forma parte del gran campo de los Derechos sexuales y reproductivos, por lo que deben ser de estricto cumplimiento. Incluso, en el año 2008, El Salvador participó como firmante de la Declaración Ministerial “Prevenir con Educación” aprobada por representantes de los Ministerios de Salud y Educación de América Latina y el Caribe en el marco de la XVII Conferencia Internacional sobre el Sida llevada a cabo en la Ciudad de México en agosto de 2008. El cual se define como un instrumento clave para responder a los casos de VIH-Sida entre jóvenes y adolescentes latinoamericanos mediante cooperación entre los ministerios de salud y educación y la sociedad civil, en el documento elaborado posterior a dicha reunión se destaca que en 2012, la

asamblea Legislativa aprobó la Ley General de Juventud, en la cual se reconoce y garantiza el derecho a recibir Educación Integral en Sexualidad, así como la responsabilidad del gobierno en la formulación de políticas y acciones en el mismo sentido.

En los centros educativos no se suele abordar la materia o temas de educación sexual antes de los 12 o 13 años. A esa edad es frecuente que los prejuicios culturales y sociales ya están cimentados en sus mentes. Al llegar a esta edad han hablado de sexualidad con amigos mayores, han tenido acceso a todo tipo de pornografía y suelen creer que lo conocen todo acerca del tema por lo que tienden a ser impetuosos en sus acciones sin detenerse a pensar en las repercusiones.

Además, en las escuelas las pláticas de educación sexual se limitan a charlas de métodos anticonceptivos dejando de lado todo aquello que no tenga que ver con las relaciones íntimas, todo lo anterior provoca que este tema sea sin duda alguna muy relevante, pues en la actualidad la información relativa a sexualidad se recibe en gran parte de forma distorsionada durante el proceso de socialización de los niños y adolescentes. Muchas veces las normas en este ámbito llegan a ser contradictorias y confusas y en muchos casos la sexualidad se combina con otros factores psicológicos no sexuales, como la visión de sí mismo y la valoración de los demás.

Según el Acuerdo No. 1181.- Política de Salud Sexual y Reproductiva, 2012 indica que las relaciones sexuales premaritales en el adolescente van de un 21.8% en menores de 15 años y un 68.9% entre los 15 y 19 años.

Ante esta falta de orientación en temas de sexualidad siempre las más afectadas son las mujeres el ministerio de salud presentó en un informe llamado tendencia de embarazos y partos en adolescentes que entre los años 2013 al 2017 se reportaron un promedio de 75,764 casos de inscripciones prenatales en mujeres de 9 a 49 años en la red de establecimientos del MINSAL. El

embarazo en adolescentes representa aproximadamente más del 30% de los embarazos reportados. La edad mediana a la primera unión conyugal es de 20 años y la del primer nacimiento 20.8 años. Las mujeres de 15 a 44 años que usan métodos de planificación familiar representan 72.5%. De las cuales un 40% usa métodos temporales, mientras que un 32.4% permanentes. La mayor fuente de anticonceptivos en el país es el Ministerio de Salud en un 56.6%. La inscripción precoz de la atención prenatal es del 76.8% y el 69.9% de este porcentaje cumple 5 controles o más. La atención del parto hospitalario es de 84.6% y de éstos el 24.9% es por cesárea. El control posparto antes de las primeras 6 semanas es de 52.8 %.

Es por todo lo anterior que el tema de la educación sexual se vuelve complejo y de urgencia para toda la sociedad, puesto que aunque se quiera implementar métodos de enseñanza en las escuelas es importante hacer conciencia a los padres de familia que la educación sexual no es algo que podamos confiar solamente a un ente de la sociedad, pues todos tenemos la responsabilidad de crear y mantener un canal abierto de comunicación sincera con los hijos, espacios de discusión y de intervención sobre lo que es correcto y lo que no, relacionados a todos los temas, y en especial a la sexualidad.

1.1.3 Formulación.

En la formulación se desarrollará en dos partes, la primera estará enfocada de forma general y estará orientada a facilitar una respuesta a una temática de investigación clara de los aspectos a investigar, por otro lado, también será necesaria la investigación específica que proporcionará lugar a situaciones que darán forma al modelo de negocio que se plantea.

i. Formulación general

Esta propuesta está enfocada en determinar la efectividad de implementar estrategias de difusión de contenido en materia de educación sexual orientadas a apoyar la formación de niños, niñas y adolescentes para fomentar una mejor comprensión de las dinámicas físicas, psicológicas y sociales que se experimentan durante la pubertad. Para ello, se desarrollará un entorno virtual por medio de una web app que permita facilitar información validada por profesionales de la salud y profesionales de la psicología con el fin de dotar de herramientas, conocimientos y datos relevantes a la niñez y adolescencia del área metropolitana de San Salvador.

Dicha web app será presentada al público meta mediante el establecimiento de alianzas con centros educativos privados, organizaciones no gubernamentales y otras instituciones interesadas en promover un mayor acceso a educación sexual en la niñez y adolescencia. Asimismo, se implementará una estrategia de contacto directo con el público meta a través del diseño e implementación de campañas de comunicación en redes sociales y otros canales digitales.

Para ello, como parte del presente estudio, se buscará determinar ¿cuál sería la tasa de aceptación de un modelo de negocio digital de educación sexual entre padres/madres de familia y estudiantes que actualmente cursan los grados de 5to a tercer año de bachillerato en el departamento de San Salvador, municipio San Salvador Centro, distrito de San Salvador, entre los meses de julio y agosto del año 2023?

ii. Formulaciones específicas.

A nivel específico se indaga en una serie de respuestas vinculadas al acceso de educación del grupo meta, la influencia de los padres en los niños, niñas, adolescentes y jóvenes del municipio

de San Salvador Centro, distrito de San Salvador, el uso a dispositivos móviles, la cuantificación de estudiantes que tiene acceso a dispositivos móviles, entre otras:

- ¿Cuál es el nivel de influencia que tiene la educación sexual en la toma de decisiones en sus vidas en el grupo de investigación?;
- ¿Cómo influyen las actitudes de los padres en la educación sexual de la niñez y la juventud?
- ¿Qué nivel de interés tienen en la educación sexual?;
- ¿Conocer los temas de mayor relevancia de la educación sexual que se facilita?
- ¿Cuál es el medio digital que más utilizan para comunicarse? Y,
- ¿Cuántos estudiantes cuentan con un dispositivo móvil para uso personal?

Las interrogantes planteadas buscan generar información que de elementos claves para poder orientar el modelo de negocio hacia los objetivos planteados de crear un modelo de negocio y con ellos poder conocer a nuestro público objetivo.

1.2 Delimitación del problema.

La delimitación pretende dejar claro el lugar y tiempo en el que se llevará a cabo la investigación, en ese sentido, se precisa delimitar un lugar específico además el tipo de población en estudio y el tiempo que se requerirá invertir para su desarrollo.

Por otro lado, se deja clara la base teórica, legal, e histórica en la cual serán argumentados los planteamientos, propuestas de mejora, y metodologías de trabajo, que serán tomadas en cuenta en el planteamiento del problema y solución de este.

1.2.1 Geográfica y temporal.

Esta investigación será desarrollada a padres/madres de familia y estudiantes que actualmente cursan los grados de 5to a tercer año de bachillerato en el departamento de San Salvador, municipio San Salvador Centro, distrito de San Salvador.

La duración del análisis, diseño, desarrollo, implementación y evaluación será de julio a agosto de 2023.

1.2.2 Teórica.

El fundamento teórico de esta investigación estará basado en la siguiente legislación: Derechos Humanos según las Constitución Política, Ley de Protección Integral para la niñez y adolescencia (LEPINA), Ley General de Educación del Ministerio de Educación de El Salvador, Ley de acceso a la información Pública (LIAP).

Por otro lado, también se tendrá en consideración: Fundamentos de la Educación Integral de la Sexualidad en El Salvador de La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura(UNESCO), Programa de Salud Sexual y Reproductiva del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), Recomendaciones de la Organización Mundial para la Salud (OMS) sobre la Educación Sexual y Reproductiva, Guía Técnica Internacional sobre Educación Sexual del Fondo de Población de Naciones Unidas.

Así también se contemplan datos estadísticos de la Oficina Nacional de Estadísticas y Censos, relacionados a embarazos de mujeres jóvenes, género y migración; además datos estadísticos sobre las causas del porqué los jóvenes desertan de centros escolares; a la vez conocer estadísticas de enfermedades de transmisión sexual (ETS).

1.3 Marco Teórico.

El marco teórico, fundamento esencial de esta investigación, proporciona la base conceptual para comprender y abordar la problemática. A través de la revisión de teorías relacionadas, se busca enriquecer la comprensión del tema, identificando conexiones y vacíos conceptuales. Este marco teórico guía la investigación, aportando perspectivas clave y estructurando el análisis para profundizar en la comprensión de la temática en cuestión.

1.3.1 Histórico.

La educación sexual en la infancia y adolescencia se ha desarrollado a lo largo del tiempo, reflejando la evolución de las sociedades y las actitudes hacia la sexualidad. Desde la falta de información y tabúes en el pasado, hasta el reconocimiento actual de la importancia de la educación sexual integral, este marco histórico demuestra la necesidad de abordar de manera adecuada y responsable la educación sexual en estas etapas de la vida.

i) Perspectivas históricas sobre la sexualidad en la infancia y adolescencia.

A lo largo de la historia, las perspectivas sobre la sexualidad en la infancia y adolescencia han variado considerablemente. En muchas culturas antiguas, la sexualidad en los niños y adolescentes se consideraba un tema tabú y se evitaba hablar abiertamente al respecto. La sexualidad se asociaba principalmente con la reproducción y la adultez, y se esperaba que los niños y adolescentes se abstuvieran de cualquier tipo de actividad sexual.

Sin embargo, algunas culturas antiguas reconocían la importancia de proporcionar cierta educación sobre la sexualidad a los jóvenes. Por ejemplo, en la antigua Grecia, se llevaba a cabo la paideia, un sistema educativo que incluía la enseñanza de la ética sexual y la formación de relaciones saludables (GEOGRAPHIC, 2023). Del mismo modo, en algunas culturas indígenas, se

llevaban a cabo rituales y ceremonias de iniciación para enseñar a los adolescentes sobre la sexualidad y los roles de género.

ii) Tabúes y estigmatización de la educación sexual en el pasado.

Durante gran parte de la historia, la educación sexual ha sido objeto de tabúes y estigmatización. Las normas sociales y religiosas han desempeñado un papel importante en la creación de estas barreras. La sexualidad ha sido considerada en muchos casos como algo privado y vergonzoso, lo que ha llevado a la falta de educación y a la perpetuación de mitos y desinformación.

La estigmatización de la educación sexual también ha estado relacionada con el temor de que brindar información detallada sobre la sexualidad a los niños y adolescentes pueda fomentar la promiscuidad o el comportamiento sexual irresponsable (UNESCO, 2021). Esto ha llevado a la omisión o distorsión de la información en los programas educativos, perpetuando así la falta de conocimientos precisos y la incapacidad para tomar decisiones informadas.

iii) Movimientos y cambios sociales que impulsaron la educación sexual.

A lo largo de los siglos, diversos movimientos y cambios sociales han contribuido a impulsar la educación sexual. Uno de los principales factores ha sido el desarrollo de la medicina y la ciencia, que han proporcionado una comprensión más precisa de la anatomía y fisiología. Esto ha permitido una base científica sólida para la educación sexual y ha desafiado muchas de las creencias erróneas y los mitos que rodean la sexualidad.

Los movimientos feministas y los esfuerzos por lograr la igualdad de género también han desempeñado un papel crucial en el impulso de la educación sexual. Estos movimientos han

cuestionado las normas de género y han abogado por la autonomía sexual y la capacidad de tomar decisiones informadas sobre la propia sexualidad.

A nivel internacional, se han alcanzado importantes hitos en la promoción de la educación sexual. Conferencias como la Conferencia Internacional sobre Población y Desarrollo de 1994 (UNIDAS, 1994) y la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer de 1995 han destacado la importancia de la educación sexual como un derecho humano fundamental. La conferencia marcó un importante punto de inflexión para la agenda mundial de igualdad de género. La declaración y plataforma de acción de Beijing, adoptada de forma unánime por 189 países, constituye un programa en favor del empoderamiento de la mujer y en su elaboración se tuvo en cuenta el documento clave de política mundial sobre igualdad de género. (UNIDAS, Cuarta conferencia mundial sobre la mujer 1995 Beijing China, 1995). Organizaciones internacionales como la OMS y la UNFPA han respaldado la implementación de programas de educación sexual integral, reconociendo su papel en la promoción de la salud y el bienestar de los niños y adolescentes.

1.3.2 Conceptual.

En el marco conceptual se aborda la definición de la educación sexual como un proceso integral que proporciona conocimientos, habilidades y actitudes para una vivencia saludable y responsable de la sexualidad. Se destaca su importancia para promover la salud sexual, prevenir riesgos y fomentar relaciones saludables. Además, se explora el uso del marketing digital como estrategia para promocionar la web app, buscando maximizar su alcance y efectividad.

i) Definición y generalidades sobre la Educación Sexual.

La educación sexual integral (ESI): Es una condición previa para ejercer plena autonomía corporal, lo que exige no sólo el derecho de tomar decisiones sobre el propio cuerpo, sino también

la información para tomar estas decisiones de manera sensata. Debido a que tienen como fundamento los principios de derechos humanos, los programas de educación sexual integral ayudan a fomentar la igualdad de género y los derechos y el empoderamiento de las y los jóvenes (UNFPA, 2021).

La educación sexual integral se refiere a un enfoque educativo que abarca aspectos biológicos, psicológicos, sociales y culturales de la sexualidad humana. Proporciona conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para tomar decisiones informadas, responsables y saludables en relación con la sexualidad.

ii) Importancia de la educación sexual integral.

La importancia de la educación sexual integral radica en varios aspectos. En primer lugar, contribuye a la promoción de la salud y el bienestar sexual, previniendo enfermedades de transmisión sexual y embarazos no deseados, y fomentando prácticas sexuales seguras y consensuadas. Además, la educación sexual integral juega un papel fundamental en el desarrollo personal, ayudando a las personas a construir una identidad sexual positiva, establecer relaciones saludables y promover la equidad de género.

Así también es importante destacar el papel que desempeñan la familia y la comunidad en la educación sexual integral. La participación de los padres y docentes es fundamental para crear un ambiente seguro y abierto donde se puedan abordar temas relacionados con la sexualidad.

iii) Componentes de la educación sexual integral.

Dentro de los componentes de la educación sexual integral, se encuentran los conocimientos biológicos, que abarcan temas como la pubertad, la menstruación, la reproducción

y los métodos anticonceptivos. También se abordan las relaciones interpersonales y afectivas, desarrollando habilidades de comunicación, empatía y respeto en las relaciones de pareja, familiares y amistades.

La educación sexual integral también implica reflexionar sobre valores y ética relacionados con la sexualidad, incluyendo la diversidad sexual y el respeto a la orientación sexual de cada individuo. Asimismo, se abordan los derechos sexuales y reproductivos, promoviendo el acceso a la información y los servicios de salud sexual y reproductiva, y la capacidad de tomar decisiones autónomas y libres de discriminación.

iv) Marketing Digital.

En el contexto actual, donde la tecnología y el acceso a Internet juegan un papel fundamental en la vida de niños y adolescentes, el uso del marketing digital se ha convertido en una estrategia eficaz para promover iniciativas educativas en línea, como una web app de educación sexual integral. En este marco conceptual, se explorarán los conceptos clave del marketing digital que pueden ayudar a retroalimentar y promover una web app enfocada en la educación sexual integral para niños y adolescentes.

Segmentación de mercado: Es el proceso de identificar y clasificar el público objetivo en grupos específicos que comparten características y necesidades similares. En este caso, se debe considerar segmentar a los niños y adolescentes, ya que cada grupo tendrá diferentes requerimientos y enfoques educativos.

Posicionamiento: Es la forma en que se desea que la web app sea percibida por la audiencia y cómo se va a diferenciar de otras opciones disponibles. En definitiva, se deben resaltar

los beneficios clave del contenido y comunicar claramente la propuesta de valor única que se ofrecerá en comparación con otras fuentes de educación sexual.

Investigación de palabras clave: Consiste en realizar un análisis exhaustivo de las palabras clave relacionadas con la educación sexual integral para niños y adolescentes. Esto ayudará a comprender cómo los usuarios buscan información en línea y permitirá optimizar el contenido de la web app para aumentar su visibilidad en los motores de búsqueda.

Redes sociales: Son plataformas que se pueden utilizar para promocionar la web app y alcanzar a un público más amplio. Es importante crear perfiles en las redes sociales adecuadas y compartir contenido relevante, interactuar con los usuarios y promover la conciencia sobre la educación sexual integral.

Analítica web: Implica el uso de herramientas de análisis web para rastrear el rendimiento de la web app y comprender el comportamiento de los usuarios. Esto permitirá evaluar el impacto de las estrategias de marketing y realizar ajustes según sea necesario para mejorar la experiencia de los visitantes de la web app.

Estos conceptos de marketing digital proporcionan una base sólida para el desarrollo y promoción de la web app de educación sexual integral ya que, permitirán llegar de manera efectiva al público objetivo promoviendo la conciencia y comprensión en esta área tan importante.

1.3.3 Legal

El marco legal que sustenta la educación sexual en la infancia y adolescencia se basa en una serie de leyes y regulaciones diseñadas para proteger y promover los derechos y el bienestar

de los niños y adolescentes. A continuación, se plantean las leyes que consideramos son de gran importancia para la creación de nuestra web app sobre educación sexual integral.

a) Ley General de Educación del Ministerio de Educación de El Salvador.

La Ley General de Educación del Ministerio de Educación de El Salvador es un marco legal que establece las disposiciones y lineamientos para la educación en el país. Esta ley nos brinda las pautas y lineamientos legales que debemos seguir al desarrollar nuestra web app.

Además, promueve la formación integral de los estudiantes, incluyendo aspectos como la educación sexual integral, con el objetivo de fomentar su desarrollo personal, social y académico. Este cumplimiento está establecido en el artículo 2 de dicha ley el cual dice:

Lograr el desarrollo integral de la personalidad en su dimensión espiritual, moral y social; contribuir a la construcción de una sociedad democrática más próspera, justa y humana; inculcar el respeto a los derechos humanos y la observancia de los correspondientes deberes; combatir todo espíritu de intolerancia y de odio; conocer la realidad nacional e identificarse con los valores de la nacionalidad salvadoreña
(MINED, 2020)

La importancia del texto radica en su enfoque en el desarrollo integral de la personalidad, los derechos humanos, la construcción de una sociedad democrática y justa, la lucha contra la intolerancia y el conocimiento de la realidad nacional. Al relacionar estas ideas con la construcción de un modelo de negocio digital en educación sexual para niños y adolescentes adaptado a las leyes y regulaciones, se asegura la promoción de una educación sexual inclusiva, ética y respetuosa, que cumpla con las normativas legales y fomente el bienestar de los jóvenes.

b) Ley Crecer Juntos para la Protección Integral de la Primera Infancia, Niñez y Adolescencia.

La Ley Crecer Juntos para la Protección Integral de la Primera Infancia, Niñez y Adolescencia es un cuerpo normativo en materia de primera infancia, niñez y adolescencia importante que nos proporciona los lineamientos para proteger la integridad de las personas que utilizarán nuestra web app de educación sexual integral para niños y adolescentes.

El Art. 33 de la Ley Crecer Juntos indica que:

“Todas las niñas, niños y adolescentes, sin excepción, de acuerdo con su desarrollo y el ejercicio progresivo de sus facultades tienen el derecho a recibir educación integral de la sexualidad y atención de la salud sexual y reproductiva. Para el ejercicio de este derecho, la madre, el padre y la familia tienen un rol fundamental y primario.

La familia, la sociedad y el Estado, de acuerdo a las competencias de cada uno, garantizarán los servicios y programas de salud concernientes, incluyendo de educación integral de la sexualidad, con el objeto de preparar a las niñas, niños y adolescentes, con conocimientos, actitudes y valores para potenciar su salud, bienestar, dignidad y protección, previniendo así el abuso sexual y fomentando relaciones respetuosas.” (Ley Crecer Juntos, 2023).

Asimismo, el Art. 101 de la Ley expresa que:

“Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a buscar, recibir y utilizar información a través de todos los medios, con la orientación de su madre, padre, representante o responsable y de acuerdo con su desarrollo evolutivo, sin más limitaciones que las establecidas en las Leyes. Es deber de la familia, la sociedad y el Estado asegurar y garantizar que las niñas, niños y adolescentes reciban una información plural, veraz, adecuada a sus necesidades y aplicando los principios del diseño universal, así como

proporcionarles la orientación y educación para el análisis crítico. Los medios de comunicación públicos y privados, proveedores de servicios de información y telecomunicaciones, personas naturales o jurídicas generadoras, distribuidoras y difusoras de todo tipo de contenido deberán establecer perfiles de usuarios con base en rangos de edad y contenido.” (Ley Crecer Juntos, 2023)

Por lo cual, este marco normativo habilita a los actores de la sociedad civil a garantizar los servicios y programas que promuevan la educación integral de la sexualidad, especialmente enfocada a las niñas, niños y adolescentes.

Para ampliar el abordaje respecto a la Ley Crecer Juntos, a continuación, se describen los aspectos fundamentales de dicha Ley:

Tabla 1
Aspectos Fundamentales de la Ley Crecer Juntos

Aspectos fundamentales de la Ley CRECER JUNTOS	
Protección de derechos:	<p>La Ley Crecer Juntos establece el marco legal para garantizar y proteger los derechos de niños y adolescentes, incluyendo el derecho a la integridad personal, la protección contra la violencia, el abuso y la explotación.</p> <p>Al desarrollar nuestra web app, debemos asegurarnos de respetar y promover estos derechos, creando un entorno seguro y libre de riesgos para los usuarios.</p>

**Consentimiento
informado:**

La Ley Crecer Juntos reconoce la importancia del consentimiento informado en todas las acciones que afecten a niños y adolescentes. En nuestra web app, debemos asegurarnos de obtener el consentimiento informado de los usuarios y de sus padres o tutores legales, brindando información clara y comprensible sobre los contenidos y actividades que se realizan.

**Privacidad y
protección de
datos:**

La Ley Crecer Juntos establece disposiciones para proteger la privacidad y los datos personales de niños y adolescentes. Debemos tomar las medidas necesarias para garantizar la confidencialidad de la información recopilada a través de la web app, asegurando su almacenamiento seguro y su uso adecuado según las regulaciones de privacidad y protección de datos.

**Prevención de
la violencia y el
abuso:**

La Ley Crecer Juntos establece la obligación de prevenir, detectar y atender situaciones de violencia, abuso o cualquier forma de maltrato hacia niños y adolescentes. En nuestra web app, debemos incluir recursos y herramientas que promuevan la prevención de la violencia y el abuso, así como mecanismos para que los usuarios puedan informar cualquier situación de riesgo o denunciar posibles casos de violencia.

**Participación
y
empoderamiento:**

La Ley Crecer Juntos enfatiza la importancia de la participación y el empoderamiento de niños y adolescentes en la toma de decisiones que les afecten. En nuestra web app, debemos fomentar la participación de los usuarios, brindando espacios para que expresen sus opiniones, realicen consultas y obtengan información relevante para su bienestar y desarrollo integral.

Fuente: Autoría propia.

En resumen, esta ley nos proporciona los pilares fundamentales para proteger la integridad de las personas que utilizan nuestra web app de educación sexual integral. Debemos tener en cuenta aspectos como la protección de derechos, el consentimiento informado, la privacidad y protección de datos, la prevención de la violencia y el abuso, así como la participación y el empoderamiento de los usuarios. Al aplicar estos principios en el diseño y funcionamiento de nuestra web app, estaremos contribuyendo a crear un entorno seguro y favorable para el desarrollo saludable y el bienestar de los niños y adolescentes.

c) Generalidades de los entes que fundamentan la Educación Sexual Integral.

Estos entes son responsables de promover una educación sexual integral, basada en el respeto a los derechos humanos. Además, se encargan de brindar información precisa y adecuada, adaptada a las leyes y regulaciones. Su labor es crucial para garantizar el desarrollo integral de los individuos y promover el bienestar emocional y sexual de niños y adolescentes. A continuación, se menciona cada uno de ellos.

I. La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Es un organismo especializado de las Naciones Unidas que promueve la paz, la justicia, la igualdad y el desarrollo sostenible a través de la educación, la ciencia, la cultura y la comunicación. Esta organización desempeña un papel importante en el apoyo y promoción de la educación sexual integral y su experiencia, lineamientos, asesoramiento técnico pueden ser de gran ayuda en la realización de una web app de educación sexual integral para niños y adolescentes. De esta manera podemos garantizar que nuestra web app esté respaldada por estándares internacionales y se base en enfoques efectivos y basados en evidencia.

II. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF).

Es una agencia especializada de las Naciones Unidas que tiene como objetivo promover y proteger los derechos de los niños en todo el mundo. Fue creado en 1946 y opera en más de 190 países y territorios.

Este ente cuenta con una amplia experiencia en el desarrollo de programas y recursos educativos para niños y adolescentes. Su experiencia en educación, salud y bienestar infantil nos brinda un respaldo invaluable en el diseño y desarrollo de nuestra web app. Podemos aprovechar los conocimientos técnicos de UNICEF para asegurarnos de que los contenidos y enfoques de la web app sean apropiados para la edad y el contexto cultural de los niños y adolescentes.

III. La Organización Mundial de la Salud (OMS).

Esta organización juega un papel fundamental en la promoción de la educación sexual integral a nivel mundial. Como organismo especializado de las Naciones Unidas en salud, la OMS

proporciona directrices, recomendaciones y apoyo técnico a los países para desarrollar e implementar programas de educación sexual integral efectivos y basados en evidencia.

La OMS establece estándares internacionales en materia de salud sexual y reproductiva. Al seguir estos estándares, podemos garantizar que nuestra web app cumpla con los principios de equidad, derechos humanos y atención integral en el ámbito de la educación sexual integral. Esto nos ayudará a brindar una experiencia educativa de calidad y acorde con los mejores enfoques y prácticas.

d) La Ley Especial de Protección de Datos Personales

La Ley Especial de Protección de Datos Personales (LEPD) en El Salvador establece los principios, derechos y responsabilidades para la protección de los datos personales. Su objetivo es garantizar la privacidad y seguridad de la información personal, regulando su recopilación, uso, almacenamiento y divulgación. Uno de los principios que se destaca para este trabajo de investigación es el Principio de Seguridad de los Datos, el cual se detalla en el artículo 9 y dice que:

El responsable de la base de datos debe adoptar las medidas que resulten necesarias para garantizar la seguridad, integridad, disponibilidad y confidencialidad de los datos personales. (Asamblea Legislativa, 2019)

Por lo que es importante tener dentro de nuestro ecosistema organizacional una persona especialista en base de datos que nos permita tener seguridad con la misma. Esta interpretación se basa en la necesidad de cumplir con la protección de datos personales y la privacidad de los

usuarios. Al cumplir con esta obligación, generamos confianza en nuestros usuarios, promoviendo así un entorno seguro y respetuoso en nuestra web app de educación sexual integral. Siguiendo con el principio de seguridad mencionado anteriormente, cabe mencionar que:

Dichas medidas tendrán por objeto evitar su adulteración, pérdida, consulta o tratamiento no autorizado, así como detectar desviaciones de información, intencionales o no, ya sea que los riesgos provengan de la acción humana o del medio técnico. (Asamblea Legislativa, 2019)

Nuestra web app debe implementar medidas de seguridad adecuadas para asegurar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los datos personales de los usuarios y de tal manera prevenir el acceso no autorizado, la pérdida, alteración o divulgación indebida de la información recopilada. Es importante evitar todo esto ya que no solamente nos podría perjudicar a nivel legal sino también a nivel de percepción de nuestros usuarios.

CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo, se conceptualiza la metodología de la investigación como una disciplina que estudia un conjunto de técnicas o métodos que se utilizan en las investigaciones para lograr los objetivos planteados.

2.1 Metodología de la investigación.

La metodología es el camino para definir, clasificar y sistematizar el conjunto de técnicas a utilizar para conseguir recabar una información confiable que argumente los planteamientos y soluciones, así mismo, estas técnicas buscan optimizar las estrategias para analizar con efectividad.

2.1.1 Generalidades.

En ese sentido, este proceso sistemático busca recopilar la información necesaria para llegar a la obtención de nuevos conocimientos y propuestas las cuales serán necesarios para dar soluciones efectivas al planteamiento del problema, así como la aceptación del público objetivo que, para el caso son los padres, madres, docentes, jóvenes y niñez y con ello comprobar la viabilidad de la modelo del negocio a plantear.

2.1.2 Método científico.

Método por utilizar en esta investigación será a través del método científico deductivo, la cual está basada en hechos y se orienta de lo general a lo específico, utiliza un tipo de pensamiento que va desde un razonamiento más general y lógico, basado en leyes o principios, hasta un hecho concreto.

Además, buscar a través de la recopilación de información y la medición de variables el establecimiento de comportamientos, además de hacer análisis comparativos, análisis estadísticos y la obtención y procesamiento de información que usan dimensiones numéricas y técnicas formales y/o estadísticas para llevar a cabo su análisis, y van relacionados con causa y efecto.

2.1.3 Enfoque (mixta).

El enfoque que se desarrollará en esta investigación será el mixto cuali-cuantitativo, este enfoque busca fusionar dos elementos importantes para la referida investigación, el cualitativo permite obtener datos no cuantificables es decir opiniones que contengan contenido de calidad del público objetivo y las cuales son claves para las conclusiones de la investigación, por otro lado el

cuantitativo se vale de la recopilación de información a base de encuestas, datos estadísticos, información estructurada que permitirá llegar conclusiones más claras y precisas y las cuales sean factores claves para las soluciones al planteamiento del problema.

2.1.4 Universo.

Estudiantes y padres de familia del departamento de San Salvador. El universo más grande lo forman los estudiantes, con su ayuda lograremos identificar los contenidos necesarios que se deben implementar en la web app. Así también los padres de familia, ya que ellos son los principales encargados de comprar el acceso a la web app para sus hijos.

2.1.5 Población (público objetivo).

La población objetivo de este estudio estará conformada por estudiantes de las instituciones educativas en el municipio de San Salvador Centro, específicamente en el distrito de San Salvador y padres de familia que tienen hijos en edad escolar en dicho distrito. Se incluirán estudiantes en los niveles educativos de quinto grado a tercer año de Bachillerato y padres de familia de diversos contextos socioeconómicos.

La población para los estudiantes se tomará en base a los datos del boletín estadístico número 31 de 2018 del Ministerio de Educación, Ciencia y tecnología el cual indica que hay 359,332 estudiantes solo en el departamento de San Salvador. Debido a que esta población no delimita a los estudiantes y el grado que cursan, en la recolección de información se colocará un filtro en el cual los encuestados indican el nivel educativo que cursan actualmente; de esta manera se eliminarán todas aquellas personas que no cumplan con la población objetiva. El muestreo apropiado a utilizar es el aleatorio simple para población infinita.

La población para los padres de familia se tomará del último censo que se hizo en 2007, el cual indica que los habitantes del distrito de San Salvador son de 316,090 hombres y mujeres. Para esta población se utilizará un muestreo diferente para poder seleccionar a los participantes y obtener información de primera mano.

2.1.6 Muestra.

El muestreo tiene por objetivo estudiar las relaciones existentes entre la distribución de una variable dentro de una población, y la distribución de esta variable en la muestra de estudio.

Para seleccionar la muestra de estudiantes se utilizará el muestreo probabilístico aleatorio simple, debido a que este garantiza que todos los miembros de la población de estudiantes tengan la misma probabilidad de ser seleccionados como parte de la muestra. Esto ayuda a asegurar que la muestra sea representativa de la población general de estudiantes, lo que significa que los resultados obtenidos de la muestra pueden generalizarse a la población más amplia. De igual forma ayuda a reducir el sesgo de selección aumentando la calidad y confiabilidad de los resultados de la investigación. Para esta muestra se ocupará la fórmula de poblaciones infinitas ya que, según Rojas Soriano se debe utilizar para poblaciones mayores a 10,000.

Para la selección de la muestra de los estudiantes se utilizó la fórmula infinita:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q}{E^2}$$

Donde:

n= muestra

Z= nivel crítico de confianza (95%=1.96)

E= error muestral (5%=0.05)

P= probabilidad de éxito (50%=0.5)

Q= probabilidad de fracaso (50%=0.5)

A continuación, se detalla el procedimiento que se realizó en la aplicación de la fórmula infinita, para obtener la muestra:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)}{(0.0025)}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384$$

Nuestra muestra representativa es de 384 estudiantes del distrito de San Salvador.

Muestreo no probabilístico selectivo, se utiliza para seleccionar a los padres y madres de familia, ya que este tipo de muestreo se adapta bien a enfoques cualitativos, permitiendo seleccionar a participantes que puedan proporcionar información rica y detallada sobre el tema. Este muestreo permite identificar a aquellas personas que cumplen con los criterios específicos de la investigación, Para este muestreo se eligen a 5 padres y madres de familia de toda la población antes mencionada que cumplen con las características para responder a la guía semiestructurada de la entrevista.

2.1.7 Técnicas de investigación.

A partir de los objetivos planteados y de las preguntas, el presente estudio se basa en un

enfoque mixto (cuali-cuantitativo), ya que se necesita profundizar y comprender el tema en estudio, desde luego desde la perspectiva de los/as participantes, explorando el significado interno que estos otorgan desde sus experiencias en el ambiente natural en el que ocurre la problemática en estudio. Se pretende, recopilar información relevante y necesaria para que el modelo de negocio sea ejecutado de la forma idónea e incluya los temas relevantes para impactar positivamente las problemáticas que surgen de la falta de educación sexual en los niños y jóvenes del municipio de San Salvador Centro, distrito de San Salvador.

De manera que, esto ayuda a que la información recolectada sobre el abordaje que realizan los padres, madres y comunidad educativa sea verídica y real siguiendo el orden sistemático que se requiere al momento de implementar cada una de ellas. Para esta investigación se utilizarán dos técnicas con el fin de recabar la información pertinente y adecuada.

i) La entrevista.

La primera de las técnicas a utilizar fue llevar a cabo una entrevista, la cual consistió en la realización de entrevistas a 5 padres y madres de familia cuyos hijos se encuentran en edad escolar, específicamente municipio de San Salvador Centro, perteneciente al distrito de San Salvador; se llevó a cabo en una sala de reuniones del edificio del Banco Promerica la gran vía. El propósito de esta fase era obtener información valiosa y perspectivas fundamentadas sobre la realidad de la sociedad salvadoreña en relación con los temas abordados. La entrevista se llevó a cabo mediante el uso de preguntas abiertas y una comunicación directa entre los participantes y el equipo de investigación.

Este acercamiento permitió recoger datos relevantes, así como explorar los comentarios y percepciones de los entrevistados sobre los temas en cuestión. La intención detrás de este enfoque

era proporcionar una comprensión más profunda de la problemática y orientar adecuadamente el diseño del modelo de negocio. Además, se buscó evaluar la viabilidad de implementar un buzón secreto como una herramienta para abordar dudas que los estudiantes podrían encontrar difíciles de discutir en persona con un adulto.

ii) La encuesta.

La segunda de ellas es la técnica de la encuesta, considerada como un instrumento efectivo para recopilar datos en investigaciones. Esta se dirigió a la población objetivo del estudio: estudiantes que cursan desde quinto grado hasta tercer año de bachillerato en el municipio de San Salvador Centro, distrito de San Salvador. La aplicación de esta técnica se llevó a cabo mediante un cuestionario estructurado, diseñado y administrado a través de Formularios de Google para garantizar una recopilación de información eficiente y ágil. Este enfoque permitió obtener una perspectiva cuantitativa sobre el problema investigado, complementando así la información cualitativa obtenida a través de las entrevistas.

En conjunto, estas estrategias metodológicas proporcionaron un enfoque integral para abordar el tema de estudio, combinando la riqueza de las percepciones cualitativas con la objetividad de los datos cuantitativos.

2.1.8 Instrumento de investigación.

En el marco de esta investigación, se desplegaron cuidadosamente la entrevista y la encuesta para recopilar información significativa y abordar de manera integral el objeto de estudio. Estos instrumentos de investigación se diseñaron con el propósito de obtener tanto datos cualitativos como cuantitativos, permitiendo así una comprensión profunda y multidimensional de los temas analizados.

Ambos instrumentos, se complementaron estratégicamente para proporcionar una panorámica completa y equilibrada de los aspectos abordados en este estudio. La combinación de métodos cualitativos y cuantitativos se erige como un enfoque integral que enriquece la comprensión de la problemática en cuestión y contribuye a una interpretación más robusta de los hallazgos obtenidos. Dichos instrumentos se adjuntan en los anexos de la presente investigación.

2.1.9 Presentación de resultados más relevantes

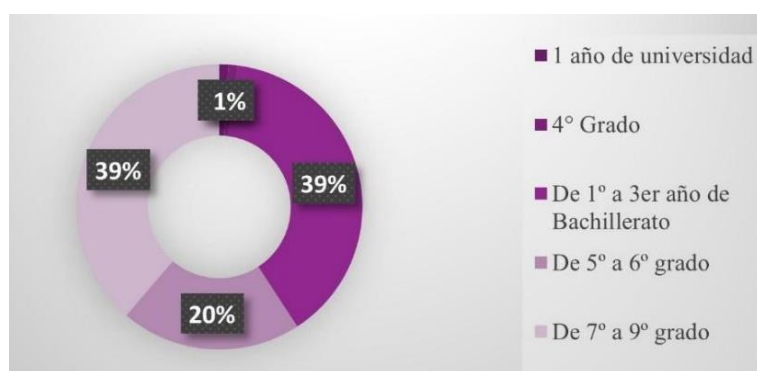


Figura 1. *Pregunta 1 ¿Qué grado está cursando?*

Fuente: Autoría propia

Análisis: En esta interrogante podemos observar los diferentes niveles académicos de los encuestados, y los datos reflejados son 39% son de 7º a 9º, además un 39% pertenecen de 1º año a 3º año de Bachillerato seguido con 20% que son de 5º a 6º grado y un 1% pertenecen de 1º año de universidad y 4º grado.

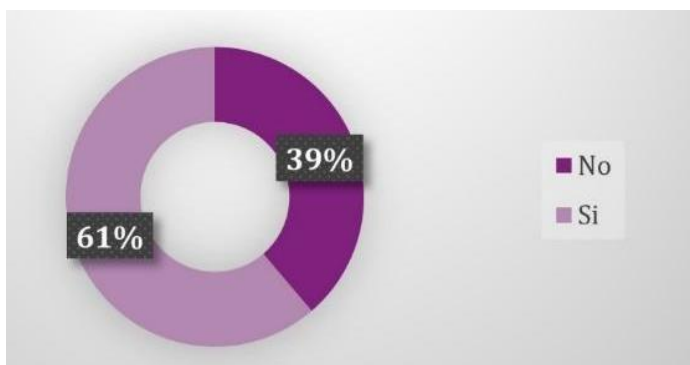


Figura 2. *Pregunta 3 ¿Alguna vez ha hablado con sus padres sobre temas de educación sexual?*

Fuente: Autoría propia.

Análisis: Los resultados muestran a un 61% que dicen haber tenido conversación con sus padres sobre el tema, lo cual indica una apertura de comunicación, sin embargo, un 39% carece de diálogo en este ámbito, lo que subraya la necesidad de fomentar una educación sexual más completa.

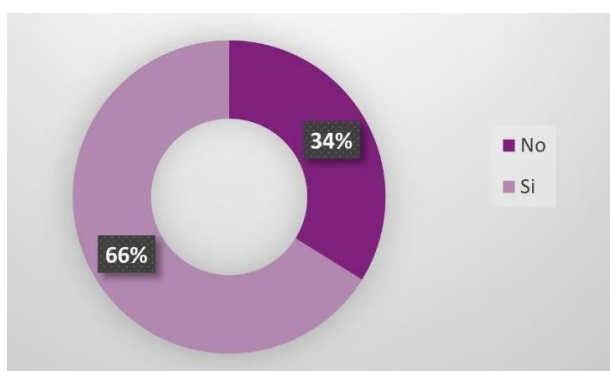


Figura 3. *Pregunta 7 ¿Alguna vez has platicado con otra persona acerca de temas de sexualidad?*

Fuente: Autoría propia

Análisis: Los resultados de la encuesta para la web app de educación sexual muestran que el 66% de los encuestados han tenido conversaciones sobre temas de sexualidad con otras personas, lo que sugiere una disposición a dialogar y compartir conocimientos en este ámbito, por otro lado, un 34% aun o ha tenido este tipo de conversaciones, resaltando la necesidad de la web app.

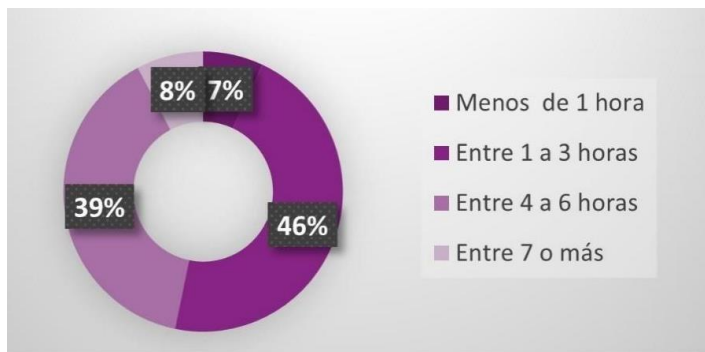


Figura 4. *Pregunta 16: ¿En promedio cuántas horas al día haces uso de dispositivos móviles?*

Fuente: Autoría propia.

Análisis: se observa en los datos que la mayoría de los encuestados, 46%, utiliza dispositivos móviles de 1 a 3 horas al día, el 39% lo hace de 4 a 6 horas y solo un 8% más de 7 horas, sorprendentemente solo un 7% usa dispositivos móviles menos de 1 hora, estos datos subrayan la alta interacción con la tecnología, respaldando la idea de la web app como medio efectivo de educación Sexual.

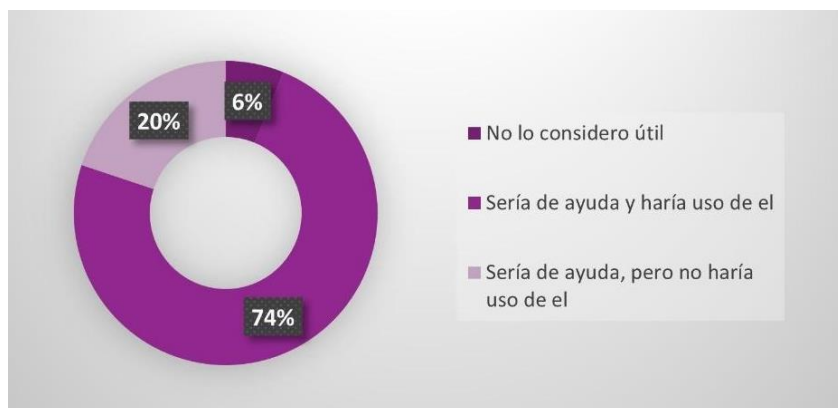


Figura 5. *Pregunta 18: ¿Qué opinan de que exista un buzón secreto en el cual puedan preguntar libremente sobre cualquier tema de sexualidad de forma anónima y confidencial, para que un profesional de la salud les oriente y aclare sus dudas?*

Fuente: Autoría propia.

Análisis: Los resultados indican que un 74% de los encuestados consideran útil tener un buzón secreto anónimo para hacer preguntas sobre sexualidad y recibir orientación profesional de manera confidencial. Un 20% ve su utilidad, aunque no lo usaría personalmente, y solo un 6% no lo considera útil. Estos resultados destacan la aceptación mayoritaria de una herramienta de consulta confidencial y sugieren que podría ser una característica valiosa para la web app propuesta.

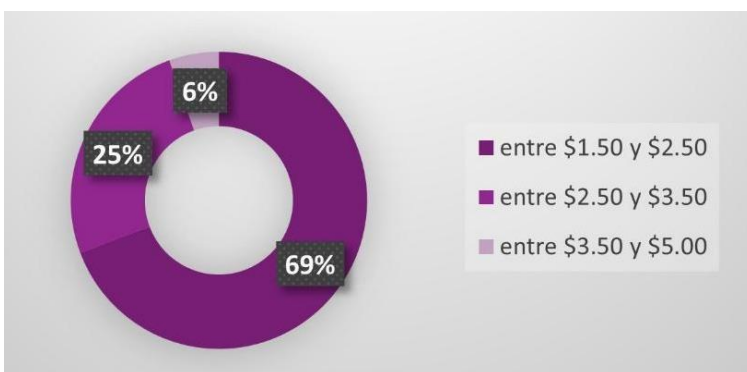


Figura 6. *Pregunta 20 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el acceso premium de la web app?*

Fuente: Autoría propia

Análisis: Los resultados indican que la mayoría de los encuestados, un 69% estaría dispuesto a pagar entre \$1.50 y \$2.50 por acceso premium mensual a la web app, por otro lado, un 25% consideraría pagar entre \$2.50 y \$3.50, mientras que solamente un 6% optaría por la franja de entre \$3.50 y \$5.00. Estos datos sugieren que la mayoría valora la propuesta de la web app dentro de un rango de precios asequibles, lo que puede ser concluyente para su adopción y éxito.

i) Conclusión de entrevista realizada a los padres de familia.

Los padres entrevistados tienen hijos de edades variadas entre los 5 y 15 años, lo que sugiere que la web app debería ser diseñada para abordar diferentes niveles de madurez y comprensión. Existen preocupaciones comunes en torno a los temas de educación sexual, como

cambios físicos y emocionales, enfermedades de transmisión sexual, embarazos no deseados y relaciones de pareja.

También pudimos percibir que aunque los padres tienen temor de hablar estos temas con naturalidad siempre están dispuestos a aclarar las dudas de sus hijos, algunos padres se sienten cómodos y seguros brindando apoyo en estos temas mientras que otros expresan temores o dificultades para abordar estos temas ya que, se pudo percibir la preocupación de algunos padres y madres que no están listos para hablar con sus hijos del tema y se despertó la preocupación de que alguien que no tenga la preparación profesional lo haga y con ello llevarlos a confusiones. Los padres ven la necesidad de educar a sus hijos sobre educación sexual, pero algunos admiten no saber cómo abordar ciertos temas o sienten que les faltan conocimientos. Una web app interactiva podría llenar este vacío al proporcionar información clara y accesible.

La mayoría de los padres se sienten cómodos con la idea de una web app interactiva que utilice juegos, preguntas y datos curiosos para abordar la educación sexual. Sin embargo, algunos expresan la necesidad de que el contenido sea científicamente preciso y apropiado para la edad.

Se detecta que la mayoría de los padres no están seguros de si los docentes están aptos para enseñar educación sexual independientemente de la edad del niño o adolescente. Esto resalta la importancia de proporcionar a los docentes la formación adecuada para tratar estos temas.

En general, las respuestas de los padres sugieren que existe un interés y una necesidad por parte de los padres de brindar educación sexual a sus hijos, pero también reconocen la importancia de hacerlo de manera adecuada y sensible a la edad. Una web app interactiva podría ser una herramienta valiosa para complementar la educación sexual tanto en el hogar como en la escuela,

siempre y cuando se enfoque en proporcionar información precisa, confiable y apropiada para la edad.

2.2 Diagnóstico De La Situación Actual

La realización de un diagnóstico de la situación es fundamental para que el desarrollo de la web app de educación sexual sea efectivo y exitoso. A continuación, se presentan diferentes herramientas de análisis, como el FODA cruzado, las 5 fuerzas de Michael Porter y el análisis PEST, en donde se pueden identificar los factores internos y externos que impactarán en el desempeño y la viabilidad de la web app.

2.2.1 FODA cruzado.

El FODA cruzado permite analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas tanto internas como externas a nuestro modelo de negocio. Esto brinda una visión completa de los aspectos positivos y negativos que pueden influir en su éxito.

Ayuda a identificar ventajas competitivas (fortalezas), áreas de mejora (debilidades), oportunidades de crecimiento en el mercado digital y amenazas como la competencia y cambios tecnológicos; esta evaluación estratégica guía la toma de decisiones y el desarrollo de estrategias para fortalecer la posición y adaptarse al entorno dinámico digital.

A continuación, se presenta en la tabla 2 la matriz FODA:

Tabla 2*Desarrollo del análisis FODA*

MATRIZ FODA CRUZADO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	FO (FORTALEZAS - OPORTUNIDADES) (max – max)	FA (FORTALEZAS - AMENAZAS) (max – min)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contenido educativo. ▪ Accesibilidad desde cualquier lugar. ▪ Diseño interactivo. ▪ Privacidad y Seguridad. ▪ Personalización de acuerdo con edad. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar campañas de marketing resaltando la relevancia de la educación sexual. ✓ Mantenerse actualizado con las tendencias del mercado. ✓ Enfocarse en la experiencia del usuario para destacar frente a la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fortalecer las medidas de seguridad y comunicarlas efectivamente para ganar la confianza del usuario. ✓ Desarrollar y destacar contenido único y especializado que distinga la web app de otras en el mercado, ofreciendo información innovadora y enfoques educativos distintivos.
DEBILIDADES	DO (DEBILIDADES - OPORTUNIDADES) (min - max)	DA (DEBILIDADES - AMENAZAS) (min- min)

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dependencia de la tecnología. ▪ Poca interacción personal. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar campañas de concienciación sobre la importancia de la educación sexual. ✓ Implementar el buzón secreto para interactuar. ✓ Establecer conexiones con colegios para integrar la web app en el plan de estudios. ✓ Implementar un sistema de retroalimentación de usuarios para identificar áreas que requieren actualización. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejorar la eficiencia y la usabilidad de la web app para reducir la carga tecnológica. ✓ Establecer asociaciones con organizaciones relevantes, expertos en educación sexual y colegios para fortalecer la credibilidad y ampliar la base de usuarios. ✓ Implementar campañas de sensibilización y educación para abordar las controversias relacionadas con la educación sexual.
---	--	---

Fuente: Autoría propia.

2.2.2 Desarrollo de 5 Fuerzas de Michael Porter.

El modelo de las 5 fuerzas de Porter establece una metodología de análisis de un sector a través de la identificación y análisis de cinco fuerzas.

En ese sentido, este instrumento facilita conocer el nivel de competencia que existe en un sector o industria, tanto a nivel externo como interno, con ello permitirá tener una base para desarrollar estrategias orientadas a aprovechar las oportunidades y con ello enfrentar las amenazas.

5 fuerzas de Michael Porter

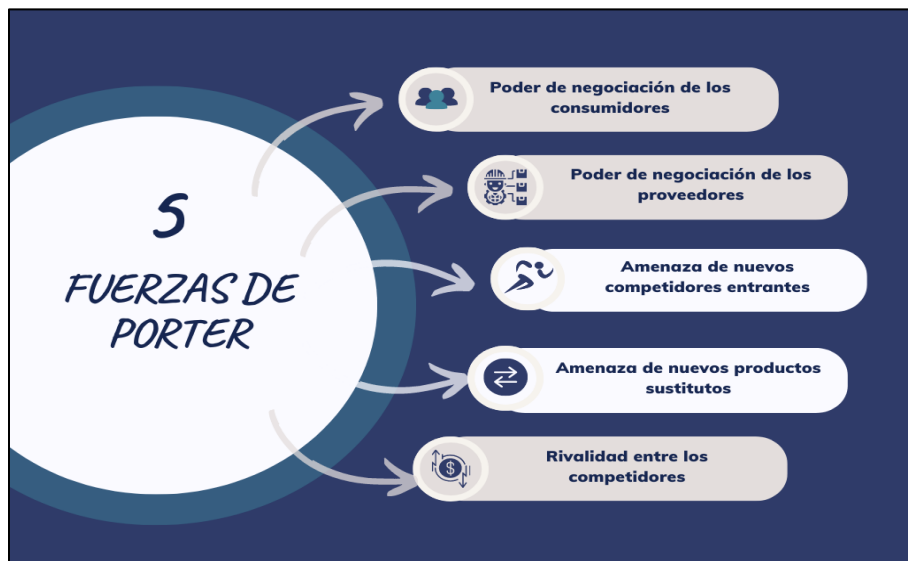


Figura 7. La figura plantea la teoría de las 5 fuerzas de Michael Porter

Fuente: autoría propia.

Tabla 3

Desarrollo de las 5 fuerzas de Michael Porter

5 fuerzas de Michael Porter
<i>Poder negociación de los Consumidores- Alto</i>
Por ser un modelo de negocio innovador, ya que en el país estos temas han sido abordados desde las formalidades de centros escolares, instituciones de gobierno, ONG´s, entre otras, sin tomar en cuenta la necesidad de conocer a los consumidores de qué quieren y cómo lo quieren, y buscar las formas menos formales, aprovechando el entorno digital que ahora rodea a los niños y jóvenes y con ello lograr satisfacer las necesidades de información y solventar las dudas de cada caso y además darles un plus para que opten por este modelo de información digital.
<i>Poder de negociación de los proveedores- Medio Alto</i>

Los proveedores son factores claves, ya que se necesitan que ofrezcan productos y servicios de calidad y con ello asegurar niveles de negociación justo para ambas partes y con ello asegurar elementos esenciales en esta propuesta de negocio que son elementales, primero porque se estará trabajando con información confidencial y segundo porque también se busca proteger este tipo de información con las reservas de cada caso merece.

Amenaza de nuevos competidores entrantes- Bajo Medio

La digitalización de negocios será una puerta a que nuevos competidores ingresen al tema de educación sexual, a medida que el tema avance la demanda de información de este tipo será más grande y que los medios de comunicaciones sean más abiertos a abordar estos temas, habrá más interés en poder llevar a través de negocios digitales este tipo de ideas.

Amenaza de nuevos productos sustitutos-Bajo Medio

En El Salvador, actualmente no hay algún proyecto de web app digital de educación sexual, sin embargo, hay programas en las currículas de los centros escolares en las que se incluyen temas de educación sexual orientado a jóvenes, charlas, organizaciones no gubernamentales también enfocados en temas de facilitación de este tipo de temáticas a través de charlas, programas de televisión, entre otras.

Rivalidad entre los competidores-Bajo Medio

Se han identificado 4 aplicaciones de educación sexual que son para niños entre 6 a más de 14 años. (yo me quiero, yo me cuido; Cómo soy; Una nueva vida; Hablemos de sexualidad), hay algunas gratuitas y otra de pago, las cuales son orientadas a niños y otras para todas las edades.

Aunque los competidores tienen ventajas al estar ya posicionados, en el mercado local no son muy conocidos, los tipos de aplicaciones son variados ya que van a direcciones de enseñanzas diferentes, unas orientadas a buscar tener relaciones sexuales seguras, otras a conocer el cuerpo, otras a información sobre sexualidad, otras a conocer derechos sexuales.

Fuente: Autoría propia.

2.2.3 Desarrollo de PEST

El análisis PEST es una herramienta de marketing que se utiliza para identificar las fuerzas externas a nivel macro que influyen sobre una determinada empresa o negocio y pueden delimitar la evolución de este en el entorno en el que se desea operar, tanto en términos económicos como de reputación. El acrónimo PEST se refiere al estudio de los factores Políticos, Económicos,

Sociales y Tecnológicos. Antes de realizar cualquier acción o estrategia, se considera importante hacer un análisis del entorno y de la situación actual del negocio.

Tabla 4

Desarrollo de análisis PEST

Factores		Descripción	Plazo			Impacto
			Corto (< 1 año)	Medio (De 1 a 3 años)	Largo (+ 3 años)	
P o l í t i c o s	Leyes de educación	Correcta aplicación y regulación de las mismas		✓		Positivo
	Leyes de protección de datos	La regulación sobre el manejo de datos y la privacidad de los usuarios.	✓			Positivo
	Propiedad intelectual	Como el Estado protege las creaciones intelectuales dentro del territorio.	✓			Negativo
	Políticas y requisitos fiscales	Requisitos que permitan la fácil inscripción y establecimiento del negocio.	✓			Negativo
	Programas para mypes	Oportunidades para financiamiento, crecimiento, etc.			✓	Negativo
E c o n o m í c o s	Financiación	Las altas tasas de interés para buscar financiamiento de capital.		✓		Negativo
	Tasas de empleo	La falta de empleo o el nivel salarial afecta la capacidad adquisitiva de las familias.	✓			Negativo
	La inflación	Los niveles de aumento en la inflación nacional e internacional, afecta la economía global.	✓			Indiferente
	Crisis económicas	El nivel de precios se ve afectado por el nivel económico de país.		✓		Negativo
	Impuestos	El aumento o disminución de impuestos influye en las decisiones de compra, así como tener un margen de liquidez para adquirir productos no básicos.		✓		Negativo
S o c i a l e s	Demografía	Los datos que ayudan a delimitar nuestro público.		✓		Indiferente
	Diferencias culturales	Las diferencias de cultura hacen que los temas sean tratados y percibidos de forma diferente.	✓			Negativo
	Estilo de vida	La forma en que cada familia convive influye en como se afrontan las etapas de crecimiento y las decisiones de educación.	✓			Positivo
	Factores religiosos	Los estigmas de la religión respecto a la libertad y libertinaje.			✓	Negativo
	Nivel de educación	El nivel de educación de los padres influye en lo que les transmiten a sus hijos.		✓		Negativo
T e c n o l ó g i c o s	Acceso tecnológico	La facilidad de acceso a la tecnología hacen posible que más personas conozcan el modelo de negocio.	✓			Negativo
	Infraestructura	Conjunto de elementos tecnológicos que integran el proyecto, soportan las operaciones o sustentan la operación.			✓	Negativo
	Tendencias tecnológicas	Mantenerse a la vanguardia respecto lo tecnológico, tener conocimiento sobre los temas y certificaciones necesarias, mantener la vista en el futuro.			✓	Indiferente
	Ciberseguridad	La responsabilidad de proteger los datos para mantener la confianza del cliente y cumplir la normativa.	✓			Positivo

Fuente: Autoría propia

Conclusiones del diagnóstico de la situación

- ✓ Basándonos en el análisis FODA podemos concluir lo siguiente:

Las fortalezas proporcionan una base sólida para ofrecer una experiencia educativa efectiva y confiable a los niños y adolescentes. Así también existen varias oportunidades para aprovechar, como la creciente demanda de educación sexual, la colaboración con instituciones educativas para implementar programas educativos complementarios y llegar a un público más amplio, al igual las posibilidades de actualización y mejora continua, ya que la educación sexual es un tema en evolución, lo que brinda la oportunidad de agregar contenido nuevo, adaptado a los cambios sociales.

Sin embargo, también es importante reconocer las debilidades y amenazas. Las debilidades incluyen la dependencia tecnológica, que podría afectar la adopción y el acceso de ciertos grupos. Las amenazas incluyen la competencia en el mercado, ya que existen otras aplicaciones y recursos educativos disponibles en el mercado, lo que puede dificultar la diferenciación, de igual forma el riesgo de mala interpretación o uso inapropiado del contenido por parte de los usuarios.

En general, a pesar de las debilidades y amenazas identificadas, la web app de educación sexual tiene un potencial significativo para abordar una necesidad creciente en la sociedad, pudiendo lograr un impacto positivo al proporcionar información valiosa y fiable.

- ✓ El análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter se puede concluir lo siguiente:

Por ser un negocio digital innovador, la competencia local no es fuerte al momento, esto da elementos positivos para la viabilidad del referido negocio.

Los clientes potenciales es un sector clave en el país, esto implica un reto fuerte tomando en cuenta los mitos, creencias y supersticiones del tema a trabajar, conquistar esta población es un verdadero reto desde el modelo de negocio que se plantea, aquí también se toma en cuenta que son los padres de familia el sector clave de atraer.

Los proveedores son elementos claves, ya que desde ahí se debe asegurar el manejo confiable de los datos privados. Por otro lado, la competencia irá surgiendo a medida que la población objetivo vaya asumiendo con responsabilidad los temas de educación sexual en el país y con ello paralelamente se debe ir innovando el negocio.

Así mismo, los productos sustitutos irán en esa línea del ámbito digital ya que la población a la que va dirigida está cada día orientándose a utilizar más esa forma de comunicación e información. Esta idea de negocio deberá asumir el reto de estar actualizándose con la misma aceleración que va el mundo con los temas digitales.

✓ *En cuanto al análisis PEST se puede concluir lo siguiente:*

Existen varios factores externos que forman parte del entorno macroeconómico que son vitales para poner en marcha nuestro modelo de negocio, estudiar el entorno externo nos permitirá encontrar y utilizar oportunidades que fortalezcan el modelo de negocio, como también nos ayudará a anticiparnos a los riesgos presentes y futuros que puedan afectar al modelo de negocio.

Entre los factores de mayor impacto para el funcionamiento de nuestro modelo de negocio están los sociales y económicos, entre los sociales tenemos el reto respecto a las diferencias culturales y factores religiosos puesto que nos enfrentamos a un mercado en el cual predomina el miedo a hablar abiertamente sobre temas de educación sexual, ya sea por cultura de sus ancestros o porque

las religiones lo prohíben pues creen que se abre camino a un pensamiento libre. También existen las diferencias demográficas pues nuestro país a pesar de ser pequeño en extensión territorial existe diferencias en estilos de vida en cuanto el sector rural y urbano.

Respecto a los factores económicos intervienen mucho las fluctuaciones de los empleos, los impuestos, la inflación, el PIB nacional y las recesiones económicas puesto que nuestro modelo de negocio y su sostenibilidad dependen de la capacidad adquisitiva de los diversos usuarios, pues todos los factores mencionados impactan de una u otra forma la salud financiera de las familias y por ende disminuyen las posibilidades de accesos a productos y servicios que no forman parte de las necesidades básicas.

En cuanto a ventajas para nuestro modelo de negocio se consideran los factores tecnológicos puesto que nuestro modelo de negocio es digital y es algo que a raíz de la pandemia aumentó su auge, por lo cual consideramos que los avances y tendencias tecnológicas conforme avancen puede ser beneficioso para nuestro modelo de negocio; sin embargo, también se nos plantea el reto de que siempre debemos mantenernos a la vanguardia con lo último en tecnología y sobre todo en términos de ciberseguridad.

En conjunto con lo anterior se puede decir que los factores políticos intervienen mucho puesto que nuestro mayor reto se enfoca en velar por cumplir las leyes del país en cuanto a la protección de datos y la propiedad intelectual son factores clave para el resguardo de los datos de nuestros usuarios y garantizar así la debida confidencialidad.

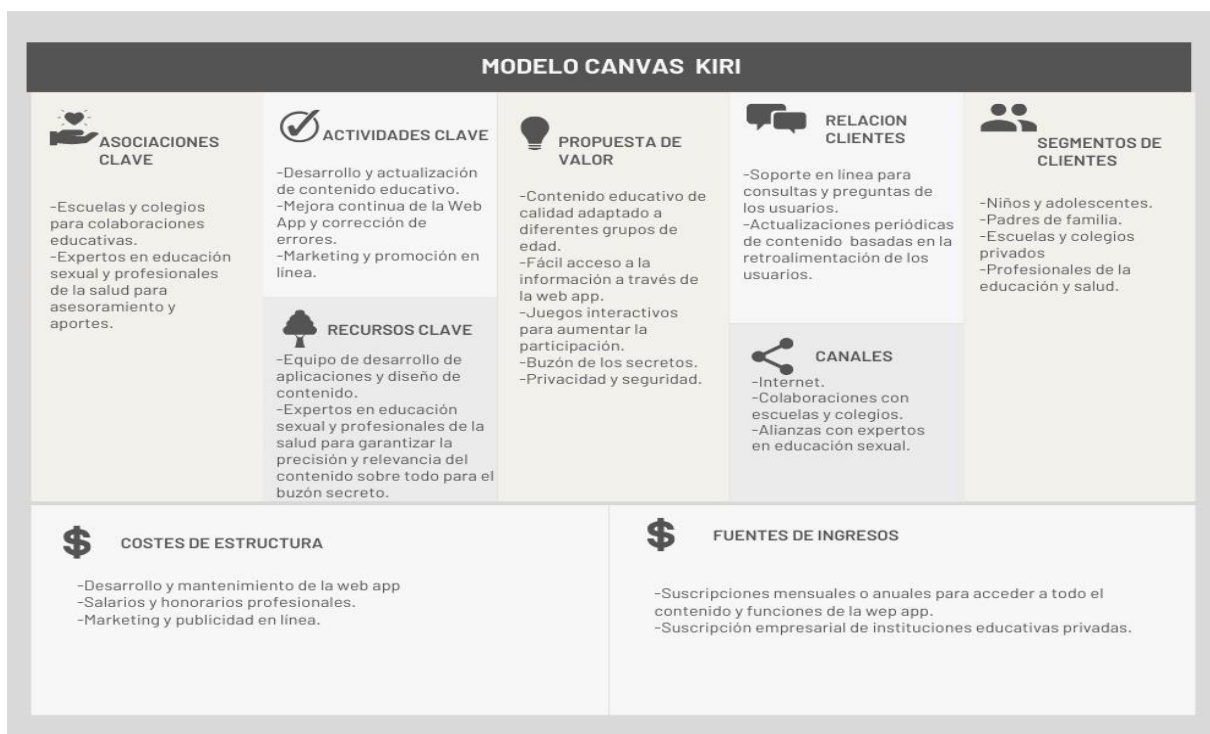
Y al tratarse de temas que involucran a menores de edad debemos tener en cuenta todas las leyes de protección para este sector de la población, velar porque nuestro modelo de negocio no vulnere ninguno de sus derechos.

Sin embargo, no podemos dejar de lado el factor político respecto a las oportunidades de acceso al mercado para las medianas y pequeñas empresas, o para los emprendedores; la creación de políticas públicas y leyes de apoyo serán de vital importancia para buscar la debida financiación para el modelo de negocio.

Son muchos los factores que pueden afectar o beneficiar nuestro modelo de negocio pues se trata de un tema delicado y que le dedican poco interés en nuestro país, sin embargo, creemos que los beneficiados seremos todos y sobre todo se busca mejorar el futuro de las nuevas generaciones.

2.2.4 Lienzo Canvas

Tabla 5
Desarrollo del modelo CANVAS



Fuente: Autoría propia.

CAPITULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO: NOMBRE DE NEGOCIO

En este capítulo se desarrollará la estrategia de la organización para dejar plasmados los objetivos, investigación de mercado, proyecciones financieras, los recursos a necesitar y con ello se busca dejar certidumbre de que es lo que se busca y con ello planificar las acciones a desarrollar, así mismo, esto da una visibilidad clara de lo que se pretende lograr con el negocio Kiri.

3.1 Descripción del negocio.

Kiri nació por una lluvia de ideas con el objetivo de brindar a los niños y jóvenes de la población salvadoreña una herramienta de apoyo en temas de educación sexual, que les ayude a recibir orientación verídica y sin tabúes de por medio y fomentar así una cultura de respeto hacia ellos mismos y los que le rodean.

Nuestro modelo de negocio se basa en una web app online en la cual se puede encontrar información sobre temas de educación sexual segmentado en diferentes edades y cada tema acorde a dicho segmento para que sea una guía de orientación en cada etapa de su desarrollo.

Nombre del negocio: “KIRI”

El nombre Kiri proviene del nombre de un árbol originario de China llamado Kiri y conocido como árbol Emperatriz o Paulonia tormentosa. Se consideró el tomar ese nombre debido a las bondades y características que representa dicho árbol pues se considera de gran ayuda contra el calentamiento global, la contaminación y la desertificación del planeta ya que puede purificar el suelo infértil. Todas las características antes mencionadas llaman la atención pues queremos que nuestro modelo de negocio sea de ayuda a la sociedad, queremos que ayude a fomentar una buena educación y cultura a los niños y jóvenes con el fin de que ellos tengan el conocimiento necesario

para la vida y la toma de decisiones a futuro, para que en un futuro disminuyan los problemas en la sociedad debido a la desinformación, evitando embarazos no deseados, enfermedades de transmisión sexual y todos los problemas que hoy en día son cada vez más comunes a temprana edad.

Información general

- Nombre del negocio: “KIRI”
- Nombre de persona natural: Jenny Ivette Polanco Gómez
- Ubicación, dirección del negocio: Emprendimiento de carácter digital, que cuenta con un espacio físico ubicado en San Salvador.

Web app

La web app oficial de Kiri consiste en una plataforma muy sencilla de utilizar donde se podrán encontrar los contenidos según el rango de edad del usuario, además temas de interés enfocados para las mujeres u hombres, diversos artículos y enlaces para ampliar la información ahí descrita.

También se tendrá el buzón secreto en el cual de forma anónima puede realizarse diversas consultas sobre cualquier temática, y profesionales de la salud, psicología, etc. darán respuesta de forma clara a todas las consultas. Por supuesto en la web app se encuentra el enlace respectivo para la compra del acceso premium, además se detallan los pasos a seguir y todo lo necesario para hacer uso de esta.

La web app es el eje principal para nuestro modelo de negocio, pues la comercialización de la misma será nuestro enfoque, sin embargo, se tendrá una versión gratuita en la que podrán

acceder a contenido definido previamente para que conozcan la web app y se familiaricen con la misma. Sin embargo, habrá contenido exclusivo para usuarios de paga, como por ejemplo hacer uso del buzón secreto para realizar consultas en chat privado.

3.2 Marco Estratégico

El marco estratégico proporciona una base sólida para el éxito a largo plazo de nuestro modelo de negocio, ya que se basa en la alineación de la misión, visión, valores, objetivos y metas de la empresa. A continuación, se detallan cada uno de ellos:

3.2.1 Misión

Empoderar a niños y adolescentes a través de una educación sexual integral, precisa y respetuosa. Brindamos herramientas y conocimientos para tomar decisiones informadas y saludables, promoviendo el bienestar y la confianza en sí mismos.

3.2.2 Visión

Ser líderes en el campo de la educación sexual digital, utilizando tecnología innovadora para brindar información precisa y relevante de manera interactiva y atractiva a nivel nacional.

3.2.3 Valores

Respeto: Fomentamos un entorno de respeto mutuo, donde todas las opiniones y experiencias son valoradas y consideradas.

Confianza: Aseguramos un entorno seguro y digno de confianza para el aprendizaje y el crecimiento saludable de los usuarios para que puedan expresar inquietudes sin temor a ser juzgados.

Integridad: Guiamos nuestras acciones con coherencia, principios éticos y honestidad, asegurando que nuestras palabras y acciones reflejen nuestra dedicación a la educación sexual responsable y respetuosa.

Diversidad e Inclusión: Valoramos y celebramos la diversidad en todas sus formas, y nos esforzamos por crear un espacio inclusivo donde todos se sientan bienvenidos y representados.

Ética y Responsabilidad: Operamos con los más altos estándares éticos y nos responsabilizamos por el impacto que tenemos en la vida de nuestros usuarios.

Confidencialidad y Privacidad: Respetamos la privacidad de nuestros usuarios y nos comprometemos a proteger su información personal de manera segura.

3.2.4 Objetivos

- ✓ Incrementar la visibilidad de nuestra web app de educación sexual en línea, durante el primer semestre adoptando estrategias de publicidad en redes sociales.
- ✓ Lograr un aumento del 20% mensual en la cantidad de usuarios de pago que participan en el buzón secreto y actividades interactivas de la versión premium en el primer año.
- ✓ Establecer alianzas con al menos tres escuelas o instituciones educativas locales dentro de los primeros doce meses.
- ✓ Medir el impacto positivo en la salud sexual y el bienestar de los usuarios realizando encuestas de satisfacción y seguimiento, obteniendo una puntuación promedio de satisfacción del usuario de al menos 4.5 en una escala de 5 puntos a partir del primer año de operaciones.

3.2.5 Metas

- ✓ Posicionarse a nivel nacional como la web app más grande en el quinto año de operaciones.
- ✓ Expandir a nivel centroamericano la marca KIRI, para el quinto año de operaciones.
- ✓ Establecer alianzas con al menos 10 escuelas o instituciones educativas para el quinto año de operaciones.
- ✓ Alcanzar una puntuación promedio de satisfacción del usuario de 4.8 en una escala de 5 puntos para el quinto año, respaldada por encuestas y testimonios.

3.3 Descripción de los productos o servicios

El portafolio de los servicios estará conformado por dos componentes.

Tabla 6

Detalle del Portafolio de servicios

Línea de servicio	Oferta de servicio
Web app gratuita	La web app tendrá dos modalidades, la primera de no pago, en la cual se tendrá acceso a artículos de temas con mayor importancia sobre la niñez y adolescencia en las diferentes etapas vinculado a la educación sexual, tendrá acceso a algunos juegos en los que puedan aplicar sus conocimientos de sexualidad y ser orientados.
Web app de paga	Y la otra versión de pago a la cual tendrá acceso a juegos, buzón secreto, artículos sobre educación sexual de niños y jóvenes, leyes de protección de la niñez y adolescencia, acceso completo a todo el contenido de la web app.

Fuente: Autoría propia.

Es importante aclarar que los contenidos de los módulos de formación en educación sexual que contendrá el sitio web app, basados en orientaciones técnicas que fueron trabajados por las siguientes organizaciones: UNESCO, UNFPA, UNICEF, ONU-Mujeres, ONUSIDA y la OMS, la cual es apropiada para las edades que se pretende formar y con filtros de seguridad de padres o autoridades de centros escolares para que ellos autoricen el acceso.

Así mismo, nuestros contenidos serán exclusivamente de educación sexual, KIRI no tendrá ninguna parte a motivación o influencia sobre contenidos de formación en género u orientaciones sobre temas de género, nuestro rol estará enfocados a dar las herramientas a la niñez y adolescencia en cuanto a educación sexual, ejemplo: conocer el cuerpo, inquietudes sobre los cambios en el cuerpo, diferencias entre niños y niñas, cómo y que hacer cuando surgen los cambios en los cuerpos, competencias esenciales para la toma de decisiones sobre cómo conducir la vida de cada quien en cuanto a sexualidad, entre otros.

KIRI, aclara que habrá un momento en el cual cada ser humano entrará a una vida sexual activa, y cuando llegue ese momento, nuestro objetivo es que cada ser humano, esté preparado con educación e información relevante sobre estos temas y tomen las mejores decisiones en su vida para poder enfrentarlo de acuerdo con su edad y capacidad.

Por otra parte, KIRI no pretende ir contra las leyes del país, sino más bien, fortalecer a la niñez y adolescencia para que sean ellos quienes puedan tener la capacidad de reclamarlos y activar los protocolos de seguridad en caso de que estuviesen en peligro es por ello que se ha pensado en el buzón secreto para poder orientarlos con profesionales y con ello buscar apoyos necesarios para que sean resueltos en compañía de sus padres, tutores o encargados y de asesoría de instituciones encargadas de estos temas en el país.



Figura 8. *Se refleja la versión de pago y gratuita de la web app.*

Fuente: Autoría propia

3.4 Ventaja competitiva.

Kiri viene a ser una herramienta de uso para niños y jóvenes con el fin de ofrecer servicios de apoyo en educación para temas de sexualidad, con módulos adaptados a diferentes edades.

Basados en nuestro análisis FODA previamente desarrollado podemos mencionar lo siguiente como ventajas competitivas:

- Poseer la web app para darnos a conocer.
- Es una nueva forma de aprender para los pequeños y jóvenes.
- Puede ser utilizada en cualquier lugar.
- La privacidad de los datos personales.
- El control de los padres respecto a los contenidos que se accede.
- Puede ser utilizada fácilmente por niños de todas las edades.
- Podrás elegir el tema a tratar.

- Habrá distintas formas interactivas de enseñanza.
- La web APP será fácil de usar.
- Se podrá interactuar con un profesional de manera anónima y segura.
- Se te podrá llamar con el nombre que tu desees.
- Tendrá una pequeña guía de cómo interactuar en la web app.

El diseño de web app adaptadas a diferentes tipos de dispositivos, aprovechando todas las posibilidades y funcionalidades que estos últimos ofrecen, será de utilidad para fortalecer la imagen de marca y el engagement de la empresa. Y es que un total de 9,94 millones de conexiones móviles celulares estaban activas en El Salvador a principios de 2023, cifra que equivale al 156,5 por ciento de la población total (“Data reportar”,2023); de los cuales se hace uso en cualquier momento y lugar, este aumento considerable del uso del móvil va emparejado con un incremento en el uso de las webs apps móviles.

De esta forma, por medio del desarrollo de una web app, la empresa podrá establecer una comunicación más fluida y sin limitaciones con sus usuarios. Es decir, el usuario podrá servirse de todo el contenido disponible tanto en un ordenador como en un dispositivo móvil

3.5 Plan Organizacional

El plan organizacional establece la forma en que funcionara jerárquicamente la empresa, además da una idea clara de cómo funcionará y las competencias que tendrá el personal para lograr los objetivos planteados, por lo que esto facilitará la operatividad y con ello lograr que sean eficaces en las metas que se les asignan.

Por otro lado, con la definición de funciones también queda claro el perfil del profesional que estará en cada cargo.

a. Estructura organizativa de la empresa.

En este literal se pretende dejar en claro cuántas personas con capacidades específicas serán necesarios para poder ejecutar el plan de trabajo y con ello las funciones de cada cargo, así como la forma de cómo estarán organizadas.

Tabla 7

Estructura Organizativa KIRI

Cargo	Funciones	Número de personas en el área (incluido el responsable)
		Fijos
Gerente administrativo	Es el responsable de las operaciones administrativas y contables de la empresa	1
Gerente de ventas	Es el responsable de desarrollar, implementar y ejecutar la estrategia de marketing digital y monitoreo de métricas de ventas.	2
Gerente de Tecnologías de la información	Es el responsable de la infraestructura tecnológica, desarrollo y soporte de la web app.	1
Gerente de atención integral	Responsable de dar seguimiento a las consultas del buzón secreto.	1
Total		5

Fuente: Autoría propia

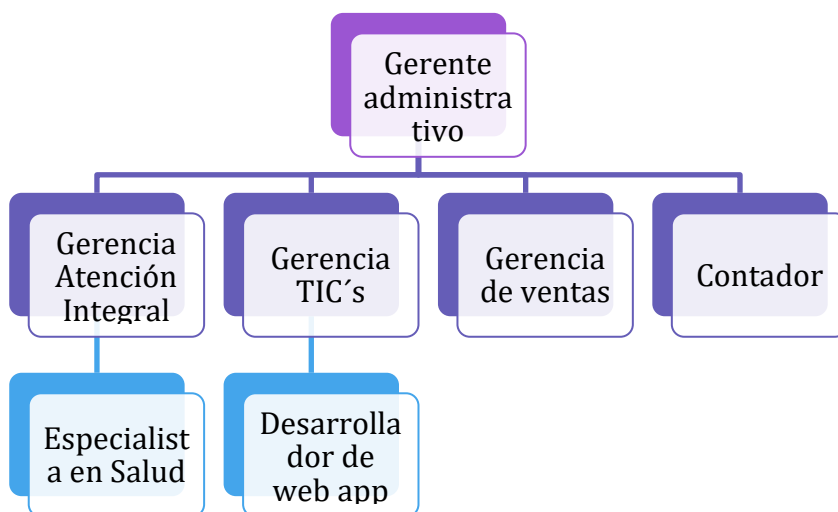


Figura 9. Muestra el organigrama con la estructura organizativa que tendrá el negocio Kiri

Fuente: Autoría propia

b. Organización de gestión y recursos humanos.

La organización y gestión del recurso humano de KIRI, estará basado primeramente en la creación de perfiles que vaya de acuerdo con la necesidad de los servicios que se ofrecerán a través de la web app, esto será necesario ya que hay que puntualizar la necesidad de tipo de conocimientos técnicos y experiencia del personal a contratar para asegurar el logro de objetivos planteados.

Por otro lado, se establecen políticas de reclutamiento, remuneración y mecanismo para la medición del desempeño, de las personas que serán parte de Kiri. Así mismo, se crearán las normas de funcionamiento interno y el comportamiento que cada colaborador deberá asegurar en el desempeño de sus funciones, en esto estará considerado: horarios, políticas de promoción y evaluación, normas disciplinarias, pagos de remuneraciones, prestaciones laborales, políticas de seguridad de datos que se van a manejar, políticas de promoción, políticas de evaluación, entre

otros. Además, se contempla políticas de motivación para asegurar el compromiso del equipo colaborador, uso de la comunicación, manejo de conflictos.

c. Proceso administrativo.

El proceso administrativo estará orientado a aprovechar al máximo los recursos disponibles y a facilitar a los colaboradores el trabajo a través de una buena planificación del trabajo, una organización clara y precisa de los planes de trabajo y estratégicos y por consiguiente asegurar que la dirección y el control sean parte fundamental en Kiri.

En la etapa de planificación, se asegurará tener claridad en cuanto a los objetivos y metas que se planteen y con ello buscar el logro de ellas en los tiempos planificados.

En la etapa de organización, se hará una distribución de tareas de acuerdo con el área donde están ubicados y a los objetivos y metas planteadas, así como asegurar la provisión de herramientas para realizar las tareas asignadas

En la etapa de dirección, Kiri asegurara una motivación que permita a los colaboradores lograr cumplir sus metas con compromiso y empoderamiento, esto será un elemento clave para que Kiri asegure funcionar correctamente y con resultados positivos, para finalizar se implementará el control el cual es indispensable para ir midiendo resultados y con ello la toma de decisiones oportuna. A continuación, se muestra un flujograma de uno de los procesos más importantes del modelo de negocio Kiri:

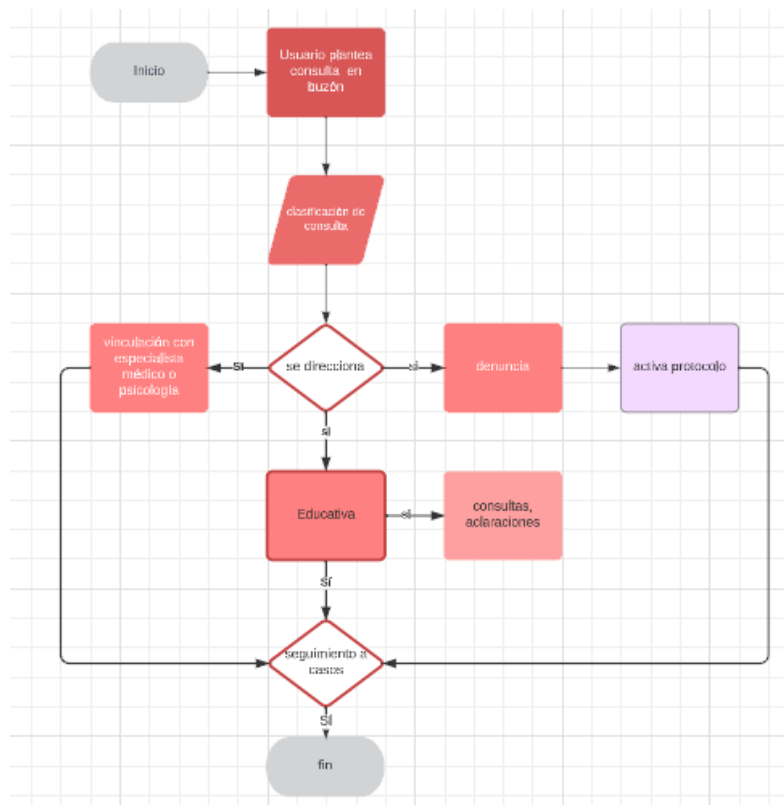


Figura 10. *Flujograma de proceso de atención de buzón secreto*

Fuente: Autoría propia.

Los procesos más relevantes de la gestión KIRI están orientados a cumplir con el objetivo y metas de facilitar la educación sexual para niños, niñas y adolescentes:

- Proceso de inscripción IVA
- Proceso de registros en CNR
- Proceso de creación de web app
- Proceso de gestión de ventas empresariales
- Proceso de gestión de ventas a través de web app
- Proceso de educación sexual para niños
- Proceso de educación sexual para adolescentes

d. Identificación y características de proveedores.

Los proveedores de Kiri, deberán tener una esencial característica y es la confidencialidad, tomando en cuenta que se maneja información sensible de niños y jóvenes.

Así también, los proveedores serán modalidad outsourcing en cuanto al desarrollo de la web app, por lo que será necesario que las habilidades sean comprobables con estudios en informática, ciencias de la computación, entre otros,, deberá tener experiencia en la industria tecnológica, deberá asegurar crear, mantener e implementar el código fuente, así también, pensamiento lógico, conocimientos de diseño, que tenga conocimientos de HTML, CSS y JavaScript y de aplicaciones web de Java, entre otros.

Además, se identifica proveedor de servidor web que sea el componente de tiempo de ejecución principal en todas las configuraciones y donde la web app se ejecuta, deberá tener una interfaz de usuario intuitiva, una marca coherente, privacidad de datos, un sistema de búsqueda o navegación y análisis.

Por otro lado, se hará necesario un proveedor que permita una plataforma para crear la web app, elegir el nombre del dominio, adquirir un plan de hosting, construir la estructura del sitio web, diseñar y creación del contenido del sitio, que permita agregar herramientas profesionales y monitorearlo de forma sencilla.

3.6 Plan de mercadeo

El plan de mercadeo se basa en un análisis exhaustivo de la investigación de mercado, identificando las necesidades y deseos de nuestro público objetivo. Integrando los resultados con el marketing mix digital, nuestro enfoque estratégico se centra en proporcionar una educación sexual integral y confiable a través de una web app interactiva y segura. Nuestra estrategia busca

aumentar la adopción y el compromiso de los usuarios, a través de tácticas de promoción digital, colaboraciones estratégicas y contenido personalizado, impulsando así un impacto positivo en la salud sexual de niños y adolescentes.

a. Resultados de la investigación de mercado.

Los resultados de la investigación revelan información crucial sobre la demanda del servicio, la competencia y las oportunidades de crecimiento. Estos datos ayudan a tomar decisiones estratégicas informadas para desarrollar el servicio y aumentar la satisfacción del cliente.

Segmentación del Mercado:

Los usuarios principales de la web app se dividen en tres grupos demográficos:

- Niños de 7 a 12 años.
- Adolescentes de 13 a 18 años.
- Padres interesados en la educación sexual de sus hijos.

Tamaño del Mercado:

En El Salvador, según la encuesta de hogares de propósitos múltiples, 2022 (BCR,2023) hay aproximadamente hay 1,513,512 millones de niños y adolescentes entre 5 y 19 años. La población de padres y tutores interesados se estima en 2,252,337 millones.

Tendencias y Comportamientos:

Los resultados obtenidos en la encuesta realizada indican que el 92.9% de los encuestados posee un dispositivo móvil para uso personal, lo que sugiere una alta disponibilidad tecnológica. Esto respalda la viabilidad de la web app como herramienta educativa.

En la entrevista pudimos determinar que la mayoría de los padres se sienten cómodos con la idea de una web app interactiva que utilice juegos, preguntas y datos curiosos para abordar la educación sexual. Sin embargo, algunos expresan la necesidad de que el contenido sea científicamente preciso y apropiado para la edad.

Los padres entrevistados tienen hijos de edades variadas entre los 5 y 15 años, lo que sugiere que la web app debería ser diseñada para abordar diferentes niveles de madurez y comprensión. Existen preocupaciones comunes en torno a los temas de educación sexual, como cambios físicos y emocionales, enfermedades de transmisión sexual, embarazos no deseados y relaciones de pareja.

Competencia:

Se han identificado 4 aplicaciones de educación sexual que son para niños entre 6 a más de 14 años. (yo me quiero, yo me cuido; Cómo soy; Una nueva vida; Hablemos de sexualidad), hay algunas gratuitas y otra de pago, las cuales son orientadas unas a niños y otras a todas las edades.

Aunque los competidores tienen ventajas al estar ya posicionados, en el mercado local no son muy conocidos y no tienen una calificación alta, los tipos de aplicaciones son variados ya que van a direcciones de enseñanzas diferentes, unas orientadas a buscar tener relaciones sexuales seguras, otras a conocer el cuerpo, otras a información sobre sexualidad, otras a conocer derechos sexuales.

i) Estudio de Competencias.

En la presente tabla se desarrolla una comparación sobre las distintas aplicaciones web que hay en el mercado.

Tabla 8
Estudio de Competencias

Nombre	Contenido	Público objetivo	Precios	Temas
DI RE CT O hablemos de sexualidad	Sexualidad.	Para todos	Gratis	Aprender, experimentar, descubrir, aclarar, consultar, navegar, educar, contactar, formarte y mucho más, en todos los temas de sexualidad, con expertos e instituciones que respaldan el estudio serio y científico
yo me quiero, yo me cuido	Web App con 13 juegos interactivos y un libro descargable en PDF	Niños de 5 a 8 años	\$6.41	La importancia del autocuidado y prevención de abuso sexual
IN DI RE CT O Cómo soy	Web App con 20 juegos interactivos y un libro descargable	Niños de 6 a 8 años	\$6.41	Diferencias anatómicas entre niñas y niños; nombre correcto de los genitales y aspectos generales del embarazo y parto.
Una nueva vida	Web App con 23 juegos interactivos y un libro descargable	Mayores de 9 años	\$6.41	La reproducción y el embarazo

Fuente: Autoría propia.

Análisis de Demanda:

El análisis de la demanda desempeña un papel fundamental en la investigación de nuestra web app de educación sexual para niños y adolescentes, ya que proporciona información crucial para personalizar el contenido, abordar las necesidades del público objetivo, y garantizar la

aceptación y efectividad del proyecto en el entorno educativo y social. A continuación, se mencionan algunos hallazgos importantes:

- ✓ La encuesta para la web app de educación sexual muestra que un 76% de los encuestados están interesados o muy interesados en utilizar una web app interactiva para obtener orientación sobre educación sexual. Este alto grado de interés destaca la receptividad hacia una herramienta educativa en formato de web app, lo que sugiere que la propuesta podría ser bien recibida y efectiva.
- ✓ El 74% de niños y adolescentes encuestados consideran útil tener un buzón secreto anónimo para hacer preguntas sobre sexualidad y recibir orientación profesional de manera confidencial.
- ✓ El 80% de los padres considera que una web app interactiva podría ser una herramienta valiosa para complementar la educación sexual tanto en el hogar como en la escuela, siempre y cuando se enfoque en proporcionar información precisa, confiable y apropiada para la edad.

Valor Percibido:

El valor percibido en nuestra web app de educación sexual para niños y adolescentes es esencial. La percepción positiva de los usuarios sobre la utilidad, seguridad y relevancia de la web app influirá directamente en su aceptación y uso. Al enfocarnos en ofrecer información precisa y comprensible, así como un entorno seguro, creamos un valor percibido que fomenta la confianza de los padres y educadores. Esta confianza es esencial para el éxito y la efectividad a largo plazo de nuestra iniciativa.

- ✓ En la encuesta se pudo percibir que los niños y adolescentes buscan respuestas a preguntas sobre cambios físicos y emocionales, diferencias entre géneros, embarazos, enfermedades de transmisión sexual, masturbación, métodos anticonceptivos, relaciones sexuales y salud reproductiva, por lo que en nuestra web app nos enfocamos en tocar cada uno de esos puntos.
- ✓ Así también se determinó en la investigación que los padres valoran la confiabilidad, el contenido basado en la edad y la seguridad de la web app.

Canales de Distribución:

La elección de nuestro canal de distribución para la web app proporciona una ventaja estratégica significativa. Optar por canales específicos, como plataformas educativas, redes sociales y colaboraciones con instituciones educativas, nos permite llegar de manera efectiva a nuestro público objetivo: niños y adolescentes. Este enfoque no solo garantiza la visibilidad adecuada, sino que también establece asociaciones sólidas, creando un entorno propicio para la aceptación y adopción exitosa de nuestra web app de educación sexual. En la encuesta realizada se determinó que:

- ✓ Hay preferencias mixtas en la enseñanza de educación sexual, ya que un 13% opta por libros, indicando la importancia del aprendizaje autodidacta. Un 24% favorece las guías en clases, resaltando la relevancia de la interacción en aula y notablemente, un 63% prefiere una web app, reflejando la creciente influencia de la tecnología en la educación. Hoy en día la mayoría de los adolescentes descargan aplicaciones desde tiendas de aplicaciones lo cual favorece a nuestro modelo de negocio.

Modelo de Ingresos:

Un enfoque estratégico en la monetización garantiza la generación de ingresos necesaria para mantener y mejorar continuamente la calidad de nuestra web app de educación sexual para niños y adolescentes por lo que se hizo un sondeo para determinar cuánto estaban dispuestos a pagar por nuestra web app.

- ✓ El 69% de los adolescentes encuestados estaría dispuesto a pagar entre \$1.50 y \$2.50 por acceso premium mensual a la web app. Estos datos sugieren que la mayoría valora la propuesta de la web app dentro de un rango de precios asequibles, lo que puede ser crucial para su adopción y éxito.
- ✓ Por otro lado, el 70% de los padres estaría dispuesto a pagar por la web app, preferiblemente mediante un modelo de suscripción mensual a un precio de \$5. Lo que nos permite hacer una valoración en cuanto al precio final de nuestra web app.

Retroalimentación de los Usuarios:

La retroalimentación de los usuarios es vital para el desarrollo y éxito de nuestra web app. Escuchar sus opiniones nos permite realizar ajustes precisos, adaptar la web app a sus necesidades cambiantes y fortalecer la satisfacción del usuario. Este enfoque centrado en el usuario no solo mejora continuamente la calidad de la web app, sino que también fortalece la conexión y lealtad de la audiencia.

- ✓ En la entrevista se mostró una preocupación por los padres en cuanto a proporcionar información precisa, confiable y apropiada para la edad en nuestra web app, lo que nos llevó a mejorar cada uno de esos puntos.

Barreras y Desafíos

Determinar las barreras y desafíos para nuestra web app es esencial. Identificar obstáculos potenciales, ya sean técnicos, educativos o culturales, nos permite anticipar y abordar problemas de manera proactiva. En nuestra investigación se determinó que:

- ✓ Algunos padres expresan preocupaciones sobre la privacidad y la seguridad de la información de sus hijos en línea.
- ✓ Existe cierta resistencia cultural en relación con la educación sexual en algunos segmentos de la población.

Potencial de Crecimiento

El potencial de crecimiento de nuestra web app es significativo, impulsado por la creciente demanda de educación sexual para niños y adolescentes. Con la oportunidad de llegar a audiencias a nivel nacional a través de plataformas digitales, colaboraciones estratégicas y adaptabilidad continua, nuestra web app tiene el potencial de expandirse y convertirse en una herramienta influyente para la promoción de la salud sexual. Por lo que:

- ✓ Existe la oportunidad de colaborar con escuelas y organizaciones educativas para promover el uso de la web app.
- ✓ La web app podría expandirse a otros países después de una implementación exitosa en El Salvador.

Campaña anual de lanzamiento para KIRI

Promoción de la Educación Sexual en Escuelas Locales con un stand informativo.

Título de la campaña: "¡Descubre tu cuerpo y entiende tu mundo con KIRI!"

Objetivos de la Campaña:

El objetivo principal de la campaña es promover la educación sexual de manera inclusiva y basada en hechos entre los estudiantes de escuelas locales. La campaña se enfoca en:

- Proporcionar información precisa y confiable sobre educación sexual.
- Fomentar un ambiente de apoyo y respeto para las preguntas y discusiones.
- Ofrecer recursos tanto para estudiantes como para padres y maestros.

Estrategias de la Campaña:

La campaña utiliza una estrategia multicanal para llegar a su público objetivo, que incluye:

Stand Informativo en Escuelas Locales: El centro de la campaña es un stand interactivo presente en escuelas locales. Este stand proporciona información en vivo, demostraciones de la web app y materiales educativos impresos.

Redes Sociales: KIRI utiliza plataformas de redes sociales para compartir contenido educativo y mantener una presencia en línea.

Colaboraciones con profesionales en el tema: La web app trabaja en estrecha colaboración con profesionales de la educación sexual para garantizar la precisión y la pertinencia del contenido.

Imágenes de publicidad KIRI:

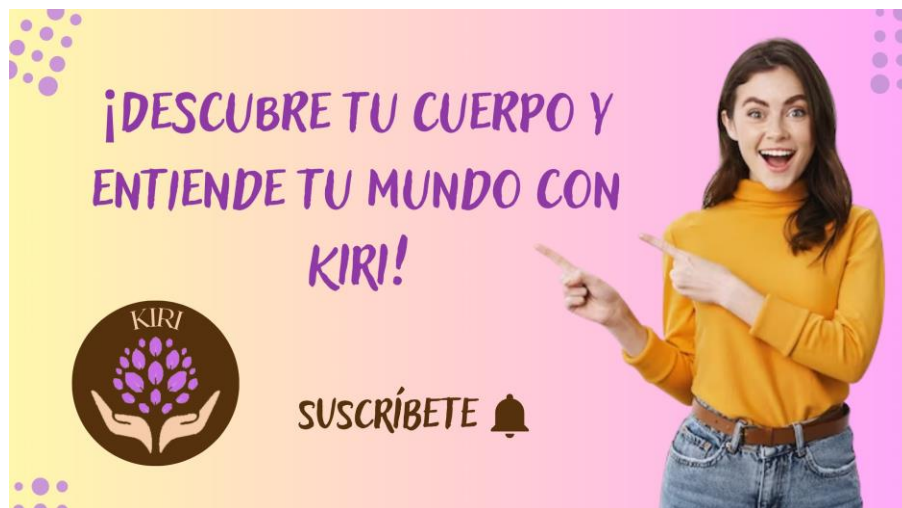


Figura 11. Publicidad de Kiri

Fuente: Autoría propia



Figura 12. Publicidad Kiri

Fuente: Autoría propia

EDUQUEMOS A NUESTROS HIJOS CON KIRI

BENEFICIOS

- ✓ Contenido apropiado para cada edad.
- ✓ Información respaldada por expertos.
- ✓ Juegos interactivos para un aprendizaje divertido.

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Confiabilidad
- ✓ Seguridad y privacidad

CONTACTANOS! (503) 71096349 kiriapp.wixsite.com

Figura 13. Publicidad Kiri

Fuente: Autoría propia

INVOLÚCRATE EN LA EDUCACIÓN DE TUS HIJOS!

¡Compra KIRI hoy mismo y dale a tus hijos el conocimiento que necesitan para tomar decisiones informadas sobre su cuerpo y relaciones!

A SOLO \$ 1.99

CONTACTANOS! (503) 71096349 www.kiri.com.sv

Figura 14. Publicidad Kiri

Fuente: Autoría propia

b. Marketing mix digital.

El marketing mix digital es crucial en la era actual, ya que permite a las empresas maximizar su presencia y relevancia en línea. La importancia radica en adaptar estrategias a las dinámicas del entorno digital, alcanzando audiencias específicas, optimizando la experiencia del usuario y generando resultados medibles. La combinación efectiva de elementos como SEO, redes sociales y publicidad digital no solo impulsa la visibilidad, sino que también facilita la conexión con consumidores digitales, generando conversiones y fidelización.

Tabla 9
Marketing Digital

MARKETING MIX DIGITAL	
PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de educación sexual integral y precisa con módulos interactivos y un buzón secreto en la versión premium para preguntas sensibles con contenido adaptado a cada edad.
PRECIO	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo freemium: contenido básico gratuito y suscripciones premium mensuales o anuales. • Descuentos especiales para instituciones educativas y familias
PROMOCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad en redes sociales, Google Ads, colaboración con influencers, webinars y eventos.
PLAZA	<ul style="list-style-type: none"> • Disponible en App Store y Google Play. Colaboraciones con escuelas.
PROCESO	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de usuario intuitiva, soporte en línea, proceso de compra y suscripción sencilla.
PERSONAS	<ul style="list-style-type: none"> • Padres, educadores, profesionales en el tema, niños y adolescentes de 7 a 18 años. Segmentado por edad y necesidades específicas.
EVIDENCIA FÍSICA	<ul style="list-style-type: none"> • Testimonios, estadísticas de mejora y actualización de información respaldada por pruebas sólidas.

Fuente: Autoría propia.

El marketing mix digital establece una estrategia sólida para nuestro modelo de negocio. En cuanto al producto, la web app aborda necesidades específicas con contenido interactivo y adaptado. El precio premium equilibra el acceso gratuito con funciones premium. La estrategia de promoción abarca redes sociales, colaboraciones y educación en línea.

La plaza se centra en tiendas de aplicaciones y asociaciones educativas. El proceso es intuitivo y está soportado en línea. El público objetivo, personas, está segmentado por edad. Finalmente, la evidencia física refuerza la confiabilidad del contenido mediante testimonios y estadísticas. El cuadro presenta un enfoque coherente para el crecimiento exitoso de nuestra web app de educación sexual. A continuación, se desglosan cada una de las P del marketing mix con sus respectivos objetivos, estrategias y tácticas.

Tabla 10
Estrategias del Marketing mix digital

Marketing mix digital	Objetivo	Estrategia	Táctica
Producto	Desarrollar una web app de educación sexual integral reconocida en el mercado, adaptada a las diferentes edades.	Colaborar con expertos en educación sexual y psicología infantil para garantizar la precisión y adecuación del contenido.	Contratar un equipo de expertos en educación sexual, desarrollar módulos interactivos atractivos, implementar un buzón secreto seguro en la versión premium.
	Mejorar la retención de usuarios a largo plazo.	Desarrollar contenido nuevo y actualizaciones periódicas para mantener a los usuarios comprometidos.	Lanzar actualizaciones de contenido regularmente, ofrecer recompensas a los usuarios fieles, permitir la personalización de perfiles.

Precio	Maximizar los ingresos a través de una estrategia de precios que atraiga a usuarios gratuitos y suscriptores premium.	Ofrecer un modelo premium con contenido básico gratuito y suscripciones premium atractivas.	Establecer precios competitivos para las suscripciones premium, ofrecer descuentos para suscripciones anuales, brindar precios especiales para instituciones educativas y familias.
	Aumentar la conversión de usuarios gratuitos a suscriptores premium.	Ofrecer pruebas gratuitas de suscripciones premium para mostrar el valor adicional.	Ofrecer una prueba gratuita de 7 días para las suscripciones premium, destacando las ventajas exclusivas de los suscriptores premium.
Promoción	Aumentar la conciencia y la adquisición de usuarios a través de una estrategia de marketing efectiva.	Utilizar una combinación de publicidad en línea utilizando Email Marketing y redes sociales para llegar a diferentes audiencias.	Publicar anuncios en redes sociales y Google ADS, ofrecer descuentos exclusivos y beneficios de los productos en la web app por correos electrónicos personalizados, con un llamado a la acción claro y un enlace directo a la tienda en línea.
	Establecer alianzas con instituciones educativas para incorporar la web app en el plan de estudios.	Colaborar con escuelas privadas y colegios para incorporar la web app como recurso educativo en clases de educación sexual.	Establecer presencia en eventos educativos como escuelas de padres para promover la web app y establecer conexiones con educadores y padres.
Plaza	Expandir el alcance de la web app a nivel nacional, según los recursos disponibles	Crear contenido que los usuarios puedan compartir en las redes sociales para aumentar la visibilidad.	Utilizar plataformas de redes sociales para promocionar la web app y fomentar la participación de la comunidad.
Proceso	Ofrecer una experiencia de usuario excepcional y simplificar el proceso de compra y suscripción.	Diseñar una interfaz intuitiva y un proceso de compra sencillo.	Realizar pruebas de usuario para mejorar la usabilidad, proporcionar soporte en línea eficiente, optimizar el flujo de compra y suscripción.

	Minimizar la tasa de abandono durante el proceso de suscripción.	Simplificar el proceso de registro y pago	Permitir el registro a través de redes sociales, ofrecer múltiples opciones de pago, eliminar pasos innecesarios durante el proceso de suscripción.
Personas	Identificar y atender las necesidades de los diferentes grupos de usuarios, incluyendo padres, educadores, profesionales y niños/adolescentes.	Segmentar la web app y el contenido según la edad y las necesidades específicas de cada grupo.	Ofrecer contenido diferenciado para diferentes grupos de edad, brindar recursos específicos para niños y adolescentes, colaborar con profesionales en el tema.
Evidencia física	Demostrar la eficacia y la confiabilidad de la web app.	Recopilar y mostrar evidencia física, como testimonios, estadísticas de mejora y datos respaldados por investigaciones.	Solicitar y mostrar testimonios de usuarios satisfechos, realizar estudios de mejora de conocimientos antes y después de usar la web app.

Fuente: Autoría propia.

Tabla 11

Detallado plan de medios

Medio	Enero - Marzo	Abril - Junio	Julio - septiembre	Octubre- Diciembre	Total
Charla Informativa en instituciones educativas	\$0				\$0
Publicar anuncios en redes sociales y Google ADS	\$4650	\$4650	\$4650	\$4650	\$18,600
Publicar contenido informativo en redes sociales.	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total					\$18,600

Fuente: Autoría propia.

I) Imagen Corporativa

En este apartado se muestra el conjunto de elementos que representan a Kiri ante el público y con la cual generan una primera impresión, esta será la percepción que transmite de acuerdo con los elementos visuales presentados.



Figura 15. Muestra el Logo de Kiri

Fuente: Autoría propia.

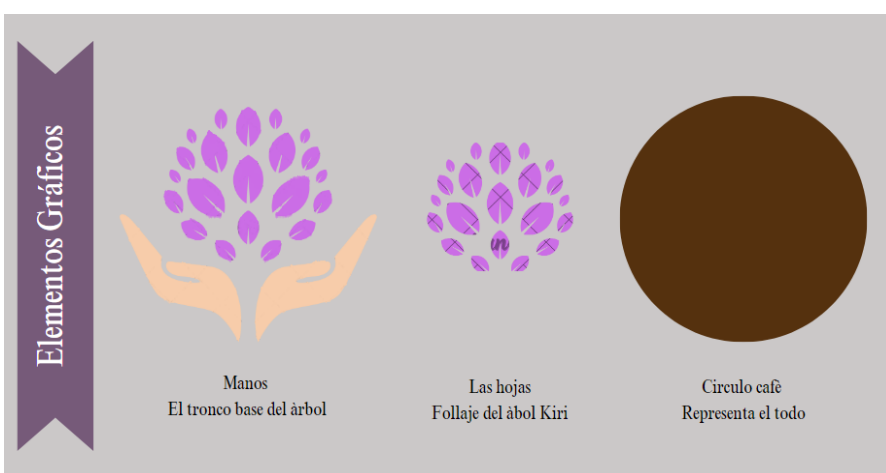


Figura 16. Elementos gráficos

Fuente: Autoría propia.



Figura 17. Versiones correctas del logo

Fuente: Autoría propia.

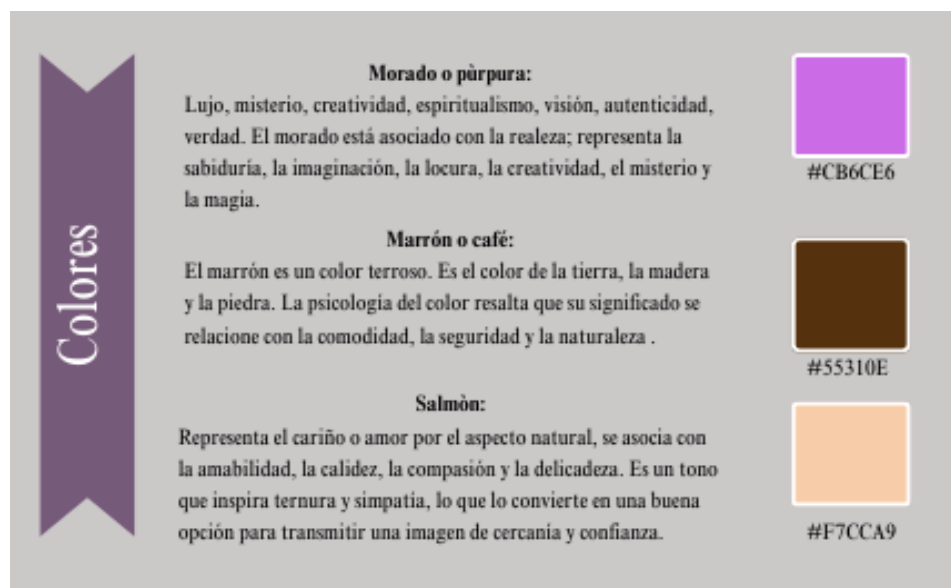


Figura 18. Colores corporativos

Fuente: Autoría propia.



Figura 19. *Tipografía*

Fuente: Autoría propia.

c. Marketing social.

El marketing social podría definirse, en palabras sencillas, como el uso de técnicas de mercadeo para difundir ideas que beneficien a la sociedad. Su objetivo es que las personas adopten ideas o comportamientos positivos y/o eviten actitudes que se consideran perjudiciales. Se encarga tanto de mejorar la presencia de la marca, como de la rentabilidad presentando maneras e ideas positivas de ayudar a la sociedad en alguna problemática social.

El uso de este tipo de estrategias sería de gran beneficio para nuestro modelo de negocio pues se abordan temáticas de interés social, y con nuestro modelo de negocio pretendemos educar y hacer conciencia en los niños y jóvenes con el único fin de que tengan una vida plena en todos los sentidos desde la toma de decisiones acertadas en su sexualidad.

Pretendemos hacer uso del marketing social a través de diversas campañas en colaboración con instituciones y Ong`s nacionales e internacionales (ORMUSA, CONASIDA, COCOSI, nacionales; AECID, ONUSIDA, internacionales) y, con el propósito de darnos a conocer y las personas puedan acceder a la web app y lo que se ofrece.

El objetivo de hacer alianzas estratégicas con las organizaciones antes descritas será ofrecer y ser parte de los planes de formación de lo que ellos ya ofrecen a la niñez y adolescencia, exclusivamente en educación sexual, se ofrecerá en sitio web, lo que antes era en papelógrafo, filminas de power point, ahora será en forma digital, en la cual los participantes podrán ingresar de forma personal o a través de exposiciones por estos organismos. Esta será una forma de fondear a KIRI y con ello será una estrategia para llegar a más lugares de El Salvador.

Vale aclarar, que la intención es hacer énfasis con el marketing social, reducir los embarazos en adolescentes y las enfermedades de transmisión sexual, pues son temáticas que en los datos de nuestra investigación mostraron mayores tasas de incidencia en el país.

II) Buyer persona

Es la construcción ficticia del cliente idealizado, que ayuda a entender al cliente potencial, de esta forma se acerca a las necesidades y preocupaciones más certeras y con ello trabajar en los servicios y productos puede ofrecer soluciones a esas necesidades.



Figura 20. Muestra una representación ficticia de nuestro público objetivo masculino

Fuente: Autoría propia.



Figura 21. Muestra una representación ficticia de nuestro público objetivo femenino

Fuente: Autoría propia



Figura 22. Muestra una representación ficticia de nuestro público objetivo, los adolescentes.

Fuente: Autoría propia.

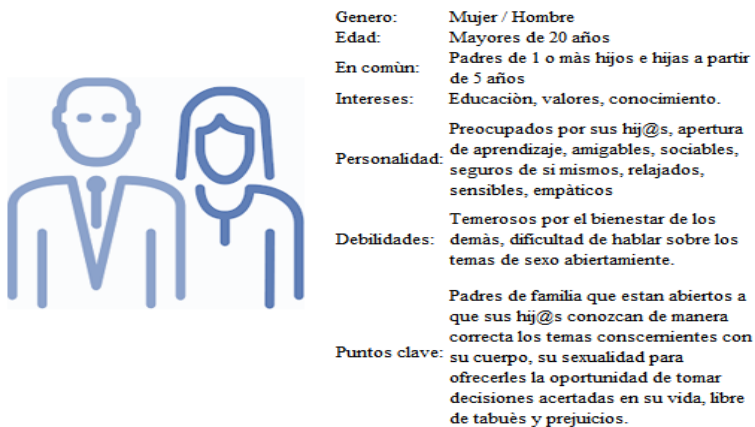


Figura 23. Muestra una representación ficticia de nuestro público objetivo principal los padres de familia

Fuente: Autoría propia.

3.7 Plan de ventas.

El plan de ventas es esencial para el éxito empresarial al proporcionar una guía estratégica para alcanzar metas comerciales. Además, facilita la alineación de esfuerzos internos, mejora la toma de decisiones y promueve la adaptabilidad ante cambios en el mercado, siendo una herramienta fundamental para la gestión eficiente de ventas.

a. Administración de ventas:

Esta área será dirigida por el gerente general con apoyo del gerente administrativo para la debida organización de los planes de visitas a clientes, métricas, proyecciones y toda la gestión de ventas, plan de compensación para el vendedor, los planes para adquirir nuevos clientes, etc.

Número de vendedores: Inicialmente será una persona la encargada de las ventas institucionales (centros educativos).

Comisiones y viáticos para el personal de ventas: Estas se establecerán por medio de un plan de compensación interno negociado con el vendedor, y se establecerá de acuerdo con objetivos y logros.

b. Ciclo de ventas

¿Cómo identificará a clientes potenciales?

Para los clientes finales se realizará a través de la segmentación establecida en el anteproyecto y se llegará a ellos por medio de redes sociales, email marketing y estrategias digitales; en cuanto a los clientes institucionales se procederá a través de visitas a los centros educativos para solicitar el ingreso a las instituciones y realizar promoción de manera presencial ante los padres de familia.

Contacto con potenciales clientes y momento de contactarlos: El contacto se realizará por medio del encargado(a) del área de ventas. El momento de contactarlos se llevará a cabo cada semana o cuando se identifiquen prospectos de clientes. ¿A quién se le reportará la información sobre potenciales y actuales clientes? Departamento de gerencia administrativa y gerencia general.
¿Cuáles son sus metas en ventas? Por un Método incremental.

c. Proyección de ventas

La proyección de las ventas es de suma importancia, ya que nos permite planificar estrategias de crecimiento, además ayuda a identificar oportunidades y desafíos futuros, optimizando las decisiones del marketing y ventas.

Tabla 12
Proyección de Ventas

PROYECCIONES DE VENTA - UNIDADES - Página A

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Precio Unitario	Año 1												
				Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
1	Suscripciones premium web app	Persona	\$ 1.99	800	1120	1248	1299.2	1319.68	1327.87	1331.15	1332.46	1332.98	1333.19	1333.28	1331.31	15,109
2	Suscripciones web app plan empresarial	Persona	\$ 1.50	0	0	600	600	600	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	10,200

Fuente: Autoría propia

Tabla 13
Proyección de Venta año 2 al 5

PROYECCIONES DE VENTA - UNIDADES - Página B

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Año 2					Año 3					Año 4	Año 5
			Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	TOTAL	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	TOTAL		
1	Suscripciones premium web app	Persona	3485	4342	4396	4398	16620	3834	4776	4836	4838	18283	20111	22122
2	Suscripciones web app plan empresarial	Persona	660	2640	3960	3960	11220	726	2904	4356	4356	12342	13576	14934

Fuente: Autoría propia

3.8. Plan financiero.

En esta fase, el plan financiero tiene como finalidad organizar los ingresos y egresos que se pretende obtener del modelo de negocio Kiri, con ello se proyecta los flujos de ventas, gastos, costos, inversiones, además de proyectar un análisis de rentabilidad y punto de equilibrio con el cual se proyecta cumplir con los fines del modelo de negocio.

a. Plan de inversión

Tabla 14

Presupuesto de Equipo

PROYECCIONES FINANCIERAS - SUPUESTOS DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN - Página E

Concepto	FINANCIAMIENTO		
	Monto	Fondos Propios	Préstamos Financieros
Equipo:	\$ 4,800.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00
Computadoras			\$ -
Computadora para area de ventas, licencia de	\$800.00	\$800.00	\$ -
Computadora para area de atención integra,	\$800.00	\$800.00	\$ -
Computadora para TICS, licencia de sistema	\$800.00	\$800.00	\$ -
Servidor, licencia de sistema operativo, licencia de	\$2,000.00		\$ 2,000.00
impresora	\$250.00		\$ 250.00
Telefono Celular (2)	\$150.00		\$ 150.00
Capital de Trabajo:	\$ 3,000.00	\$ -	\$ 3,000.00
Efectivo	\$ 3,000.00		\$ 3,000.00
			\$ -
			\$ -
Totales:	\$ 7,800.00	\$ 2,400.00	\$ 5,400.00

Fuente: Autoría propia

Tabla 15
Tabla de amortización

Tabla de Amortización de Préstamo				
Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo
0				\$ 5,400.00
1	120.12	54.00	66.12	\$ 5,333.88
2	120.12	53.34	66.78	\$ 5,267.10
3	120.12	52.67	67.45	\$ 5,199.65
4	120.12	52.00	68.12	\$ 5,131.53
5	120.12	51.32	68.80	\$ 5,062.72
6	120.12	50.63	69.49	\$ 4,993.23
7	120.12	49.93	70.19	\$ 4,923.04
8	120.12	49.23	70.89	\$ 4,852.15
9	120.12	48.52	71.60	\$ 4,780.55
10	120.12	47.81	72.31	\$ 4,708.24
11	120.12	47.08	73.04	\$ 4,635.20
12	120.12	46.35	73.77	\$ 4,561.43
13	120.12	45.61	74.51	\$ 4,486.93
14	120.12	44.87	75.25	\$ 4,411.68
15	120.12	44.12	76.00	\$ 4,335.67
16	120.12	43.36	76.76	\$ 4,258.91
17	120.12	42.59	77.53	\$ 4,181.38
18	120.12	41.81	78.31	\$ 4,103.07
19	120.12	41.03	79.09	\$ 4,023.98
20	120.12	40.24	79.88	\$ 3,944.10
21	120.12	39.44	80.68	\$ 3,863.42
22	120.12	38.63	81.49	\$ 3,781.94
23	120.12	37.82	82.30	\$ 3,699.64
24	120.12	37.00	83.12	\$ 3,616.51
25	120.12	36.17	83.95	\$ 3,532.56
26	120.12	35.33	84.79	\$ 3,447.76
27	120.12	34.48	85.64	\$ 3,362.12
28	120.12	33.62	86.50	\$ 3,275.62
29	120.12	32.76	87.36	\$ 3,188.26
30	120.12	31.88	88.24	\$ 3,100.02
31	120.12	31.00	89.12	\$ 3,010.90
32	120.12	30.11	90.01	\$ 2,920.89
33	120.12	29.21	90.91	\$ 2,829.98
34	120.12	28.30	91.82	\$ 2,738.16
35	120.12	27.38	92.74	\$ 2,645.42
36	120.12	26.45	93.67	\$ 2,551.76
37	120.12	25.52	94.60	\$ 2,457.15
38	120.12	24.57	95.55	\$ 2,361.61
39	120.12	23.62	96.50	\$ 2,265.10
40	120.12	22.65	97.47	\$ 2,167.63
41	120.12	21.68	98.44	\$ 2,069.19
42	120.12	20.69	99.43	\$ 1,969.76
43	120.12	19.70	100.42	\$ 1,869.34
44	120.12	18.69	101.43	\$ 1,767.91
45	120.12	17.68	102.44	\$ 1,665.47
46	120.12	16.65	103.47	\$ 1,562.01
47	120.12	15.62	104.50	\$ 1,457.51
48	120.12	14.58	105.54	\$ 1,352.96
49	120.12	13.52	106.60	\$ 1,247.36
50	120.12	12.45	107.67	\$ 1,140.69
51	120.12	11.38	108.74	\$ 1,032.95
52	120.12	10.29	109.83	\$ 924.12
53	120.12	9.19	110.93	\$ 814.19
54	120.12	8.08	112.04	\$ 703.15
55	120.12	6.96	113.16	\$ 591.99
56	120.12	5.83	114.29	\$ 480.70
57	120.12	4.69	115.43	\$ 369.21
58	120.12	3.53	116.59	\$ 257.68
59	120.12	2.37	117.75	\$ 146.93
60	120.12	1.19	118.93	\$ 0.00

Tabla 16
Calculo cuota de préstamo

Monto:	\$ 5,400.00
Interés Anual:	12.00%
Plazo en Meses:	60
Cuota:	(\$120.12)
Seguros:	1.00%
Cuota Total:	\$ 121.32

Fuente: Autoría propia

b. Estructura de costos

En el siguiente apartado la estructura de costos está dado para la organización de gastos de la entidad propuesta, la referida estructura está detallada por salarios, servicios, alquileres, entre otros, que tiene como fin incluir todos los costos que la entidad necesita para que funcione.

Tabla 17

Supuestos de ventas y costos

PROYECCIONES FINANCIERAS - SUPUESTOS DE VENTAS Y COSTOS - Página C

VENTAS Línea de Productos	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Unidades	Precio Unitario	Total	Unidades	Precio Unit.	Total	Unidades	Precio Unit.	Total	Unidades	Precio Unit.	Total	Unidades	Precio Unit.	Total
Suscripciones premium web app	15,109	\$ 1.99	\$ 30,067.15	16620	\$ 2.01	\$ 33,404.34	18283	\$ 2.03	\$ 37,114.67	20111	\$ 2.05	\$ 41,234.18	22122	\$ 2.07	\$ 45,810.49
Suscripciones web app plan empresarial	10,200	\$ 1.50	\$ 15,300.00	11220	\$ 1.52	\$ 16,998.30	12342	\$ 1.53	\$ 18,885.11	13576	\$ 1.55	\$ 20,981.36	14934	\$ 1.56	\$ 23,309.95
Total	25,309	\$ 3.49	\$ 45,367.15	27840		\$ 50,402.64	30625		\$ 55,999.79	33688		\$ 62,215.54	37056		\$ 69,120.43

Fuente: Autoría propia

Tabla 18

Costo Bruto

Detalle COSTO BRUTO	Suscripciones premium web app		Suscripciones web app plan empresarial	
	Costo	%	Costo	%
Hosting, dominio, SSL seguridad	\$ 0.01	24%	\$ 0.01	91%
VPN	\$ 0.001	2%	\$ 0.001	9%
Pasarela de pago	\$ 0.03	73%	\$ -	0%
		0%		0%
Total	\$ 0.04	100%	\$ 0.01	100%

Fuente: Autoría propia

Tabla 19
Costo de Personal

COSTO PERSONAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	4	5	5	5	5
Salarios	\$ 16,380.00	\$ 22,522.50	\$ 24,774.75	\$ 27,252.23	\$ 29,977.45
Total Costo Personal	\$ 16,380.00	\$ 22,522.50	\$ 24,774.75	\$ 27,252.23	\$ 29,977.45

Fuente: Autoría propia

Tabla 20
Otros Costos

Otros Costos y Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Costos Fijos
Alquileres de Locales	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	\$ 75.00 al mes
Comunicaciones	1.10%	1.10%	1.10%	1.10%	1.10%	\$ 40.00 al mes
Promoción y Publicidad	41.00%	41.00%	41.00%	41.00%	41.00%	\$ 1,550.00 al mes
Pasajes y Viáticos	1.30%	1.30%	1.30%	1.30%	1.30%	\$ 50.00 al mes
Transportes	2.60%	2.60%	2.60%	2.60%	2.60%	\$ 100.00 al mes

Costos y Gastos totalizados en el año, se toman como % de ventas para efectos de cálculo - sólo para el primer año

Ventas \$ / Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas \$	\$ 45,367.15	\$ 54,893.96	\$ 66,424.61	\$ 80,373.48	\$ 97,250.47

Autoría propia

Fuente:

c. Flujo de efectivo

Tabla 21

Flujo de efectivo

Flujo de Caja Proyectado del Inversionista													
	Año 1												Total Año 1
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Ganancia Neta	\$ (1,666.89)	\$ (1,067.38)	\$ 31.12	\$ 127.61	\$ 166.61	\$ 1,040.94	\$ 1,047.77	\$ 1,050.93	\$ 1,052.61	\$ 1,053.72	\$ 1,054.61	\$ 1,051.65	\$ 3,707.47
Más:													
Depreciación	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	960.00
Menos:													
Amortización de Préstamo	66.12	66.78	67.45	68.12	68.80	69.49	70.19	70.89	71.60	72.31	73.04	73.77	838.57
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ (1,653.01)	\$ (1,054.16)	\$ 43.67	\$ 139.49	\$ 177.81	\$ 1,051.44	\$ 1,057.58	\$ 1,060.04	\$ 1,061.01	\$ 1,061.40	\$ 1,061.57	\$ 1,057.89	\$ 3,828.91

Fuente: Autoría propia

Tabla 22

Flujo de efectivo año 2 al 5

Flujo de Caja Proyectado del Inversionista													
	Año 2					Año 3					Año 4	Año 5	
	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total			
Ganancia Neta	\$ 909.66	\$ 916.50	\$ 923.55	\$ 930.81	\$ 2,760.39	\$ 1,827.72	\$ 1,835.43	\$ 1,843.37	\$ 1,851.55	\$ 5,518.55	\$ 9,033.06	\$ 18,999.92	
Más:													
Depreciación	240.00	240.00	240.00	240.00	960.00	240.00	240.00	240.00	240.00	960.00	960.00	960.00	
Menos:													
Amortización de Préstamo	225.76	232.60	239.65	246.91	944.92	254.39	262.10	270.04	278.22	1,064.76	1,199.80	1,351.96	
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ 923.90	\$ 923.90	\$ 923.90	\$ 923.90	\$ 2,775.47	\$ 1,813.33	\$ 1,813.33	\$ 1,813.33	\$ 1,813.33	\$ 5,413.79	\$ 8,793.26	\$ 18,607.96	

Fuente: Autoría propia

d. Análisis de rentabilidad y punto de equilibrio

El análisis de rentabilidad es la evaluación de las ganancias generadas por el modelo de negocio con relación a los invertidos, por otro lado, el punto de equilibrio muestra en qué momento los ingresos del negocio cubren los gastos fijos y variables, por lo que es importante evaluar la rentabilidad ya que de esta manera será posible conocer cuanto necesita vender para generar lucro.

Tabla 23
Análisis de Rentabilidad

PROYECCIONES FINANCIERAS - CALCULO DE RENTABILIDAD PROYECTADA - Página G

Flujo de Fondos Poyectado del Inversionista						
Rubros del Flujo de Caja/Período	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por Ventas		45,367.16	54,893.96	66,424.61	80,373.48	97,250.47
Costo de Bienes Vendidos		731.67	885.32	1,071.30	1,296.26	1,568.45
Ganancia Bruta		\$ 44,635.49	\$ 54,008.64	\$ 65,353.31	\$ 79,077.22	\$ 95,682.01
Salarios		16,380.00	22,522.50	24,774.75	27,252.23	29,977.45
Alquileres de Locales		900.00	1,097.88	1,328.49	1,607.47	1,945.01
Comunicaciones		480.00	603.83	730.67	884.11	1,069.76
Promoción y Publicidad		18,600.00	22,506.52	27,234.09	32,953.13	32,953.13
Pasajes y Viáticos		589.77	713.62	863.52	1,044.86	1,264.26
Transportes		1,179.55	1,427.24	1,727.04	2,089.71	2,089.71
Depreciación		960.00	960.00	960.00	960.00	960.00
Otros		-	-	-	-	-
Total Gastos Generales y de Admón.		\$ 39,089.32	\$ 49,831.60	\$ 57,618.56	\$ 66,791.50	\$ 70,259.31
Intereses Pagados		602.87	496.52	376.68	241.64	89.48
Ganancia Gravable(GAI)		\$ 4,943.30	\$ 3,680.52	\$ 7,358.07	\$ 12,044.08	\$ 25,333.23
Impuesto sobre Renta(25%)		1,235.82	920.13	1,839.52	3,011.02	6,333.31
Ganancia Neta		\$ 3,707.47	\$ 2,760.39	\$ 5,518.55	\$ 9,033.06	\$ 18,999.92
Más:						
Depreciación		960.00	960.00	960.00	960.00	960.00
Menos:						
Amortización de Préstamo		838.57	944.92	1,064.76	1,199.80	1,351.96
Inversión Inicial	\$ 7,800.00					
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ (7,800.00)	\$ 3,828.91	\$ 2,775.47	\$ 5,413.79	\$ 8,793.26	\$ 18,607.96

Periodo de Reintegro de Inversión(PRI)	3 Años Aprox.
Valor Actual Neto(VAN)	\$ 31,542.58
Tasa Interna de Retorno(TIR_{reg})	60.82%
Retorno Sobre Inversión(RSI o TRC)	102.61%
Índice de Rentabilidad(IR o RBC)	5.04

Fuente: Autoría propia

Tabla 24*Indicadores de Rentabilidad*

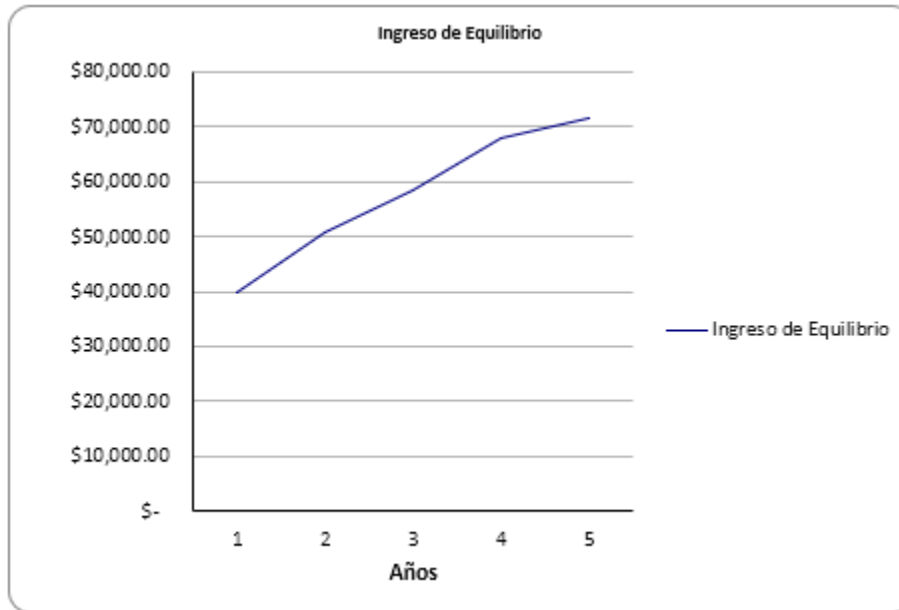
INDICADORES DE RENTABILIDAD	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Margen de Ganancia Bruta	98.39%	98.39%	98.39%	98.39%	98.39%
Margen de Ganancia Operacional	10.90%	6.70%	11.08%	14.99%	26.05%
Margen de Ganancia Neta	8.17%	5.03%	8.31%	11.24%	19.54%

Fuente: Autoría propia

Tabla 25*Punto de Equilibrio*

Año	Ingreso de Equilibrio
1	\$ 39,730.08
2	\$ 50,648.45
3	\$ 58,563.07
4	\$ 67,886.37
5	\$ 71,411.02

Fuente: autoría propia

Tabla 26*Punto de Equilibrio*

Fuente: Autoría propia

e. Estado de resultados proyectado.

Esta parte se muestra las proyecciones de ingresos y gastos esperados en 5 años, permitiendo con ello la evaluación de la rentabilidad del negocio, por lo que se describe de por áreas claves, ventas, costos de ventas, gasto.

Tabla 27

Estado de Resultado proyectado año 1

Estado de Resultados Proyectado													
	Año 1												Total Año 1
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Ingreso por Ventas	1,592.00	2,228.80	3,383.52	3,485.41	3,526.16	4,442.46	4,448.99	4,451.60	4,452.63	4,453.05	4,453.23	4,449.31	45,367.16
Costo de Bienes Vendidos	32.80	45.92	57.77	59.87	60.71	67.64	67.78	67.83	67.85	67.86	67.86	67.78	731.67
Ganancia Bruta	\$ 1,559.20	\$ 2,182.88	\$ 3,325.75	\$ 3,425.54	\$ 3,465.45	\$ 4,374.82	\$ 4,381.21	\$ 4,383.77	\$ 4,384.78	\$ 4,385.19	\$ 4,385.37	\$ 4,381.53	\$ 44,635.49
Salarios	1,365.00	1,365.00	1,365.00	1,365.00	1,365.00	1,365.00	1,365.00	1,365.00	1,365.00	1,365.00	1,365.00	1,365.00	16,380.00
Alquileres de Locales	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	75.00	900.00
Comunicaciones	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	480.00
Promoción y Publicidad	1,550.00	1,550.00	1,550.00	1,550.00	1,550.00	1,550.00	1,550.00	1,550.00	1,550.00	1,550.00	1,550.00	1,550.00	18,600.00
Pasajes y Viáticos	20.70	28.97	43.99	45.31	45.84	57.75	57.84	57.87	57.88	57.89	57.89	57.84	589.77
Transportes	41.39	57.95	87.97	90.62	91.68	115.50	115.67	115.74	115.77	115.78	115.78	115.68	1,179.55
Depreciación	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	960.00
Total Gastos Generales y de Admón.	\$ 3,172.09	\$ 3,196.92	\$ 3,241.96	\$ 3,245.93	\$ 3,247.52	\$ 3,283.26	\$ 3,283.51	\$ 3,283.61	\$ 3,283.65	\$ 3,283.67	\$ 3,283.68	\$ 3,283.52	\$ 39,089.32
Intereses Pagados	54.00	53.34	52.67	52.00	51.32	50.63	49.93	49.23	48.52	47.81	47.08	46.35	602.87
Ganancia Gravable(GAI)	\$ (1,666.89)	\$ (1,067.38)	\$ 31.12	\$ 127.61	\$ 166.61	\$ 1,040.94	\$ 1,047.77	\$ 1,050.93	\$ 1,052.61	\$ 1,053.72	\$ 1,054.61	\$ 1,051.65	\$ 4,943.30
Impuesto sobre Renta(25%)													1,235.82
Ganancia Neta	\$ (1,666.89)	\$ (1,067.38)	\$ 31.12	\$ 127.61	\$ 166.61	\$ 1,040.94	\$ 1,047.77	\$ 1,050.93	\$ 1,052.61	\$ 1,053.72	\$ 1,054.61	\$ 1,051.65	\$ 3,707.47

Fuente: Autoría propia

Tabla 28

Estado de Resultado 5 años

Estado de Resultados Proyectado													
	Año 2					Año 3					Año 4	Año 5	
	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total			
Ingreso por Ventas	13,723.49	13,723.49	13,723.49	13,723.49	54,893.96	16,606.15	16,606.15	16,606.15	16,606.15	66,424.61	80,373.48	97,250.47	
Costo de Bienes Vendidos	221.33	221.33	221.33	221.33	885.32	267.82	267.82	267.82	267.82	1,071.30	1,296.26	1,568.45	
Ganancia Bruta	\$ 13,502.16	\$ 13,502.16	\$ 13,502.16	\$ 13,502.16	\$ 54,008.64	\$ 16,338.33	\$ 16,338.33	\$ 16,338.33	\$ 16,338.33	\$ 65,353.31	\$ 79,077.22	\$ 95,682.01	
Salarios	5,630.63	5,630.63	5,630.63	5,630.63	22,522.50	6,193.69	6,193.69	6,193.69	6,193.69	24,774.75	27,252.23	29,977.45	
Alquileres de Locales	274.47	274.47	274.47	274.47	1,097.88	332.12	332.12	332.12	332.12	1,328.49	1,607.47	1,945.01	
Comunicaciones	150.96	150.96	150.96	150.96	603.83	182.67	182.67	182.67	182.67	730.67	894.11	1,069.76	
Promoción y Publicidad	5,626.63	5,626.63	5,626.63	5,626.63	22,506.52	6,808.52	6,808.52	6,808.52	6,808.52	27,234.09	32,953.13	32,953.13	
Pasajes y Viáticos	178.41	178.41	178.41	178.41	713.62	215.88	215.88	215.88	215.88	863.52	1,044.86	1,264.26	
Transportes	356.81	356.81	356.81	356.81	1,427.24	431.76	431.76	431.76	431.76	1,727.04	2,089.71	2,089.71	
Depreciación	240.00	240.00	240.00	240.00	960.00	240.00	240.00	240.00	240.00	960.00	960.00	960.00	
Total Gastos Generales y de Admón.	\$ 12,457.90	\$ 12,457.90	\$ 12,457.90	\$ 12,457.90	\$ 49,831.60	\$ 14,404.64	\$ 14,404.64	\$ 14,404.64	\$ 14,404.64	\$ 57,618.56	\$ 66,791.50	\$ 70,259.31	
Intereses Pagados	134.60	127.76	120.71	113.45	496.52	105.97	98.26	90.32	82.14	376.68	241.64	89.48	
Ganancia Gravable(GAI)	\$ 909.66	\$ 916.50	\$ 923.55	\$ 930.81	\$ 3,680.52	\$ 1,827.72	\$ 1,835.43	\$ 1,843.37	\$ 1,851.55	\$ 7,358.07	\$ 12,044.08	\$ 25,333.23	
Impuesto sobre Renta(25%)					920.13					1,839.52	3,011.02	6,333.31	
Ganancia Neta	\$ 909.66	\$ 916.50	\$ 923.55	\$ 930.81	\$ 2,760.39	\$ 1,827.72	\$ 1,835.43	\$ 1,843.37	\$ 1,851.55	\$ 5,518.55	\$ 9,033.06	\$ 18,999.92	

Fuente: Autoría propia

3.9. Plan de trabajo.

Un plan de trabajo es esencial para el desarrollo de una web app de educación sexual para niños y adolescentes, ya que proporciona una estructura estratégica para su creación y gestión. En esta parte del modelo del negocio tiene como objetivo describir las actividades que se proyectan realizar para lograr las metas propuestas. Para la organización funciona como una hoja de ruta ordenada que ayudará a lograr lo propuesto.

A continuación, se presenta en la tabla 29 el plan de trabajo de nuestro modelo de negocio KIRI:

3.10 Indicadores de medición.

Los indicadores de medición son cruciales para evaluar el rendimiento y el impacto de una web app de educación sexual para niños y adolescentes. En este contexto, permiten analizar la efectividad pedagógica, la participación del público objetivo y la seguridad online.

Tabla 30

Indicadores de Medición

N.º	OBJETIVOS	ACTIVIDADES	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
1	Incrementar la visibilidad de la web app de educación sexual en línea durante el primer semestre adoptando estrategias de publicidad en redes sociales.	1.1 Desarrollo de un estudio de mercado y definición del modelo de negocio de la web app KIRI, identificando la oferta de valor, públicos meta, competencia en el mercado y análisis de costos.	1.1.1. Porcentaje de avance en la elaboración del documento de estudio de mercado y modelo de negocio. 1.1.2. Porcentaje de avance en la elaboración del documento de modelo de negocio.	1.1.1.1 Documentación del Estudio de Mercado. 1.1.2.1 Documentación del Modelo de Negocio.
		1.2 Contratación de dos consultorías para la construcción de contenidos de los módulos y el desarrollo y testeo de la web app: Un(1) consultor especialista en educación sexual y un(1) consultor especialista en desarrollo web	1.2.1 Cantidad de profesionales contratados para la construcción de contenidos de los módulos de la web app. 1.2.2 Cantidad de profesionales contratados para el desarrollo de la web app.	1.2.1.1 Documentación del proceso de contratación. 1.2.2.1 Documentación del proceso de contratación.
		1.3 Lanzamiento de la web app en sus dos versiones: gratuita y premium, y monitoreo de suscripciones por parte de los públicos meta.	1.3.1 Plataforma de la web app KIRI con sus dos modalidades en funcionamiento.	1.3.1.1 Plataforma web app funcionando en sus dos modalidades.
		1.4 Implementación de la campaña de comunicación en canales digitales que contribuya a potenciar la visibilidad de la web app.	1.4.1 Cantidad de iniciativas de comunicación formuladas y publicadas en canales digitales para la promoción de la web app.	1.4.1.1 Publicaciones en canales digitales y documentación relativa a la formulación de iniciativas de comunicación.
		2.1 Realizar reuniones mensuales de evaluación de métricas de la campaña de comunicación para reorientar los contenidos identificando otros potenciales canales de distribución que permitan atraer a los públicos meta. 2.2 Analizar y replantear estrategias de motivación a los públicos meta para adquirir la suscripción en la versión premium de la web app que permita alcanzar el porcentaje mensual proyectado.	2.1.1 Al menos dos reuniones mensuales para la evaluación de métricas de la campaña de comunicación. 2.2.1 Cantidad de estrategias analizadas y fortalecidas para motivar la suscripción premium.	2.1.1.1 Bitácora de reuniones y documentación sobre la agenda y acuerdos alcanzados. 2.2.1.1 Documentación relativa al análisis y replanteamiento de estrategias.
3	Establecer alianzas con al menos tres escuelas o instituciones educativas locales dentro de los primeros doce meses.	3.1 Elaborar un mapeo de las instituciones educativas privadas a nivel primario y secundario del municipio de San Salvador Centro, Departamento de San Salvador, que tengan potencial para establecer alianzas institucionales para la promoción de la web app KIRI entre sus estudiantes de 7 a 18 años	3.1.1 Porcentaje de avance del documento de Mapeo de Instituciones Educativas Privadas a nivel primario y secundario de San Salvador.	3.1.1.1 Documento de Mapeo de Instituciones Educativas Privadas a nivel primario y secundario de San Salvador.
		3.2 Identificación y selección de las tres instituciones educativas privadas con potencial de promoción de la web app.	3.2.1 Cantidad de instituciones educativas privadas a nivel primario y secundario seleccionadas.	3.2.1.1 Bitácora de reunión con el acuerdo de selección de las instituciones educativas priorizadas.
		3.3 Realización de reuniones presenciales con autoridades de los centros educativos para la presentación del proyecto de la web app KIRI y concreción de alianzas institucionales.	3.3.1 Al menos tres reuniones con autoridades educativas de las instituciones seleccionadas.	3.3.1.1 Bitácora de reuniones, agendas y acuerdos alcanzados.
		3.4 Participación en actividades escolares como Escuelas de Padres para la presentación de KIRI enfatizando en las ventajas y beneficios que representa para los niños y jóvenes, así como la accesibilidad de sus costos.	3.4.1 Participación en al menos dos actividades escolares bimensuales para la presentación de la web app.	3.4.1.1 Materiales impresos, digitales y evidencia fotográfica de la participación en actividades escolares.
4	Medir el impacto positivo en la salud sexual y el bienestar de los usuarios realizando encuestas de satisfacción y seguimiento, obteniendo una puntuación promedio de satisfacción del usuario de al menos 4.5 en una escala de 5 puntos a partir del primer año de operaciones.	4.1 Caracterizar la base de suscriptores alcanzada identificando los rangos de edad y la modalidad adquirida (gratuita o premium) para la definición del instrumento de encuesta de satisfacción.	4.1.1 Base de datos de suscriptores organizada y filtrada por rangos de edad y tipo de suscripción.	4.1.1.1 Base de datos de suscriptores organizada y actualizada.
		4.2 Elaboración del instrumento de encuesta de satisfacción diferenciado por rango de edad.	4.2.1 Porcentaje de avance en la elaboración del instrumento de encuesta de satisfacción diferenciado por rango de edad.	4.2.1.1 Documentación relativa al instrumento de encuesta de satisfacción.
		4.3 Aplicación de la encuesta a los suscriptores de la web app para medir su grado de satisfacción en el uso de la aplicación web y verificar si cumple con el parámetro deseado.	4.3.1 Encuesta de satisfacción con la experiencia de la web app aplicada a menos al 90% de los suscriptores de ambas modalidades.	4.3.1.1 Documentación de encuestas de satisfacción completadas.

Fuente: Autoría propia

CONCLUSIONES

- El tema de investigación desarrollado ha tenido una aceptación importante en los grupos objetivos, esto nos permite visualizar que la educación sexual es un tema que no ha sido desarrollado de la mejor forma y oportunamente en los grupos objetivos de esta investigación.
- La idea del negocio digital significa una oportunidad que podemos explotar tomando en consideración el auge digital que está transformando a las personas y es un medio para hacer muchas cosas cotidianas, entre ellas la educación.
- Los hallazgos resaltan la importancia de proporcionar información precisa y confiable sobre educación sexual. Los padres y educadores buscan herramientas educativas que ofrezcan contenidos apropiados y basados en evidencia para guiar a los jóvenes de manera segura.
- Para el éxito sostenible de la web app, la colaboración con expertos en educación sexual, psicólogos infantiles y pedagogos es esencial. La investigación destaca la importancia de contar con profesionales que respalden el contenido y la metodología educativa.
- Nuestro estudio destaca que es posible establecer un modelo de negocio rentable al tiempo que se prioriza la seguridad y la ética en la educación sexual de niños y adolescentes. Estrategias como la publicidad en redes sociales, las suscripciones premium y las alianzas con instituciones educativas pueden ser efectivas.
- En resumen, el desarrollo de una web app de educación sexual para niños y adolescentes tiene el potencial de tener un impacto significativo en la sociedad al abordar la falta de educación sexual adecuada y segura. La inversión en este tipo de iniciativas puede contribuir a la salud y bienestar de las generaciones futuras.

- Durante la investigación de la factibilidad de dicha plataforma se ha notado un alto interés de las personas por el modelo de negocio, esto demuestra que existe una necesidad en el ámbito de educación sexual y que las personas están abiertas a plataformas de ayuda en el tema, pues las nuevas generaciones tienen pensamientos más abiertos a brindar apoyo y orientar a sus hijos en temas sexuales.
- Sin duda alguna, las plataformas en línea se proyectan como la mejor opción para los negocios y proveen un mayor alcance de la marca y de los servicios ofrecidos a los usuarios finales, sean estos nacionales y/o extranjeros.
- Es necesario que el tema en torno a la educación sexual se convierta en sinónimo del derecho de las personas, principalmente de adolescentes y jóvenes, para que reciban una visión crítica sobre que se está entendiendo por sexualidad, sin embargo, los y las adolescentes todavía carecen de una adecuada formación en educación sexual que les permita tener una conciencia crítica frente a las decisiones sobre su cuerpo y seguridad.

BIBLIOGRAFÍA

Asamblea Legislativa de El Salvador. (2021). *Ley de Protección de Datos Personales y Habeas Data*. <https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/correspondencia/2A326CE8-F13A-4828-8640-648235C228BF.pdf>

Banco Central de Reserva (2023). *Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2022*. <https://www.bcr.gob.sv/documental/Inicio/vista/0c0aa5ade233aa9a7345923e9329407a.pdf>

Castellanos y Falcoiner. (2001). *Educación de la Sexualidad en países de América Latina y el Caribe*. Fondo de Población de las Naciones Unidas. https://elsalvador.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/educ.SEX_en_AL.pdf

Ministerio de Salud de El Salvador (MINSAL). (2019). *Observatorio de Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos*. <https://observadsdr.org/embarazos-en-ninas-y-adolescentes-en-el-salvador-a-junio-2020/#post-710-footnote-1>

Ministerio de Educación de El Salvador (MINED). (2020). *Ley General de Educación*. <https://www.mined.gob.sv/download/ley-general-de-educacion/>

National Geographic (2023). *PAIDEA, La educación en la antigua Grecia*. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/paideia-educacion-transicion_19522

Organización de las Naciones Unidas. (ONU). (1994). *Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo*. <https://www.un.org/es/conferences/population/cairo1994>

Organización de las Naciones Unidas. (ONU). (1995). *Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer Beijing*. <https://www.un.org/es/conferences/women/beijing1995#:~:text=La%20Cuarta%20Conferencia%20Mundial%20sobre%20la%20Mujer%20en,tanto%20en%20las%20leyes%20como%20en%201a%20pr%C3%A1ctica.>

UNESCO. (2021). *El camino hacia la educación integral en sexualidad: Informe sobre la situación en el mundo*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377963_spa

UNFPA. (2021). *Educación Sexual Integral*.
<https://www.unfpa.org/es/educaci%C3%B3n-sexual-integral>.

ANEXOS

i) Cuestionario Modelo de Negocio Kiri.

Datos Generales

Favor brindar sus datos básicos que nos ayudaran al procesamiento de la información

1. ¿Qué grado está cursando?

- De 5° a 6° grado
- De 7° a 9° grado
- De 1° a 3er año de Bachillerato

Sección preguntas

2. ¿Conocen el significado de los términos sexo y sexualidad?

- Si
- No

3. ¿Alguna vez han hablado con sus padres sobre temas de educación sexual?

4. De la siguiente lista marque los temas de los cuales tienen conocimiento (puede marcar más de una opción):

- Métodos anticonceptivos
- Aborto
- Relaciones sexuales
- Enfermedades de transmisión sexual
- Salud reproductiva
- Embarazos
- Masturbación

5. De la siguiente lista marque los temas de los cuales le gustaría aclarar dudas (puede marcar más de una opción)

- Métodos anticonceptivos
- Aborto
- Relaciones sexuales

- Enfermedades de transmisión sexual
- Salud reproductiva
- Embarazos
- Masturbación
- Cambios físicos y emocionales
- Diferencias entre géneros

6. ¿Saben las consecuencias de una sexualidad irresponsable?

- Si
- No

Mencione alguna:

7. ¿Alguna vez han platicado con otra persona acerca de temas de sexualidad?

- Si
- No

¿Con quién han tenido esa plática?:

8. ¿Ustedes se sienten en libertad y confianza de platicar sobre inquietudes y dudas respecto a temas de sexualidad con sus padres o algún docente de su institución educativa?

- Si
- No

9. ¿Se sintieron orientados por sus padres o docentes en cada etapa de cambio físico que han experimentado?

- Si
- No

10. ¿Saben si en su institución educativa se tiene alguna guía, asignatura o programa en el que se platicuen acerca de temas de educación sexual?

- Si
- No
- No sé

11. ¿Creen que implementar el abordaje de temas de educación sexual en las instituciones educativas les ayudaría a ustedes como niños y jóvenes?

- Si
- No

¿Por qué?

12. En tu opinión, ¿a qué edad se debería hablar de la salud sexual y reproductiva en los centros educativos?

- A partir de los 8 años
- A partir de los 12 años
- A partir de los 15 años
- A partir de los 18 años

13. ¿Cómo consideras que deben impartirse los temas de educación sexual, para que sirvan de apoyo a los estudiantes?

- Impartidas por medio de guías en clases
- Haciendo uso de libros
- Por medio de una web app

14. ¿Qué redes sociales utilizas con más frecuencia?

- Facebook
- WhatsApp
- Instagram
- Twitter
- Otros (especifique):

15. ¿Cuentas con un dispositivo móvil para tu uso personal?

- Si
- No

16. ¿En promedio cuántas horas al día haces uso de dispositivos móviles?

- Menos de 1 hora
- Entre 1 a 3 horas

- Entre 4 a 6 horas
- Más de 7 horas

17. Si saben que existe una web app interactiva que les puede orientar sobre estos temas de educación sexual, ¿le interesaría hacer uso de esta?

- Interesado
- Muy interesado
- Poco interesado
- Nada interesado

18. Que opinan de que exista un buzón secreto en el cual puedan preguntar libremente sobre cualquier tema de sexualidad de forma anónima y confidencial, para que un profesional de la salud les oriente y aclare sus dudas.

- Sería de ayuda y haría uso de él
- Sería de ayuda, pero no haría uso de él
- No lo considero útil

19. ¿Consideran que les ayudaría a aclarar sus dudas el hacer uso de ese buzón?

- Si
- No

¿Por qué?

ii) Guía semiestructurada para entrevista a padres y madres de familia del municipio de San Salvador Centro, Distrito de San Salvador.

1. ¿Qué edad tienen sus hijos/as?
2. ¿Consideran que se les está brindando apoyo en temas de educación sexual a sus hijos/as? ¿De qué manera lo hacen?
3. ¿Se sienten preparados/as para brindar una buena educación sexual a sus hijos/as?
4. ¿Hay contenidos o temáticas que se prestan mejor a ser tratados en el ámbito familiar que en el escolar? ¿Puede mencionar algunos de esos temas?
5. ¿Cómo se sienten cuando hablan con sus hijos/as sobre sexo y sexualidad?

6. ¿Cuáles creen que serían las consecuencias de dar o no educación sexual a sus hijos/as en el ámbito familiar?

7. ¿En alguna ocasión su hijo/a/s les han preguntado sobre temas de educación sexual? ¿Le pudo dar una respuesta clara o tuvo temor?

8. ¿Según la percepción que tiene de sus hijos qué temas considera le causa mayor inquietud y curiosidad?

- Cambios físicos y emocionales
- Diferencias entre géneros
- Relaciones sexuales
- Embarazos
- Aborto
- Salud sexual
- Masturbación
- Métodos anticonceptivos
- Enfermedades de transmisión sexual

9. ¿En alguna ocasión ha llevado a sus hijo/a/s con un especialista en temas sexuales para poder aclarar sus dudas acerca de los cambios que experimenta?

¿Puede explicar brevemente las razones?

10. ¿Qué opinan de que se impartan contenidos acerca de la educación sexual en los centros educativos?

11. ¿Tiene conocimiento si en la institución a la que acude su/s hijo/a/s se imparte algún programa de educación sexual?

12. ¿Qué temas considera se deberían incluir si se imparte educación sexual en las instituciones educativas?

13. ¿Considera que los docentes en nuestro país están aptos para explicar temas de educación sexual independientemente de la edad que tenga el niño o joven?

14. ¿Qué opina de que se realice una web app que, a través de juegos, preguntas, datos curiosos, etc. pueda orientar a sus hijo/a/s de forma interactiva y adecuada a su edad sobre temas de educación sexual? ¿Haría uso de esta web app para sus hijos? -

15. ¿Estaría dispuesto a pagar por la compra de una web app de este tipo?

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por tener acceso en dicha web app para uso de sus hijo/a/s?

- Menos de \$5
- Entre \$5 y \$10
- Más de \$10

17. ¿Estaría de acuerdo en que la institución educativa de sus hijo/a/s aplique la enseñanza de educación sexual por medio de una web app de este tipo?


¿Puede darnos sus motivos?

ii) Antecedentes gráficos de una marca.

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clasificación de Viena: 26 01 16

Clase: 41

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
2019175726		20190282514	01/03/2019				
Clasificación:		Titular: BLANCO GUEVARA, LINDA BERENICE					
02 01 16							
26 01 16							
26 01 18							

Clase: 03,05,15,18,19,20,24,25,28,29,30,31,32,35,37,40,41,43


Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
2018173041		20180276608	01/11/2018	00075	00349	21/03/2019	
Clasificación:		Titular: Dirección General de Centros Penales					
05 01 05							
26 01 16							
26 01 18							

Figura 24. Antecedentes gráficos de una marca

Fuente: CNR

iii) Antecedentes gráficos de una marca

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
1999005447		1999005447	12/08/1999	00242	00137	24/08/2001	ESPAÑOLA
Clasificación:		Titular: TXIKI PARK PAMPLONA, S.L.					
03 11 12							
27 05 25							

Figura 25. Antecedentes Gráficos de una marca

Fuente: CNR

Oficina virtual

Dirección física para envío de documentos empresariales. Nuestro paquete de oficina virtual incluye además una determinada cantidad de horas para uso de oficinas físicas o salas de reunión, cuando éstas se estimen necesarias.

Oficina Virtual A

- Precio: \$75 mensuales más IVA
- Dirección física
- 5 horas de oficina/sala de reunión
- Recepcionista
- Recepción de documentos y paquetes empresariales

Figura 26. Cotización oficina virtual

Fuente: Planes y Precios | Point Business Center

Wompi

[Iniciar sesión](#) [CREAR CUENTA](#)

[Inicio](#) [Nuestros servicios](#) [Tarifas](#) [Otros servicios](#) [Soporte](#) [Cartelera](#)

Tarifa de **2.85%** para compras normales

Puedes crear tu cuenta de Wompi GRATIS, solamente cobramos tu transacción.

- ✓ Recibe el pago diario.
- ✓ Tienes acceso a información de las transacciones en tiempo real.
- ✓ Sin cuota de manejo mensual.
- ✓ Sin costos de implementación.
- ✓ Comisiones especiales para Pago en cuotas Tarjetas de Crédito Banco Agrícola.




Figura 27. Costo Pasarela de pago

Fuente: [Wompi - Tarifas](#)