COMUNICACIÓN ACTIVA ENTRE PADRES-MADRES E HIJOS-HIJAS

TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
CURSO DE ESPECIAL INTERÉS PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
BOGOTÁ D.C., noviembre de 2018

COMUNICACIÓN ACTIVA ENTRE PADRES-MADRES E HIJOS-HIJAS

TRABAJO DE GRADO

Ps. MSc. FERNANDO GERMÁN GONZÁLEZ GONZÁLEZ
ASESOR

Sonia Lucia Gómez 425892
Vanessa Estefanía Zamudio Acosta 425905

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
CURSO DE ESPECIAL INTERÉS PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
BOGOTÁ D.C., noviembre de 2018

creative commons

Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Colombia (CC BY-NC-ND 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:
Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Colombia (CC BY-NC-ND 2.5)
Para leer el texto completo de la licencia, visita:
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/co/

Usted es libre de:

Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

Bajo las condiciones siguientes:

Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).

No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Sin Obras Derivadas — No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.

“Las opiniones expresadas en este trabajo son responsabilidad de los autores; la Facultad de Psicología de la Universidad Católica de Colombia ha verificado el cumplimiento de las condiciones mínimas de rigor científico y de manejo ético.”

(Artículo 65 Reglamento Interno)

Agradecimientos

Primero a Dios por permitirnos realizar esta investigación, a nuestras familias por su apoyo y amor. También nuestros agradecimientos a quienes nos asesoraron en la elaboración del Trabajo de grado: Profesor Fernando González y al Ingeniero Alfredo Zamudio, por sus aportes, seguimientos y enseñanzas que nos brindaron en la culminación de la carrera profesional.

Dedicatoria

A nuestras familias por su inmensa paciencia, dedicación y cariño, ya que fueron nuestro gran motivo para seguir adelante y nunca desistir en el proceso, a nuestros amigos quien con su compañía nos aportaron aprendizajes y la verdadera amistad, y a todos aquellos que contribuyeron para finalizar una de las muchas etapas de nuestras vidas. Gracias

Tabla de contenido

Resumen, 12
Justificación, 14
Marco teórico, 20
Marco ético, 29
Objetivos, 29
Objetivo General, 29
Objetivos Específicos, 29
Metodología, 30
Población, 30
Instrumentos, 31
Procedimiento, 32
Resultados, 33
Discusión, 45
Conclusiones, 47
Estudio del Mercado, 48

a. Objetivo General del Estudio de Mercado, 49
b. Objetivos Específicos del estudio de Mercado, 49
c. Descripción del producto, 49
d. Nombre, logo, 51
e. Producto básico, 51
f. Producto real, 51
g. Producto ampliado, 52
h. Clientes,53
i. Mercado objetivo, 54
j. Mercado meta, 56
k. Mercado potencial, 56
l. Competencia, 56
m. Directa, 56
n. Sucedánea, 56

o. Canal de distribución, 60
p. Análisis de costos y gastos, 60

Referencias, 64

Apéndices, 69

Lista de tablas

Tabla 1. Colegios que probablemente compren nuestro producto, 55

Tabla 2. Gastos de los hogares colombianos, 61

Tabla 3. Debilidades y fortalezas de algunas aplicaciones competencia, 57

Tabla 4. Análisis DOFA ,59

Lista de figuras

Figura 1. Población de niños entre los 10 y 14 años de edad de las localidades de Bogotá, 31
Figura 2. Resultados Encuesta realizada a padres de familia ítem 1-7, 33
Figura 3. Resultados Encuesta realizada a padres de familia ítem 7-12, 34
Figura 4. Resultados Encuesta realizada a padres de familia ítem 13-18, 35
Figura 5. Resultados Encuesta realizada a padres de familia ítem 19-21, 36
Figura 6. Resultados Encuesta realizada a hijos-hijas ítem 1, 36
Figura 7. Resultados Encuesta realizada a hijos-hijas ítem 2, 37
Figura 8. Resultados Encuesta realizada a hijos e hijas ítem 3 y 4, 38
Figura 9. Resultados Encuesta realizada a hijos e hijas ítem 5, 38
Figura 10. Resultados Encuesta realizada a hijos e hijas ítem 6, 39
Figura 11. Resultados Encuesta realizada a hijos e hijas ítem 7, 39
Figura 12. Resultados Encuesta realizada a hijos e hijas ítem 8, 40
Figura 13. Resultados Encuesta realizada a hijos e hijas ítem 9, 41
Figura 14. Resultados Encuesta realizada a hijos e hijas ítem 10, 41
Figura 15. Resultados Encuesta de necesidades del cliente ítem 1, 42
Figura 16. Resultados Encuesta de necesidades del cliente ítem 2, 42
Figura 17. Resultados Encuesta de necesidades del cliente ítem 3, 43
Figura 18. Resultados Encuesta de necesidades del cliente ítem 4, 43
Figura 19. Resultados Encuesta de necesidades del cliente ítem 5, 44
Figura 20. Resultados Encuesta de necesidades del cliente ítem 6, 44
Figura 21. Imagen y diseño de logos, marcas, slogan, 51

Lista de Apéndices

Apéndice 1. Adaptación encuesta de comunicación entre padres-madres e hijos-hijas, 69

Apéndice 2. Adaptación encuesta de comunicación dirigida a hijos e hijas, 73

Apéndice 3. Encuesta de necesidades del cliente, 76

Apéndice 4. Producto final, App My parents and me, inicio 77

Apéndice 5. Producto final, App My parents and me, crear situación, 78

Apéndice 6. Producto final, App My parents and me, situaciones pendientes, 79

Apéndice 7. Producto final, App My parents and me, responder a situación, 80

Apéndice 8. Producto final, App My parents and me, perfíl, 81

COMUNICACIÓN ACTIVA ENTRE PADRES-MADRES E HIJOS-HIJA

Resumen.

En el presente estudio se examina el nivel de comunicación que existe entre padres-madres e hijos-hijas a la hora de hablar sobre sexualidad en sus hogares, se desarrolla y diseña una *app* la cual tiene como objetivo ser una herramienta que facilite y dé a conocer cómo dialogar temas de sexualidad entre miembros de la familia y generando impacto sobre ésta y los beneficios que obtendría al hacer uso de esta herramienta tecnológica. La *app* cuenta con cuatro módulos, el primero busca un acercamiento entre padres-madres e hijos-hijas y que se conozcan mejor entre ellos, el segundo es acerca de sexualidad donde se abarcan temáticas sobre orientación sexual, identidad de género, afectividad sexual y pubertad, el siguiente menciona elementos relacionados con relaciones de pareja y por último se habla sobre inteligencia emocional el cual es un tema clave para una buena comunicación con el otro. Este producto va dirigido a padres-madres que tengan hijos-hijas en un rango de edad de los 10 a los 15 años en la ciudad de Bogotá que se encuentren en estratos económicos de 0 a 6. Para el diseño del producto final se realiza un trabajo interdisciplinar con un ingeniero de sistemas. Los resultados mostraron que para los padres-madres de familia la sexualidad es un tema importante que se debe dialogar con sus hijos-hijas pero que no saben de qué manera abordar el tema con ellos, al igual que la inseguridad y vergüenza para hablar entre los miembros de la familia no permite un adecuado conocimiento y desarrollo de bienestar sexual para los adolescentes.

Palabras claves: Comunicación, sexualidad, dialogo, tecnología y familia

ACTIVE COMMUNICATION BETWEEN PARENTS-MOTHERS AND CHILDREN-DAUGHTERS

Summary.

The present study examines the level of communication that exists between parents-mothers and children-daughters when talking about sexuality in their homes, develops and designs an app which aims to be a tool that facilitates and gives know how to discuss sexuality issues among family members and generating impact on it and the benefits that would be obtained by using this technological tool. The app has four modules, the first seeks an approach between parents-mothers and children-daughters and that they know each other better, the second is about sexuality where topics on sexual orientation, gender identity, sexual affection and puberty are covered, the next one mentions elements related to couple relationships and finally, it talks about emotional intelligence, which is a key issue for good communication with the other. This product is aimed at parents who have children-daughters in an age range of 10 to 15 years in the city of Bogotá who are in economic strata from 0 to 6. For the design of the final product an interdisciplinary work is carried out with a systems engineer. The results showed that for parents-mothers sexuality is an important issue that should be discussed with their children-daughters but they do not know how to approach the issue with them, as well as the insecurity and shame to talk among the children. Family members do not allow adequate knowledge and development of sexual well-being for adolescents.

Keywords: Communication, sexuality, dialogue, technology and family

Justificación

Uno de los temas de mayor importancia dentro del núcleo familiar es la comunicación entre los miembros que lo conforman, la cual facilita las relaciones e interacciones, evitando diferentes problemáticas físicas, psicológicas y sociales entre ellos. Por eso cada miembro de la familia debe brindar un aporte positivo para superar cada uno de los conflictos vistos en el hogar, solucionándolo de manera asertiva y de forma rápida, siendo consecuentes con sus pensamientos, actos y conductas que influyan en la cotidianidad, logrando así una formación familiar y educativa para los hijos e hijas.

Para destacar un tema importante sobre comunicación son las habilidades sociales, aquellas que se deben fomentar y desarrollar en diferentes situaciones cotidianas e ir fortaleciéndose con el paso de los años. Como lo nombra Bernal y Medina (2003) es relevante el primer contacto que tiene un niño/a con sus padres -madres ya que ellos son modelos de conductas emitidas dentro del hogar, lo cual hace que los niños/as repitan todo lo visto. Cada vez que el núcleo familiar empieza a relacionarse, los padres-madres aportan progresivamente elementos que van estructurando en el niño/a sus patrones relacionales, es decir, el vínculo que se establezca entre padres-madres e hijos-hijas proporcionarán seguridad en relaciones interpersonales y aportarán así notablemente en su aprendizaje.

La familia como lo menciona Crespo (2011), no es solo un grupo de personas que comparten sus apellidos y su sangre sino que la relación que existe entre ellos va más allá de lo genético y se encuentra en la retroalimentación de las reacciones emocionales que cada uno de los miembros pueda expresar-,-es decir-, son un grupo que comparten diferencias y estados emocionales variantes pero que al momento de estar reunidos expresan todo aquello que sienten y pueden lograr un alivio y seguridad en su propio entorno, donde no deben ser ni juzgados ni lastimados , simplemente amados entre sí.

Por otra parte, según Uña (2000) citado en Crespo (2011) expone que la comunicación es:

> Un proceso de carácter vertical que se ejerce desde el poder que tiene el emisor sobre los receptores. La comunicación es unidireccional ya que el emisor tiene el monopolio de la palabra y así ejerce un dominio sobre los receptores. El fin de la información es guiar la conducta de los receptores. El éxito del mensaje es la obediencia del receptor. El fin del proceso es modelar al otro. En el caso de la familia, este proceso no crea un auténtico espacio común para el intercambio comunicativo, aunque este discurso también tiene su momento en el desarrollo de la relación familiar (p. 93).

Sin embargo, las habilidades sociales como muy bien se conocen, son aquellas conductas que le permiten a los seres humanos relacionarse con los demás, son aprendidas y adquiridas en interacción con los otros. No todas las personas las desarrollan de manera similar, sino de manera totalmente distinta, siendo representativas y únicas de cada persona, sino fuera de tal manera simplemente seríamos clones en comportamiento y personalidad, siendo un caos la sociedad, robotizados y obstaculizando la expresión auténtica en todos los sentidos.

Para Izuzquiza y Ruíz (2007) "las habilidades sociales se han convertido en parte fundamental e imprescindible en la educación de los niños y niñas. Por ello tanto los padres y maestros debemos responsabilizarnos de proporcionarles unas estrategias adecuadas para que sean capaces de relacionarse con una competencia adecuada. Sin embargo, en muchas ocasiones, no somos conscientes de la cantidad de habilidades que necesitamos poner en práctica para relacionarnos adecuadamente con las personas que tenemos a nuestro alrededor" (p.24).

Las problemáticas del factor de comunicación se puede evidenciar en uno de los estudios realizados en Latinoamérica donde Rodrigo, Márquez, & Triana (2005) , analizan discrepancias y aquellos factores que pueden ser importantes al momento de originar conflicto en el hogar con adolescentes , y uno de ellos se enfatiza en la poca comunicación y en las secuelas que esto generar, de manera que los resultados indican que, aunque los hijos perciben más conflictos que sus padres, todos ellos coinciden en destacar como conflictos más frecuentes los relacionados con las tareas domésticas y la regulación de actividades cotidianas.

Los autores mencionan que los padres se muestran más afectados en aquellos conflictos relacionados con las tareas domésticas, los estudios, la regulación de actividades cotidianas, la personalidad del adolescente y las relaciones de pareja. Los hijos se muestran más preocupados en aquellos conflictos relacionados con las relaciones entre hermanos, entre padres e hijos y por el dinero de bolsillo. La díada madre-hija es la que discrepa emocionalmente en más conflictos. Las edades de 14 y 15 años parecen corresponder a la máxima conflictividad familiar. También el sexo de los padres, el nivel de estudio de la madre, y la zona de residencia son variables relacionadas con la frecuencia e intensidad de determinados conflictos (p. 21).

La literatura afirma que estudios analizan algunos cambios que se producen por conflictos generados dentro de la familia según Laursen, Coy y Collins (1998) encontraron una disminución lineal en la frecuencia de conflictos desde el inicio hasta el final de la adolescencia en chicos y chicas, en cambio la intensidad emocional con la que eran aumentaba entre la adolescencia inicial

y la media para disminuir ligeramente a partir es ese momento (p.214), esto respecto a los conflictos familiares.

También otra de las causas por la falta de comunicación entre familia generar depresión e inestabilidades emocionales. Un estudio que se llevó a cabo por Vázquez, Ordóñez, Strausz, Arredondo y Lara (2004), se pretendió evaluar la diferencia en la depresión que presentan los adolescentes dependiendo del contexto en el que viven (con la familia o fuera del núcleo familiar). Los autores aplicaron el Inventario de Depresión de Beck a 68 estudiantes entre 13 y 17 años de edad, de los cuales 34 vivían con su familia y 34 fuera de ésta. De acuerdo a los datos informados, los adolescentes que no habitan con su familia presentan mayor depresión que aquellos que cuentan con redes de apoyo familiar (p.206), por ello es indispensable el sistema de la familia para la estabilidad emocional de los menores. En el año 2013 el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y La Organización Mundial de la Salud refieren al suicidio como una problemática que se puede prevenir, teniendo en cuenta que (Piedrahita et al., 2011) citado en ICBF (2013) "La tasa de mortalidad por suicidios, registrado oficialmente por la OMS es de 14,5 por 100.000 habitantes al año. Se trata de la segunda causa de muerte en el grupo de edad comprendido entre los 14 y 24 años. Y la décimo tercera causa en términos generales" (p.6).

> En niños, niñas y adolescentes las causas de suicidio varían dependiendo de la edad y se presentan en su mayoría de los casos en niños con un 58% de los casos frente a las niñas con un 42% en promedio de los últimos 8 años. Los factores que determinan el suicidio en la infancia tienen que ver con "presenciar acontecimientos dolorosos (divorcio, muerte de un ser querido), problemas con las relaciones paterno-filiales, problemas escolares, llamadas de atención de padres o maestros con carácter humillante, búsqueda de afecto y atención, deseos de reunirse con un ser querido fallecido, trastornos de personalidad y depresión" (Cabra, O.I. et al., 2010) citado en ICBF (2013) (p.6).

Teniendo en cuenta los factores que inciden en el suicidio de los jóvenes, y niños-niñas, son situaciones que se pueden abordar de manera satisfactoria con ayuda profesional y con un acompañamiento constante por parte de los padres-madres de los hogares colombianos-, no se requiere variedad de estudios-, doctorados- y maestrías para que las figuras de autoridad que se tienen desde casa, ya sean padres o madres, los cuales se ven involucrados en el desarrollo físico, emocional y conductual de sus hijos-hijas.

Por otra parte, según informe de la Organización Mundial de la Salud (OMS), (2018) y sus estadísticas, apuntan que a diario mueren más de 3000 adolescentes en el mundo a causa del suicidio y dentro de este, las principales causas son muchos de los comportamientos que afectan su salud en la adolescencia, como el sedentarismo, la mala alimentación o las prácticas sexuales de riesgo que empiezan en la adolescencia, los intentos de suicidio y trastornos del estado de ánimo en adolescentes tienen gran parte de origen en la relación familiar y que esta es la segunda causa principal de estas conductas en jóvenes.

Otra de las problemáticas encontradas por la falta de comunicación entre padres-madres e hijos-hijas es el consumo de sustancias psicoactivas y alcohol, por ejemplo, Ackard, Neumark-Sztainer, Story y Perry (2006) como se cita en (Luk, Farhat, Iannotti, Simons-Morton, 2009) encontraron que la dificultad percibida de hablar con los padres sobre los problemas está asociada con mayor riesgo de consumo de sustancias tanto en niños como en niñas. Sugirieron que la cantidad de tiempo que los padres pasan con sus hijos y la frecuencia de comunicación entre padres e hijos están asociada con la reducción de los riesgos de aparición de tabaco y consumo de alcohol. De acuerdo con estos hallazgos, se mejora la comunicación entre padres e hijos es un objetivo común en intervenciones de consumo de sustancias para adolescentes (Luk, Farhat, Iannotti, Simons-Morton, 2009.)

Con ello vale resaltar que no solo se involucra un diálogo directo de padres-madres e hijos-hijas sino diferentes conductas que se pueden evidenciar en la dinámica familiar, por ejemplo una familia tiene como objetivo la conexión a nivel afectivo entre todos los miembros de la familia pero lo que se evidencia es que cada uno de ellos fomenta el individualismo entre su propio hogar, igualmente los padres-madres se dedican a comprometerse a un nivel máximo con su trabajo, dejando a sus hijos-hijas en gran parte creciendo solos. Es importante promover en los jóvenes el intercambio de pensamientos, emociones y de información, para evitar cualquier tipo de problemática a nivel emocional, cognitivo y social y por ello las herramientas del siglo XXI serán la clave.

Se quiere aportar herramientas a los padres-madres de familia para una adecuada y fácil comunicación sobre la sexualidad con sus hijos-hijas durante diferentes etapas del desarrollo de estos, generar mayor confianza para establecer diálogos afectivos e intercambio de pensamientos e ideas para establecer un equilibrio emocional que pueda ayudar a regular los procesos físicos sexuales. Generar bienestar, por medio de un esquema efectivo de comunicación, haciendo que

mejore la calidad de vida de las familias a nivel tanto físico como emocional, aprendiendo a escuchar las opiniones de los demás y respetarlas, todo esto con el fin de que la sexualidad se vea como un aspecto importante y normal dentro del proceso de desarrollo del ser humano.

Las Apps ya creadas tiene como objetivo mejorar una comunicación entre las instituciones educativas y los padres de familia, sin embargo, no se percatan del factor comunicación padres-madres e hijos-hijas siendo el alumno la ficha clave para su proceso académico y la prevención de estados emocionales negativos, de tal manera que *Messenger Kids, Tok app y Mi app escolar* son escasas de contenido comunicativo a comparación de la App en desarrollo *My parents and me.*

Según la aplicación *Messenger kids*, ofrecida por Facebook, su idea se centra en un contacto de mensajería seguro, donde el padre o madre de familia es el encargado de manipular y autorizar todo aquel contenido publicado por sus hijos, ofrece video chats, mensajes diseñados exclusivos para niños, funciones creativas para conversación los padres son los únicos que pueden aceptar o eliminar contactos nuevos , apuesta ser una app perfecta para la diversión de los menores , pero , ¿dónde se atribuye el contacto cercano con el padre-madre de familia para el trato de temas que se deberían abordar de acuerdo a la edad en la que se encuentran los niños-niñas, seguramente en el objetivo de la aplicación no es tan importante estos factores, por ello My parents and me se ocupa aproximar la línea de comunicación exageradamente dividida entre padres-madre e hijos-hijas.

De acuerdo a Google Play (la tienda para descargar aplicaciones para dispositivos android) las puntuaciones y comentarios que realizan los usuarios que intentan descargar la aplicación mencionada con anterioridad, está puntuando en 4.2 de 5.0, con un total de 4.119 votaciones en total , sus comentarios nada agradables resultan con dificultades para para ingresar con diferentes dispositivos y un rechazo frente a las contraseñas asignadas por los padres de familia, ya que al momento de ingresar nuevamente rechaza la información registrada, también existe inconvenientes con el uso de video llamadas y para algunos de los niños es invasión de su privacidad. Efectos que seguramente alejaran a sus hijos a evadirse de la aplicación, seguramente con un alto rechazo a estas formas actuales de interacción en familia.

Por otra parte, otras de las app´s consideran que el tema relevante frente al uso de la tecnología es el acceso rápido a la información dada por la institución y la manera en que los padres lo reciben, es decir, el tema aquí es ecológico, que en gran parte en la actualidad aporta al desarrollo de la sociedad, pero que deja atrás al tema central los niños y niñas en Colombia. Las instituciones

han creado estas aplicaciones como por ejemplo *Tokapp school y Mi app Escolar* simplemente como mensajería instantánea , evitando así reuniones ofrecidas por el colegio y creando "espacios de comunicación de familia y escuela", teniendo en cuenta dos problemáticas grandes , la primera, el rechazo que las dos partes hacen al menor , ya que el colegio se limita a enviar circulares , notificación, etc. , pero hacen a un lado lo que piensa , lo que quiere, lo que está pasando emocionalmente al alumno; por otro lado la limitación de ciudades que han comprado o hacen uso de la App , pocos países y ciudades como Argentina, México, España, Bogotá, Cali y Medellín, lo están utilizando actualmente. Ciertamente pensados en ahorrar papel y no invertir tiempo en el alumnado.

Las dos aplicaciones según Google play es de 3.8 para My app escolar y Tokapp school con 4.4, variando en sus comentarios, pero con algo notoriamente significativo, el no priorizar en aquellas inquietudes que los niños-niñas hoy en día necesitan resolver con profesionales o con sus mismos padres y madres en tiempo real y en diversidad de temáticas.

Marco teórico

Para un mejor entendimiento de la presente investigación se tiene en cuenta el desarrollo de diferentes conceptos y la integración de los mismos, la comunicación y como se aborda desde

el plano familiar, desde casa, y como se desarrolla en el tema de sexualidad entre los padres-madres e hijos-hijas. El tema de la comunicación sexual es un tema que se ha venido desenvolviendo a través del tiempo y que aún es poco tratado a pesar de estar en una época donde se facilita la expresión de ideas o emociones. A continuación, se da a conocer de qué se trata esa comunicación y qué elementos hacen parte de ella.

Comunicación.

La comunicación es un proceso "mediante el que un mensaje emitido por un individuo, llamado emisor, es comprendido por otro llamado receptor o destinatario, que es la persona o entidad a quien va dirigido el mensaje, gracias a la existencia de un código común" (Varó y Martínez, 1997, como se cita en Guardia, 2009). Todas las personas necesitamos de este elemento tan importante para poder relacionarnos con los demás, expresar sentimientos o ideas, y con la familia, es el primer ente mediante el cual aprendemos como comunicarnos y como lo hacemos con otras personas, una de las funciones que tiene la comunicación al interior de las familias es poder expresar necesidades y que éstas sean escuchadas y satisfechas por otro miembro de la familia. Es fundamental que todos los miembros de una familia puedan expresar sus necesidades, emociones y expectativas sin temor a ser rechazado o no ser considerados por los demás. Al hacer explícitas estas necesidades se establecen relaciones más claras y eficientes (UNICEF, 2003).

El acto de comunicar se basa en elementos interpersonales y habilidades intrapersonales. Éstos incluyen hablar, escuchar, observar, preguntar y procesar, Analizando y evaluando la información. Los destinatarios de un mensaje deben ser capaces de identificar la intención del remitente, teniendo en cuenta el contexto del mensaje, resolver cualquier malentendido, decodificar con precisión la información y decidir cómo actuar en consecuencia. Tales habilidades son esenciales para aprender, formar relaciones sanas, crear un sentido de comunidad y lograr el éxito en el lugar de trabajo, entre otras (Velentzas y Broni, s.f).

Comunicación familiar.

Para determinar cada uno de los elementos relacionados con la comunicación, uno de ellos e indispensable, es la familia, siendo este una comunidad como lo menciona (Martínez, 2003 como se citó en Crespo, 2011) no son la conformación de individuos que viven juntos y se relacionan solo por su contenido genérico , sino que va más allá de lo hereditario , donde cada uno de los miembros aporta , cooperan y facilita a un desarrollo positivo a todos los miembros, concretando un núcleo y equipo para afrontar adversidades de la vida como uno. Se entiende que

cada persona que comprende una familia será progresivamente modelos de enseñanza a los nuevos integrantes de ella, y así sucesivamente, pero enfocándose en lo satisfactorio del asunto. Por ejemplo, cabe resaltar que:

> Los estudios clásicos de Baumrind, dirigidos a estudiar la relación entre la conducta de los padres y los patrones de personalidad de sus hijos, concluyeron que los niños que eran más confiados en sí mismos eran hijos de padres que mostraron alto grado de control paterno, de comunicación padres- hijo, de apoyo por parte de ellos y de madurez. Por el contrario, los padres de niños ansiosos, inquietos y deprimidos ejercían menos control y exigencia de madurez, se comunicaron menos y mostraron menos apoyo. Los padres de niños inmaduros mostraron un nivel de apego medio, pero puntuaron negativamente en todos los demás aspectos. Por lo tanto, el niño bien ajustado recibía de sus padres un control firme pero también amor y afecto, mientras que el niño inmaduro obtenía muy poco control y escasas exigencias de conducta madura (Baumrind, 1971 como se citó en Escrivá, García, Porcar y Díez, 2001).

De allí, la crianza que se maneje dentro de su hogar la pareja de padres-madres hacia sus hijos- hijas, dependerá en gran medida del comportamiento de su niño-niña en la niñez y en su vida adulta, por ello son un modelo a seguir ante diferentes situaciones que se ven expuestas las familias y los miembros que las componen. Asimismo (Darling y Steinberg, 1993 como se citó en Capano y Ubach, 2013) expresan que los estilos educativos parentales son “un conjunto de actitudes hacia los hijos que les son transmitidas y que en su totalidad crean un clima emocional en el cual se expresan las conductas de los padres” (párr. 15).

De este modo, los padres y madres, y en general las figuras de apego, como abuelos o cuidadores constituyen el principal referente de sus hijos e hijas y el principal modelo a imitar. Son la base que determinan diferentes posturas hacia la sexualidad por pare de sus hijos, comenzando por un buen establecimiento del vínculo de apego. Este vínculo permitirá desarrollar una personalidad psicoafectiva y sexual sana, permitiendo establecer relaciones en su etapa de adultez basadas en la intimidad y en la confianza. Además, los padres y madres constituyen modelos de identificación que los hijos imitarán contribuyendo a la identidad de género, por ello es de suma importancia que los padres-madres sean modelos saludables y les transmitan a sus hijos bienestar y conductas igualitarias hacia ambos géneros. Los padres-madres, además, deberán responder a las preguntas relacionadas con la sexualidad de sus hijos-hijas, fomentando el derecho

de una adecuada educación sexual de estos (Lameiras y Carrera, 2009 como se cita en Cerrato, 2016).

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, se tiene en cuenta que, para la edad adolescente, es decir aproximadamente entre los 11 y 15 años, se espera que los jóvenes desarrollen ciertas características de la comunicación al igual que logren suplir algunas necesidades de esta, como por ejemplo (UNICEF, 2011):

- Estar informado y guiado en adulto vida, incluyendo sobre comportamientos que ponen ellos en riesgo y sobre responsable comportamientos sexuales.
- Tener fuerte, modelos positivos con alta moral normas.
- Tener reconocimiento. y respeto de sus opiniones e ideas.
- Que se le permita aprender de los errores y correcto autodestructivos comportamientos.

Algunos de los estilos de crianza son el autoritario, permisivo, democrático y negligentes, siendo primordial en el desarrollo emocional en los niños.

Cada uno de ellos consiste en:

> Los padres que se manejan desde un estilo autoritario le dan una importancia mayor a la obediencia de los hijos, limitan, circunscriben la autonomía. Los padres que funcionan desde el estilo permisivo se encuentran en el extremo opuesto al estilo descripto anteriormente, no ejercen prácticamente ningún control y permiten el mayor grado de autonomía. Los que ejercen el estilo democrático son padres que se encuentran a mitad de camino entre los estilos mencionados anteriormente, intentan controlar el comportamiento de sus hijos, funcionando desde la razón y el razonar con ellos y no desde la imposición o la fuerza. Por otro lado, quienes han crecido y vivido en un ambiente negligente, presentan un sin número de problemas académicos, emocionales y conductuales. La falta de afecto, de supervisión y guía, de estos niños y adolescentes conlleva efectos muy negativos en el desarrollo de los mismos: sienten inseguridad e inestabilidad, son dependientes de los adultos, tienen dificultad de relación con sus pares, tienen baja tolerancia a la frustración. Son niños y adolescentes que pueden presentar conductas delictivas o abusivas (párr.18-21).

Comunicación sexual.

Una adecuada comunicación entre madres-padres e hijos-hijas va a permitir que se desarrolle una confianza y libertad de expresión entre ellos y que permita generar ambientes para hablar diferentes temas, entre ellos la sexualidad, los niños-niñas y adolescentes tienen muchas preguntas respecto a este tema y es en ese momento donde los padres-madres deben estar presentes y tener una comunicación activa con ellos para evitar malas relaciones y conflictos familiares y problemas en los mismos niñas-niños y adolescentes.

Toro (2010) como se cita en Cerrato (2016), afirma que "una comunicación sexual ineficiente, entre otros factores, podrían aumentar el riesgo de conductas como el inicio precoz de citas románticas y relaciones sexuales, un escaso uso de anticonceptivos y un mayor riesgo de embarazos adolescentes" (p. 3), podemos dar cuenta en un estudio de Aspy, Vesely, Oman, Rodine, Marshall y McLeroy, (2007), donde los resultados obtenidos afirman que hay actividades, especialmente de los padres-madres, que pueden aumentar la probabilidad de abstinencia sexual juvenil y prácticas sexuales más seguras. Así, por ejemplo, una comunicación ineficiente por parte de los padres, está relacionado con una autoeficacia sexual baja y conductas sexuales liberales antes del matrimonio (Somers y Ali, 2011, como se cita en Cerrato, 2016). En este mismo estudio, también se encontró que aquellos adolescentes que tienen una mayor comunicación sexual con sus padres, tienen mayores conversaciones con sus parejas y amigos sobre cuestiones sexuales como coito, anticoncepción y abstinencia.

Sin embargo, de lo mencionado anteriormente, estudios como el de González, Vicario-Molina, y Martínez, (2013), demuestran claramente que los padres no conforman el primer recurso de obtención de información sexual en los jóvenes, sino que son los amigos los que ocupan este puesto. Esto puede deberse a que, según el estudio de Rosenthal y Feldman (1999), los adolescentes no consideraban importante la comunicación sobre sexualidad con sus padres. Además, algo muy importante en la familia, es, que la madre es quien ocupa el primer lugar en cuanto agente útil y preferido, por encima del padre (Cerrato, 2016).

En cuanto a las fuentes de información, otros estudios como el de Morawska, Walsh, Grabski, y Fletcher (2015), nos afirman que los padres conocen la importancia de su papel en la educación sexual de sus hijos y son conscientes de que sus hijos, utilizan otras fuentes de información, como la televisión o Internet. Estos resultados coinciden con los del estudio de Sieswerda y Blekkenhorst (2006), donde se afirma que temas como el aborto, el sexo oral o la masturbación, así como las enfermedades de transmisión sexual, son reconocidos por los padres

como temas muy importantes a hablar con sus hijos, sin embargo, un porcentaje muy reducido afirma haberlo explicado a sus hijos antes de la adolescencia o en ella (Cerrato, 2016).

Las fuentes de información a las que recurren los adolescentes para conocer sobre la sexualidad influyen en la construcción de su propia sexualidad y en las prácticas que pueden afectar positiva o negativamente su bienestar y calidad de vida. Los adolescentes recurren a sus pares, quienes fomentan o rechazan el inicio de la vida sexual (Orcasita, Cuenca, Montenegro, Garrido, Haderlein, (2017).

López (2014) como se cita en Cerrato (2016), defienden que los adolescentes sí disponen de información, incluso demasiada que obtienen a través de amigos, iInternet, medios de comunicación, entre otros, pero esta información no está legitimada por la familia, escuela y profesionales de la salud. Por ello, no pueden usarla abiertamente o en algunas ocasiones, la ignoran.

La educación sexual entonces siempre ha sido un tema de tabú entre padres-madres e hijos-hijas, acompañado de ocultar realidades y de silencios lo cual puede ser consecuencia de la educación sexual que han recibido los padres y el hecho de que la sexualidad trata aspectos muy íntimos de las personas, lo cual lo hace sentirse vulnerables ante los demás (Gómez, 2004, como se cita en Cerrato, 2016). Además, estudios como el de Sieswerda y Blekkenhorst (2006), muestra como un 66% de los padres que participaron en el estudio, no se sienten cómodos al hablar de sexualidad con sus hijos, y a pesar de que la mayoría reconoce creer tener conocimientos, un 10% afirma no saber qué decirles a sus hijos.

Estas dificultades también pueden percibirse si tenemos en cuenta que la educación sexual también depende del sexo de padres e hijos, es decir madre-padre e hijos-hijas. Es importante tener en cuenta como es la comunicación entre las familias, dependiendo del sexo, si existen algunas diferencias entre los padres con sus hijos para hablar sobre sexualidad. Un estudio de Jones (2010), muestra como las niñas adolescentes consideran a la madre como su segunda fuente de información más frecuente en el ámbito de la sexualidad. Para los niños adolescentes, este lugar lo ocupa el padre, seguido de los padres (tanto el padre como la madre). En contraposición, las niñas adolescentes nunca hablarían del tema con los padres (quienes no señalaron a la madre como fuente habitual), seguido del padre. Los niños adolescentes, señalan a los docentes como aquellos con los que nunca tendrían conversaciones sobre sexualidad, y luego los padres (Cerrato, 2016).

A su vez, los diferentes temas de educación sexual son tratados de forma diferente según el sexo del adolescente. Un interesante estudio de Jones (2010), muestra como a las mujeres se les insiste más en la importancia de cuidarse de un posible embarazo y/o enfermedades, y, además, introducen un mayor contenido moral en sus conversaciones, hacen hincapié en no mantener relaciones sexuales esporádicas con parejas ocasionales, de momento o solo por "las ganas". Por otra parte, en este estudio, los padres (Sexo Masculino), afirman no hablar de sexualidad con sus hijas, ya que creen que son demasiado jóvenes para hablar de ello y tener relaciones tanto sexuales como afectivas y/o porque no quieren que crezcan y empiecen a tenerlas.

En contraposición, las conversaciones a los chicos adolescentes se centran en la utilización del preservativo, y en menor medida, en sus relaciones o experiencias sexuales. Además, suele ser el padre el que le facilite el dinero o el preservativo para que lo utilice en caso de una posible relación sexual, por lo que de algún modo les da la "potestad" para abrir paso a la posibilidad de mantener relaciones sexuales. A diferencia de las conversaciones que los padres mantenían con las mujeres adolescentes, con los chicos adolescentes no aparecen contenidos morales ni condiciones para mantener relaciones sexuales (Cerrato, 2016).

Según Harris (2016) una profesora asistente de la escuela de enfermería de Boston Collegue en Chestnut Hill afirma que "Los adolescentes han identificado a los padres como su fuente más importante de información y conocimiento sexual y la mayor influencia en sus decisiones sobre el sexo" (p.212). De igual forma afirma que al existir la dinámica comunicativa entre padres e hijos reduce tanto la actividad sexual de sus hijos, el número de parejas en exceso de los mismos y el aumento del uso responsable de anticonceptivos, incluyendo el uso constante del condón. Asimismo, se reducen los riesgos sexuales cuando la comunicación sexual entre padres y adolescentes es abierta, sin tabús, de manera honesta, responsable, con sinceridad, que lleve a los jóvenes a un entendimiento claro y no confunda el objetivo de la enseñanza sexual.

El estudio mencionado por Harris se llevó a cabo por Leeds, Gallagher, Wass, Leytem, y Shlay (2014) y "el propósito del estudio probó la receptividad de la comunidad y evaluó los cambios en la comodidad y la habilidad de los padres en torno a las discusiones sobre salud reproductiva después de la implementación de un programa comunitario de comunicación sexual de padres y adolescentes entre una población predominantemente latina" arrojando como resultados que los padres –madres estaban preocupados por los riesgos a los que estaban expuestos

sus hijos-hijas y no estaban totalmente seguros de cómo abordar estas preocupaciones con los adolescentes.

Con ello se confirma que:

> La comunicación de riesgo sexual entre padres y adolescentes puede ser exitosa al proporcionar una base para los padres que buscan participar en tales conversaciones con sus adolescentes también que, la comunicación de riesgo sexual entre padres y adolescentes puede ser exitosa al proporcionar una base para los padres que buscan participar en tales conversaciones con sus adolescentes.

Otras investigaciones evidencian otros aspectos que complejizan o dificultan el abordaje de la sexualidad entre padres e hijos e hijas adolescentes. Un estudio desarrollado por Bonell, Allen, Strange, Oakley, Copas, Johnsons y Stephenson, (2006):

> Encontró que una tercera parte de los participantes, entre los 15 y 16 años, reportaban una comunicación difícil con sus respectivos padres. Algunas de las razones pueden estar relacionadas con lo hallado por Barceló y Navarro (2013) en Colombia, en el sentido de que los participantes manifestaron una limitada comunicación con sus padres debido al nivel de escolaridad (primaria o inferior) de sus progenitores (las madres con un nivel de educación 21.8% mayor con respecto al 17.6% de los padres). Otros aspectos que, según el estudio de Barceló y Navarro (2013), influyen negativamente en la comunicación entre padres e hijos sobre sexualidad son: la vergüenza para hablar del tema por parte de los adolescentes (con el padre 37.3% y con la madre 45.1%); porque no hay la suficiente confianza con sus figuras parentales (con el padre 27.4%; con la madre 20.4%); o porque no saben cómo abordar el tema con ellos (con el padre 12.9%; con la madre 18.8%). Por otro lado, a los padres y madres se les dificulta hablar de distintos temas con sus hijos e hijas (13.1%), especialmente cuando se trata de la sexualidad (36.3%). Aunque son las madres (51.5%) quienes demuestran tener mejor comunicación con los adolescentes sobre sexualidad cuando se les compara con los padres (46.5%; Gaona, Montijo, & Díaz-Loving, 2013, como se cita en Orcasita, Cuenca, Montenegro, Garrido, Haderlein, 2017).

Por otro lado, Sevilla y Orcasita (2014) encontraron que tantos padres (26%) como hijos (50%) consideraban insuficiente o muy poca la comunicación familiar, debido al tipo de crianza recibida por los padres durante su infancia y adolescencia, porque no tuvieron a alguien que les informara, hablara o educara sobre la sexualidad. En efecto, este era un tema que no se podía tocar

dentro de la dinámica familiar, lo que generó un distanciamiento o evasión del diálogo acerca el tema, y los padres son conscientes de que así fue durante mucho tiempo, y que hasta este siglo se ha dado más libertad de expresión respecto al tema (Orcasita, Cuenca, Montenegro, Garrido, Haderlein, 2017).

Según la especialista en el tema de familia, Patricia Ares, el "lenguaje de la intimidad se aprende dentro de la familia. Cuando los hijos disfrutan de una buena comunicación con los padres, resulta más fácil escuchar sus consejos, pedirles ayuda cuando la necesitan, exponer criterios y hacer preguntas" (Barbón, 2011, p. 240).

El uso de la tecnología juvenil y la comunicación sexual.

Encontramos en Bolivia una app, la cual habla sobre sexualidad para jóvenes y adolescentes. Infosex, que aborda la temática de derechos sexuales y reproductivos en un lenguaje simple y accesible para jóvenes y adolescentes. La institución Católicas por el Derecho a Decidir en torno a esta problemática se desarrolló la primera aplicación en Sudamérica que brinda información sólida y objetiva desde teléfonos inteligentes con sistema Android.

"Muchas veces la sexualidad es vista como un tema tabú, pero está demostrado que mientras más información se tiene, más se postergan las relaciones sexuales coitales" (Sanabria, 2014). Además, el conocimiento permite prevenir embarazos no deseados y el contagio de enfermedades venéreas", asegura Laura Casanovas, coordinadora de la Unidad de Comunicación y Medios, y autora de la aplicación.

En la misma, que puede descargarse de forma gratuita, se abordan seis áreas que consideraron importantes para el lanzamiento de la aplicación, en septiembre de este año. La primera está referida a información general sobre sexualidad, género, derechos sexuales y reproductivos, entre otros temas. La segunda ahonda sobre la variedad de métodos anticonceptivos que se pueden usar. La tercera responde preguntas frecuentes sobre relaciones sexuales, la cuarta trata de un cuestionario sobre mitos y verdades entorno a este tema, donde se responde con falso y verdadero, y se resuelven algunas dudas comunes. La quinta es un test para saber si se atraviesa por un noviazgo violento. Y la sexta desarrolla lo que es la violencia sexual, cómo prevenirla y qué hacer en caso de ser víctima de la misma (Sanabria, 2014).

El contenido de cada ítem fue desarrollado por un equipo multidisciplinario de la Unidad de Capacitación y Educación, encargado de realizar una serie de talleres con diferentes grupos etéreos respecto a los derechos sexuales y reproductivos, en su primer mes de promoción, la

aplicación obtuvo más de 400 descargas no sólo en Bolivia, sino también en Argentina, Brasil, Ecuador y Rusia. Casanovas atribuye este alcance a que se trata de la única en español que aborda esta temática (Sanabria, 2014).

Encontramos a "Girl Talk": aplicación de teléfono inteligente enseña a las niñas sobre la salud sexual.

Investigadores del Journal of Pediatric and Adolescent Gynecology describen su solución para ayudar a prevenir embarazos no deseados, creen que pueden ayudar a que más niñas obtengan la información y el apoyo que necesitan para ayudar a evitar un embarazo no deseado. Su solución consiste en Girl Talk: una aplicación de educación sobre salud sexual que las niñas pueden descargar libremente y tener de forma privada en sus celulares. Esta aplicación hasta ahora solo se ha probado en los EE. UU., pero según las investigadoras, podría ayudar a las niñas de todo el mundo a obtener información importante para la prevención de un embarazo no deseado, como el uso de anticonceptivos, la imagen corporal y los estilos de vida saludables. El uso de la tecnología y de los teléfonos inteligentes es particularmente prometedor, dados los muchos desafíos de proporcionar una educación de calidad sobre la salud sexual para los jóvenes de ambos sexos en muchos países y regiones por medio de estas herramientas tecnológicas. Alrededor de la mitad de la población mundial tiene un teléfono inteligente y esas cifras continúan creciendo (Brayboy et al., 2017).

Girl Talk es una "intervención innovadora relacionada con la educación integral en salud sexual que tiene el potencial de ayudar a combatir el embarazo no deseado y las ETS",Brayboy dijo que la aplicación aún no está disponible para su descarga, ya que, les gustaría desarrollar una versión más sofisticada que pueda actualizarse continuamente con nueva información y también les gustaría que la aplicación esté equipada para ayudar a las jóvenes a encontrar médicos "amigos de los adolescentes" cerca de casa. En última instancia, también les gustaría realizar un estudio para mostrar si las niñas que usan una aplicación de este tipo tienen mejores resultados, según lo medido por las tasas más bajas de embarazo e ITS (Brayboy et al., 2017).

Una frase llamativa que ofrece a la población juvenil y al uso de la Tics es Plowman, Stephen y McPake, J. (2010) aportando que:

> Las experiencias de los niños con la tecnología en el hogar pueden contribuir a las actividades en la sala de juegos y los primeros años de la escuela primaria asimismo la investigación reportada aquí describe las competencias, el conocimiento y la comprensión

que los niños desarrollan en el hogar al jugar con la tecnología y al formar parte de una familia en la que el uso de tecnologías para tareas domésticas, el ocio y el trabajo o el estudio son solo actividades cotidianas (p.11-12).

Por ello el uso del tiempo libre es indispensable, pero enfocándolo hacia el beneficio propio y si se puede hacia el beneficio familiar. Los niños y niñas aprenden de manera regular todas aquellas acciones que realizan sus padres y madres, siempre y cuando se les enseñe hacer el uso responsable de la tecnología incrementando el juego relacionado con el aprendizaje.

Marco Ético

De acuerdo a las Ley 1090 de 2006 que rige el quehacer del psicólogo, reglamenta que al realizar investigaciones con participantes humanos se atribuye sobre el juicio que hace cada psicólogo, teniendo en cuenta cómo aporta al desarrollo de la psicología y al bienestar del ser humano. Cada profesional de psicología al desarrollar la investigación considera las variedades en diseños, alternativas, métodos, etc. hacia las cuales puede dirigir los esfuerzos y los recursos. También "el psicólogo aborda la investigación respetando la dignidad y el bienestar de las personas que participan y con pleno conocimiento de las normas legales y de los estándares profesionales que regulan la conducta de la investigación con participantes humanos "(p.2).

Objetivos

Objetivo General

Brindar herramientas por medio de una APP a padres-madres y sus hijos-hijas para facilitar y mejorar la comunicación y el diálogo respecto a temas de sexualidad.

Objetivos Específicos

1. Dar a conocer a los miembros de la familia de qué forma se deben abordar temas de sexualidad.
2. Orientar a los padres-madres de familia para lograr una adecuada comunicación con sus hijos-hijas sobre diferentes temas de sexualidad.
3. Generar por medio de adecuadas conexiones comunicativas un bienestar sexual y responsable entre los adolescentes.

Metodología

Diseño.

El presente estudio, se plantea desde un diseño no experimental de tipo transversal y cuantitativo. La investigación cuantitativa frecuentemente cuantifica relaciones entre variables - la variable independiente o predictiva y la variable dependiente o resultado. De forma general, se clasifican diseños de investigación cuantitativa en no experimentales como experimentales. Diseños no experimentales son usados para describir, diferenciar o examinar asociaciones, en vez de buscar relaciones directas entre variables, grupos o situaciones. No existen tareas aleatorias, grupos control, o manipulación de variables, ya que este modelo utiliza apenas la observación. Los diseños no experimentales más comunes son los estudios descriptivos y de correlación (Sousa, Driessnack & Costa, 2007).

Se entiende por diseños no experimentales aquellos estudios en que se ponen a prueba hipótesis que afirman relaciones de causalidad entre variables, estrictamente, sólo permiten conocer en qué medida están vinculadas, aunque a veces el investigador, basándose en ciertos conocimientos previos a su trabajo, puede interpretar una asociación hallada en términos de causa y efecto (Echeverría, 2016).

De acuerdo a lo anterior, se trabaja este diseño ya que busca relación entre las variables, comunicación entre padres-madres e hijos-hijas con los futuros procesos físicos sexuales y valorar como una adecuada comunicación influye en estos, además se hace en un solo momento.

Población.

Dirigida a padres-madres que tengan hijos-hijas en un rango de edad de los 10 a los 15 años. De estado socioeconómico de 0 a 6, teniendo en cuenta que los estratos más bajos tienen dificultad en el uso de recursos tecnológicos, lo que no los excluye del uso de la App, ya que cuentan con bibliotecas públicas, tecnología por parte de instituciones educativas y bien algunos cuentan con celulares inteligentes que les facilitara su acceso.

Las localidades directas para el uso de la App, localidades como Bosa, Kennedy, Engativá, Suba y Ciudad Bolívar, las cuales se seleccionaron específicamente por la gran cantidad de menores entre los 10 y 14 años de edad, siendo las seleccionadas, con una mayor población, variando entre el 10% y 15%, que ocupan algunas localidades de Bogotá, estas cifras son obtenidas de la Secretaría Distrital Planeación de Bogotá**,** proyecciones de población por localidades de Bogotá 2016-2020 realizado en octubre 2014.

Como se indica en la Figura 1 se especifican las localidades beneficiadas, según estadísticas por porcentajes, siendo la población aproximada de niños y niñas entres los 10 y los 14 años.

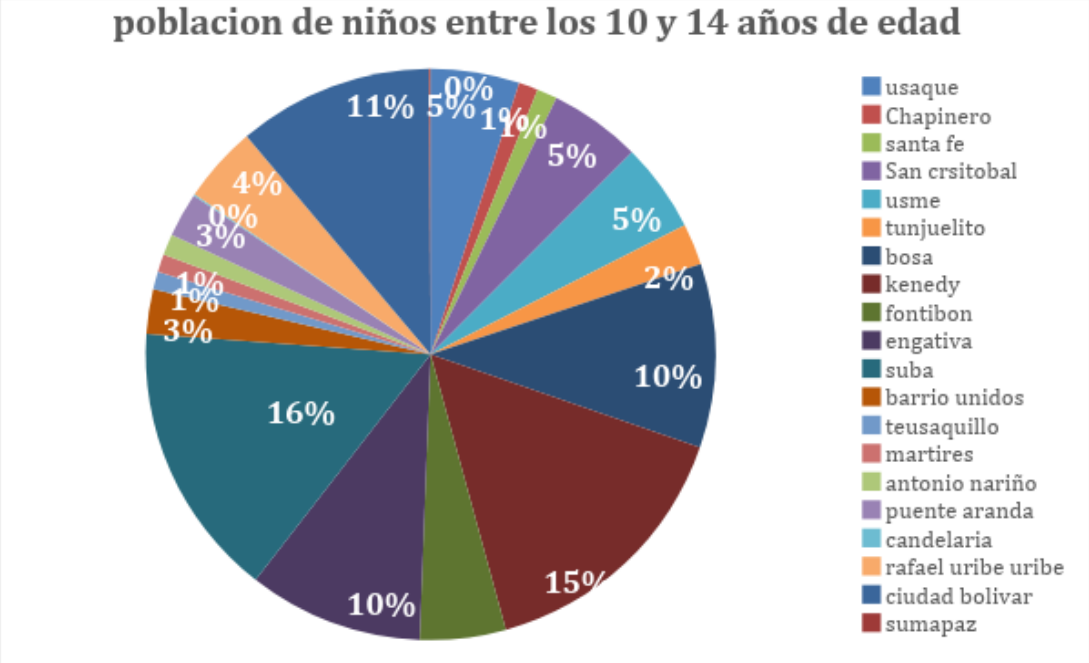


Figura 1. Población de niños entre los 10 y 14 años de edad de las localidades de Bogotá

Instrumentos.

Los instrumentos utilizados para evaluar el nivel de comunicación entre padres-madres e hijos-hijas, corresponden a dos encuestas, la primera dirigida a padres-madres (ver apéndice 1) y la segunda dirigida a hijos-hijas (ver apéndice 2), de acuerdo a un estudio sobre actitudes y creencias de padres y madres hacia la educación sexual, adaptada al instrumento utilizado por (López, 2016). Para la evaluación dirigida a padres y madres emplea la Escala de creencias sobre la comunicación sexual entre padres y adolescentes (Schouten, van den Putte, Pasmans y Meeuwesen, 2007).

Correspondiente a la primera encuesta está conformada por 21 ítems. La segunda encuesta dirigida a hijos e hijas tiene 10 ítems donde se rige por preguntas dicotómicas entre sí y no y variedades de opciones, las cuales evalúan el nivel de comunicación entre los padres-madres de familia con sus hijos-hijas sobre temas de sexualidad.

Procedimiento.

Fases I: Diseño y elaboración de la justificación y del marco teórico: De acuerdo a la revisión y estudio acerca del tema trabajado en la presente investigación, se toma en cuenta la información encontrada para dar a conocer que es la comunicación, la sexualidad, y como se ha venido hablando de esto durante varios años y la influencia de estos temas en el desarrollo físico psicológico y social del ser humano, además de acuerdo a lo mencionado como es la relación entre padres-madres e hijos-hijas respecto a esto.

Fases II: Validación de instrumentos: Se realiza el diseñan y validan dos encuestas para padres-madres de familia, como para los hijos-hijas, que indican el nivel de comunicación entre estos, y qué aspectos o temas deben ser trabajados desde la app, para el fortalecimiento de estos, se tienen en cuenta dos categorías. Posterior a esto, se elabora un consentimiento informado para los padres, lo cual indica que se mantiene confidencialidad y se realiza la encuesta de manera voluntaria, de igual forma a los padres que tengan hijos menores de edad, para autorizar a los niños- niñas y adolescentes a participar en el estudio.

Fases III: Aplicación y análisis del instrumento: Se aplica a padres y madres de familia e hijos-hijas de las localidades donde existe mayor porcentaje de niños-niñas y adolescentes con las edades requeridas para el estudio, posterior a esto, las técnicas utilizadas consisten en análisis descriptivos y para la tabulación de los datos obtenidos, se hace por medio del paquete estadístico SPSS, lo cual nos mostrará cuantitativamente los datos arrojados por la población encuestada y en Microsoft Excel la organización de datos y diferentes figuras.

Fases IV: Estudio de mercadeo: por medio de esa fase se quiere estudiar y analizar la viabilidad de nuestro proyecto que tiene como finalidad un producto, se recopila información de nuestros posibles clientes, competidores, precio, el paso a paso para observar que tan impactante y funcional puede ser nuestro producto final.

Fases V: Diseño, elaboración y validación del producto: Se realiza un mapa inicial del producto para determinar el paso a paso de la elaboración del producto final, los elementos que componen el producto, su diseño general, su contenido, para finalmente saber cuál va a ser nuestro producto.

Fases VI: Elaboración del Informe final

Resultados.

Con el fin de alcanzar los objetivos planteados en esta investigación se obtuvo la información de los instrumentos aplicados por medio de gráficos y tablas en el programa Excel para su posterior análisis e interpretación y así obtener una mejor comprensión de los datos.

Se presentan primero los datos de la encuesta realizada a padres-madres de familia, de acuerdo a los ítems que se evaluaron en el instrumento, luego de la encuesta realizada a los adolescentes y finalmente la encuesta de necesidades de nuestros clientes.

Se aplicó el instrumento a 20 padres-madres de familia y 20 adolescentes de la localidad de Fontibón, a continuación, se presenta el análisis de resultados de acuerdo los instrumentos aplicados.

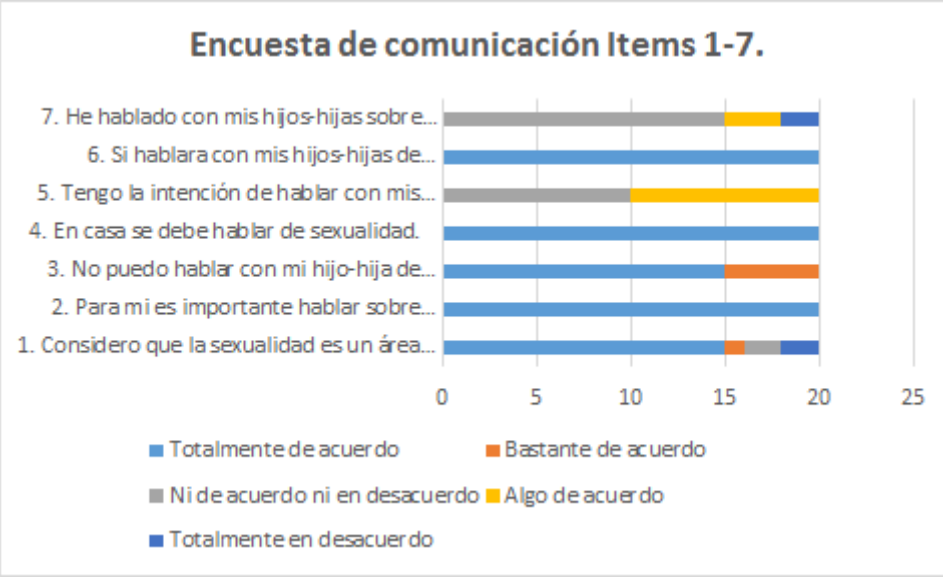


Figura 2. Resultados Encuesta realizada a padres de familia ítem 1-7.

De acuerdo a la gráfica anterior y los ítems evaluados en esta, se puede decir que los padres-madres de familia creen que la sexualidad es un tema importante para hablar con sus hijos- hijas, pero no lo hacen porque tienen desconocimiento del tema y/o no saben de qué manera abordar el tema con ellos, discutir y conversar sobre ello.

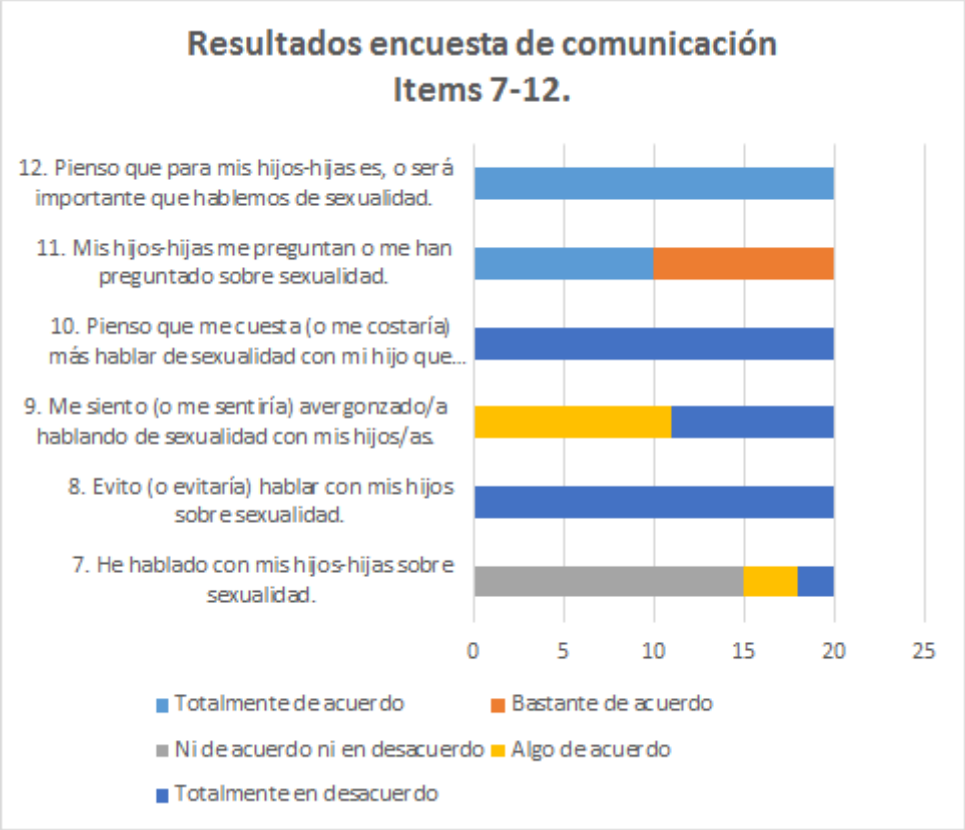


Figura 3. Resultados

Encuesta realizada a padres de familia ítem 7 al 12

Para los siguientes ítems (7 al 12), se puede decir que los padres-madres de familia piensan que la sexualidad es un tema importante y que se debe trabajar con sus hijos-hijas, que no hay que evitar el tema si no por el contrario hablarlo desde casa, sin embargo algunos de ellos les daría vergüenza hacerlo a otros no tanto, según las personas en encuestadas, a la totalidad de ellos, sus hijos-hijas les han preguntado o preguntan sobre sexualidad y les parece importante que se hable sobre este tema con los adolescentes.

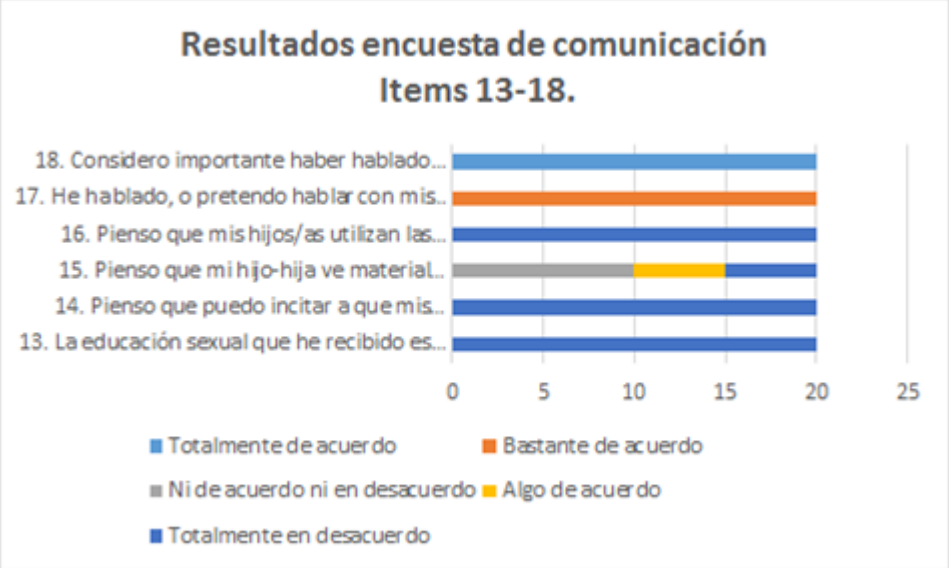


Figura 4. Resultados Encuesta realizada a padres de familia ítem 13 al 18

Para la figura anterior, se puede evidenciar que los padres-madres, en su totalidad, tienen la intención de hablar con sus hijos-hijas sobre el uso que le dan a las redes sociales y cómo se deben usar de manera adecuada, también es importante resaltar que los padres-madres consideran importante haber hablado de sexualidad con sus hijos-hijas antes de que estos empiecen a tener algún tipo de relación afectiva o sexual, es decir que se está teniendo en cuenta el tema de prevención, para un buen manejo de la sexualidad en el futuro.

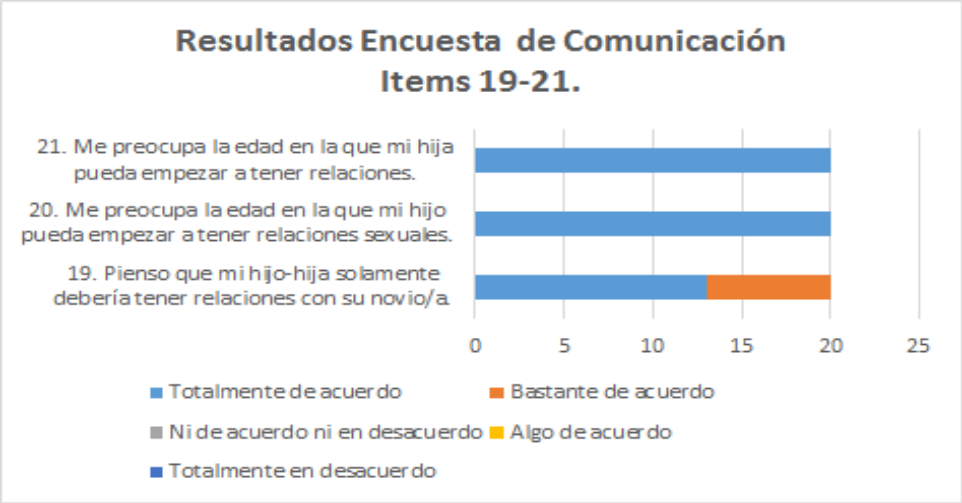


Figura 5. Resultados Encuesta realizada a padres de familia ítem 19 al 21

Evidenciamos que hay bastante preocupación de los padres-madres de familia por el inicio de la vida sexual de los adolescentes y consideran que deben tener relaciones solo con su pareja, de acuerdo a este gráfico se considera que la sexualidad de los adolescentes es un tema de interés para los padres-madres de familia y no son indiferentes a la vida sexual de sus hijos-hijas.

Resultados. Encuesta a hijos-hijas

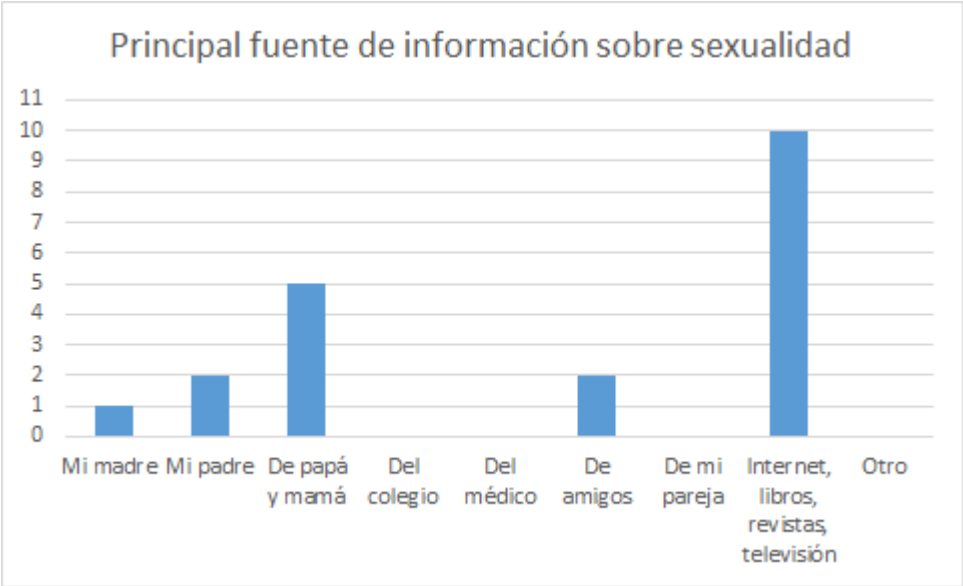


Figura 6. Resultados Encuesta realizada a hijos-hijas ítem 1

Para el ítem Número 1, se tiene en cuenta la fuente de información de los adolescentes sobre sexualidad, la mayoría de ellos la obtiene por internet, libros, revistas y televisión y otro gran porcentaje la obtiene por medio de sus padre y madre o alguno de los dos y otros por medio de sus amigos, sin embargo, es importante tener en cuenta que los medios de comunicación están siendo la principal fuente de información de los adolescentes.

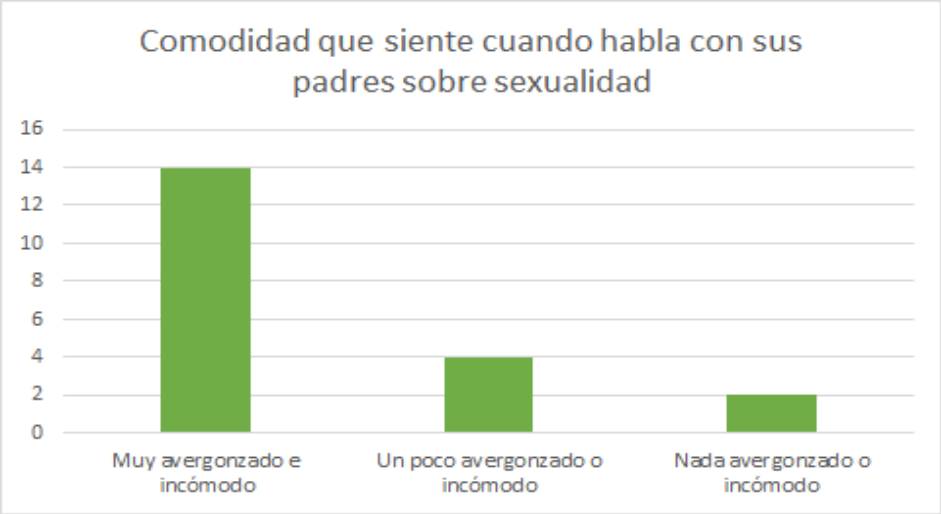


Figura 7. Resultados Encuesta realizada a hijos-hijas ítem 2.

Para el ítem 2, se evalúa qué tan cómodo se sientes los hijos-hijas al hablar de sexualidad con sus padres-madres, según los adolescentes encuestados la gran mayoría de ellos se siente muy avergonzado e incómodo al hablar de sexualidad en su casa, muy pocos se sienten cómodos y sin vergüenza de hacerlo.

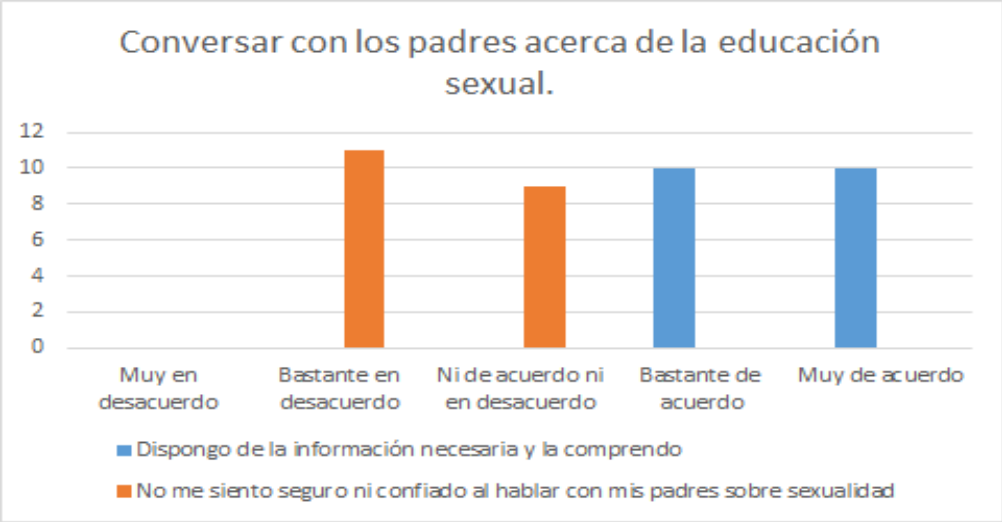


Figura 8. Resultados Encuesta realizada a hijos-hijas ítem 3 y 4.

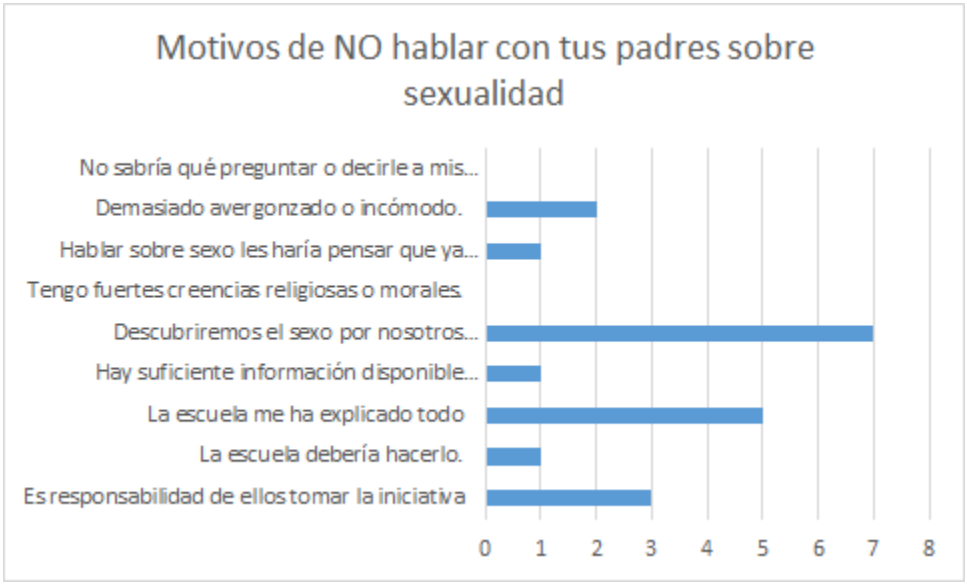


Figura 9. Resultados Encuesta realizada a hijos-hijas ítem 5

Según los adolescentes encuestados, los motivos por los cuales no hablan con sus padres-madres sobre sexualidad y puntuando la más alta, es que descubren el sexo por ellos mismos cuando estén preparados y llegue el momento, seguido de esto está que no lo hablan con sus padres, ya que en el colegio o en la escuela les dan toda la información necesaria y posteriormente que los padres-madres son los responsables de tomar la iniciativa para hablar con ellos, otros por vergüenza y otra minoría porque ya hay suficiente información para hacerlo y no tienen que

hablarlo con sus padres-madres y que además si lo hacen sus padres pensarían que ya iniciaron su vida sexual.



Figura 10. Resultados Encuesta realizada a hijos-hijas ítem 6

Para el 75% de los adolescentes es importante hablar con sus dos padres (papa y mama) si llegaran hacerlo, el 20% siente que sería mejor hablarlo con su madre y el 5% lo hablaría con su padre.

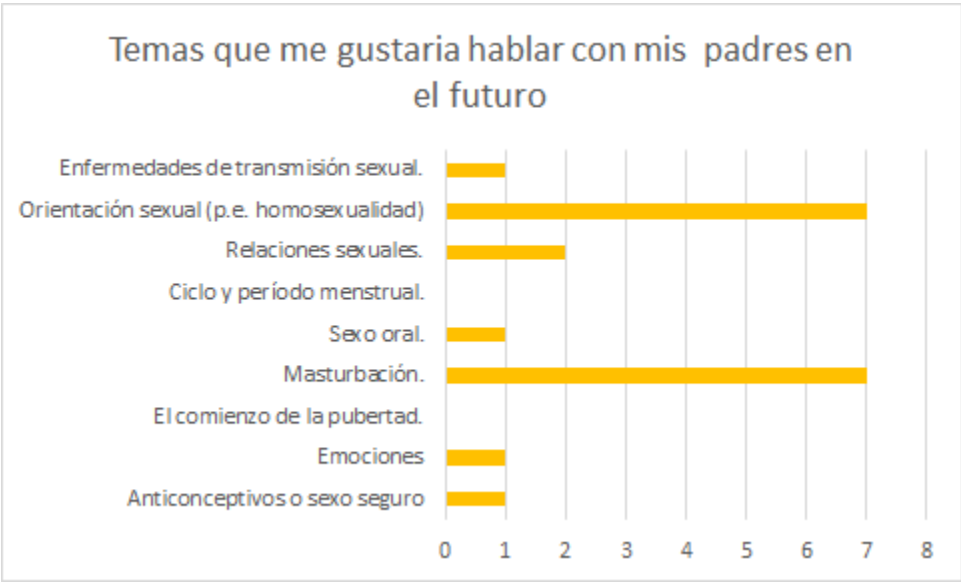


Figura 11. Resultados Encuesta realizada a hijos-hijas ítem 7

Según el gráfico anterior los temas de mayor interés por los adolescentes para hablar con sus padres serían sobre; Orientación sexual y masturbación, en otro menor porcentaje están las relaciones sexuales y en menor cantidad las enfermedades de transmisión sexual, el sexo oral emociones y anticoncepción.

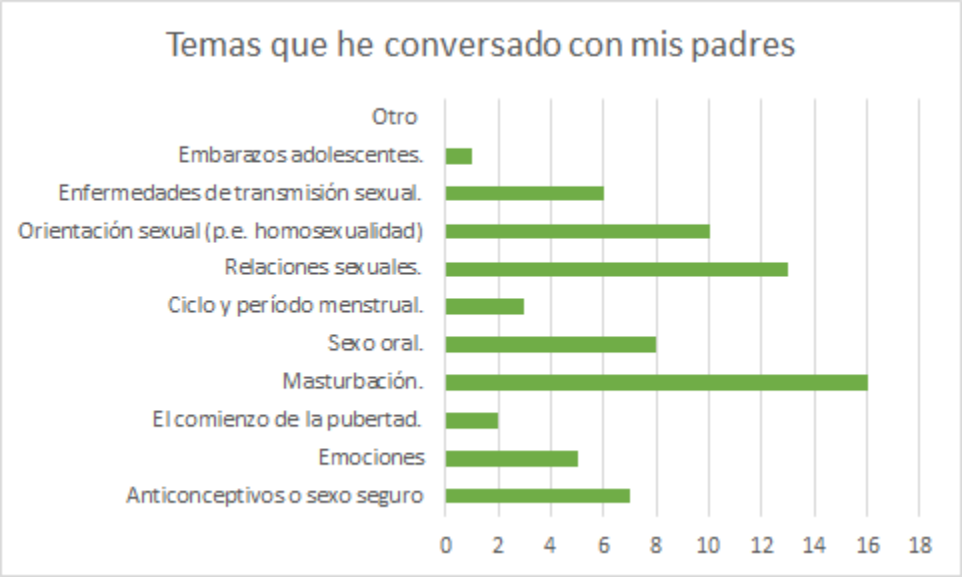


Figura 12. Resultados Encuesta realizada a hijos-hijas ítem 8

De acuerdo a los adolescentes encuestados, los que han hablado con sus padres en su gran mayoría han conversado sobre masturbación y relaciones sexuales, otros también sobre orientación sexual y sexo oral y enfermedades de transmisión sexual, otros han conversado en un menor porcentaje sobre anticonceptivos, emociones, ciclo y periodo menstrual.

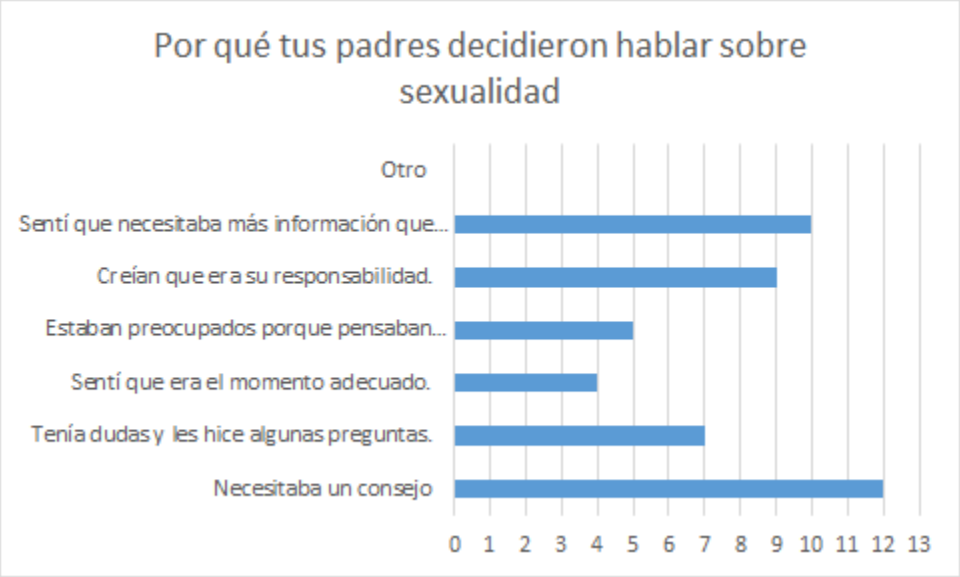


Figura 13. Resultados Encuesta realizada a hijos-hijas ítem 9

Para el ítem Número 10, los adolescentes hablaron con sus padres sobre sexualidad ya que necesitaban un consejo en su gran mayoría, otros por que necesitaban más información de la que ya tenían conocimiento por la fuente de su colegio y por qué creen que es responsabilidad de sus padres hablar con ellos.

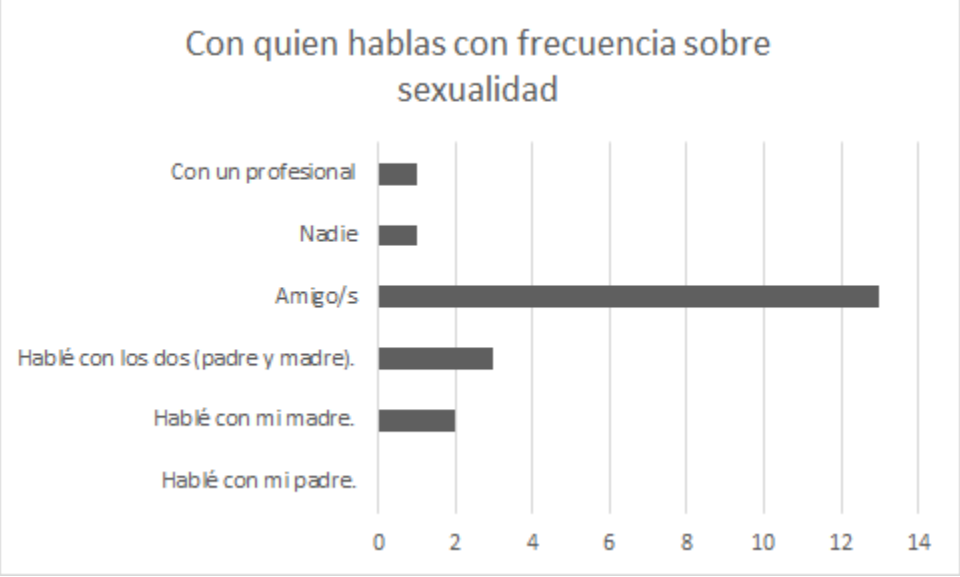


Figura 14. Resultados Encuesta realizada a hijos-hijas ítem 10

Según la encuesta aplicada, los adolescentes en su gran mayoría hablan cobre sexualidad con sus amigos, otros pocos con sus padres (mamá y papá) y otros con su mamá.

En un menor porcentaje los adolescentes lo hablan con un profesional o con ninguna persona.

Resultados. Encuesta



Figura 15. Resultados Encuesta de necesidades del cliente ítem 1

Según las personas encuestadas el 95% usan su teléfono inteligente, tan solo el 5% no le da un uso constante.

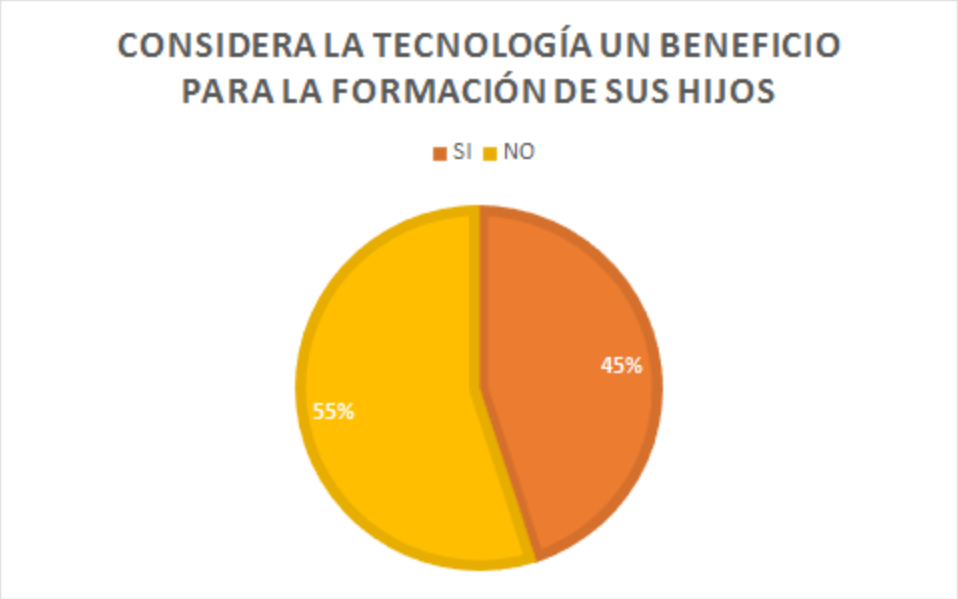


Figura 16. Resultados Encuesta de necesidades del cliente ítem 2

La mayoría de las personas encuestadas, 55% consideran que la tecnología no es beneficiosa para la formación de sus hijos-hijas mientras que un 45% si lo considera importante y beneficioso.



Figura 17. Resultados Encuesta de necesidades del cliente ítem 3

El 65 % de los encuestados no hacen uso de la play store de su teléfono inteligente, mientras que un 35% si la usa.

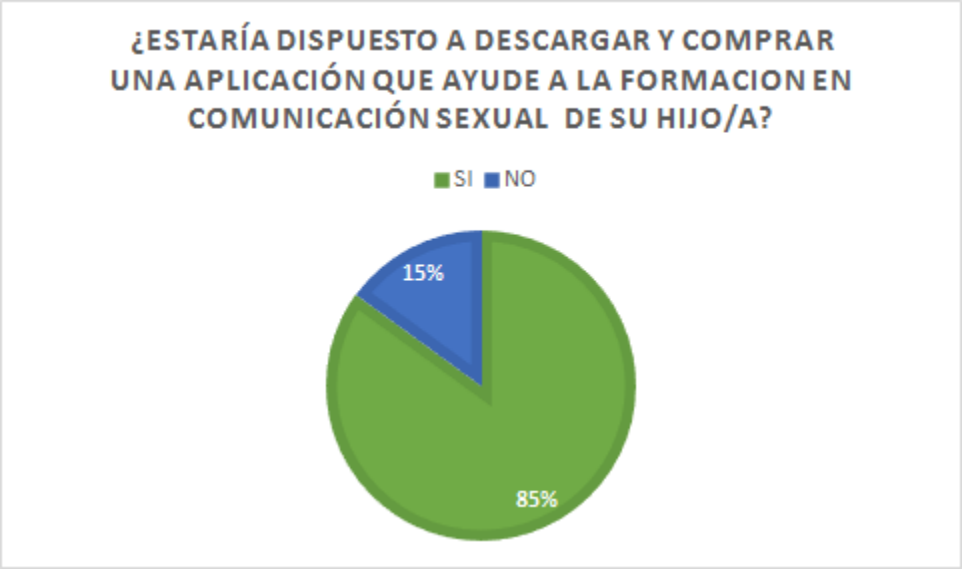


Figura 18. Resultados Encuesta de necesidades del cliente ítem 4

En la figura anterior se evidencia que el 85 % de los encuestados estarían dispuestos a comprar y descargar una aplicación para la formación en comunicación sexual de su hijo-hija, tan solo el 15% no estaría dispuesto a hacerlo.

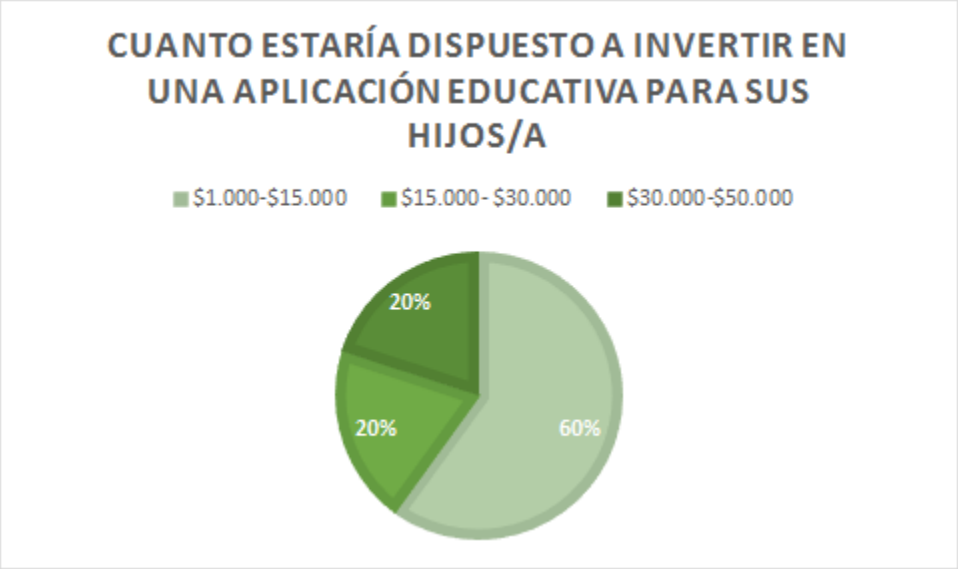


Figura 19. Resultados Encuesta de necesidades del cliente ítem 5

El 60% de los padres-madres de familia estaría dispuesto a invertir entre 1000 y 15000 pesos en la aplicación educativa de comunicación sexual, el 20% de los padres haría una inversión monetaria entre 15000 y 30000 y otro 20 % invirtió entre 30000 y 50000 pesos para la aplicación.



Figura 20. Resultados Encuesta de necesidades del cliente ítem 6

La figura anterior muestra las temáticas de mayor interés para los padres-madres de familia a trabajar con sus hijos-hijas por medio virtual, el 35% menciona que la temática que más les interesa conversar sería la de sexualidad, seguida de un 25% que menciona que también el estado emocional sería una importante temática para trabajar y con el mismo porcentaje, el 20% de los encuestados refiere que los intereses personales y profesionales junto con las enfermedades de transmisión sexual serian un buen tema para conversar entre padres e hijos.

Ninguno de los padres-madres de familia encuestados refirió que sería importante tratar el tema de noviazgo con sus hijos-hijas.

Según las personas encuestadas el 95% usa su teléfono inteligente, tan solo el 5% no le da un uso constante por ello nuestro producto sería una herramienta que fácilmente podrían encontrar en la play store y animar a la descarga, también estando en la era digital sería de fácil acceso su búsqueda, aún más en padres de familia que están inmersos en la tecnología para afianzar vínculos con sus hijos-hijas. Otro dato representativo es que aproximadamente el padre de familia gastaría en una aplicación que generará beneficios formativos a sus hijos entre un costo económico de mil a los quince mil pesos colombianos, y el costo de la app entra en su compra directa, ya que este costo monetario es de asequible al bolsillo de aquellos que solamente sobreviven con el salario mínimo vigente colombiano.

Discusión

En la encuesta de comunicación sexual dirigida a padres y madres de familia mostró puntuaciones similares a otros estudios, específicamente se encontraron semejanzas con los datos obtenidos por la investigación de Ruiz, López, Carlos, Calatrava, Osorio y Irala (2012), quienes reportan que los jóvenes tienen una mayor inclinación de hablar temas relacionados con sexualidad con sus padres y amigos con un 70% como fuente principal de información. Igualmente, el estudio llevado a cabo por Puentes, Domínguez, Rodríguez y Correa (2012) encontró información similar teniendo en cuenta una diferencia significativa respecto a la fuente de información como lo son los amigos llevando así en una posición notoria con un 70% entre el padre y madre las fuentes más frecuentes relacionadas con la sexualidad. De esta manera, los datos de comparación resultan ser similares a los reportes arrojados por las encuestas realizadas entre padres-madres e hijos/as.

En lo correspondiente a la encuesta de comunicación entre padres-madres e hijos-hijas, se obtuvo una cantidad visible sobre la importancia de tratar temas en el hogar sobre sexualidad, ya

que los padres y madres consideran al 100% la importancia de hablar sobre sexualidad con sus hijos/as, teniendo como base sus conocimientos personales y transmitirlos de la mejor manera a los menores así logrando un mejor entendimiento y evitando confusiones de varias fuentes de información virtuales que solamente se encargan de angustiar situaciones que viven los niños hoy en día.

De igual manera estudios realizados por Perneta, Gutiérrez, Jiménez y Bermúdez (2007), donde se encontró que los jóvenes hacen uso constante del internet para informarse en aspectos relacionados con la salud en general , sugiriendo que ”el internet debería convertirse en un recurso potente para la aplicación de las directrices que la Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda a los sistemas de salud con respecto a los adolescentes y jóvenes” (p.45), contrastando los datos arrojadas en la encuesta de comunicación padres e hijos, siendo en su gran mayoría la fuente líder de información.

Los resultados generales muestran que la mayoría de padres y madres de familia y adolescentes tienen vergüenza al tratar temas sobre la sexualidad, e iniciar, mantener y finalizar una conversación frente al tema no es tan factible en los adolescentes, ya que su primer contacto con estos temas con sus amigos. A diferencia de algunos estudios la vida sexual de los jóvenes según Mendoza, Arias, Pedroza, Nicolita, Ramírez, Cáceres, y Acuña (2012) señalan que inicia aproximadamente de los 15 a los 16 años de edad para las jóvenes de muchos países, mientras en algunos países del Caribe, inician la vida sexual a una edad tan temprana como los 10-12 años acogiendo la población de la investigación.

En el estudio de Sevilla y Orcasita (2014) demostraron que al centrarse en temas de comunicación entre los padres y los hijos el 26% consideran que su confianza y satisfacción de interacción con sus hijos-hijas es muy bajo contrastada con la percepción de sus hijos siento netamente negativa y superando el dato a un 50%. En relación con los datos obtenidos en la encuesta realizada a los adolescentes ya que máxima vergüenza para contactar a sus padres en temas de comunicación en sexualidad, con ello en el mismo estudio realizado por Sevilla et.at (2014) en temas relacionados con la sexualidad un 46% de los padres de familia reportaron no haber tenido información sobre ello en el último año y que solo el 33% de sus hijos registró ausencia de estas temáticas en su casa.

Respecto al estudio de mercadeo**,** un aspecto a resaltar es el uso de las TICS en las familias donde en relación con el estudio realizado por Herrero y González (2006) confirman que en España

el uso del internet en el hogar oscila entre el 25% de padres y madres frecuentan y permanecen conectados a internet, utilizando algunos días o fines de semana y en algunos hogares el 12.9 % de los niños-niñas se conectan todos los días. Confirmando así con la encuesta de necesidades del cliente, siendo un 95% el uso constante de los padres de familia de su teléfono inteligente, no solo en aspectos laborales sino de libertinaje y contacto con sus familias.

En síntesis de acuerdo a las diferentes percepciones que tiene los padre-madres e hijos-hijas concuerdan en la manera de abordar temáticas de sexualidad pero el gran reto es que se vea desde los dos puntos de vista como temas cotidianos sin que los jóvenes recurren a personas o medios con menos o poca información que sus propios padres , de igual forma algunos de los padres manifestaban no tener el mayor abordaje sobre la temática pero que uno de los recursos que brinda el siglo XXI el internet y que por medio de él logran contrastar información donde tiene vacíos logrando así una expresión más clara a sus hijos e hijas.

Conclusiones y Recomendaciones.

Teniendo en cuenta los objetivos de la investigación y el producto final al cual se quiere llegar, de acuerdo a los resultados podemos evidenciar que el nivel de comunicación entre padres-madres de familia se encuentra en un promedio bajo, la mayoría de los padres asume la responsabilidad de ser los principales agentes de impartir valores y conocimientos sobre sexualidad a sus hijos-hijas, sin embargo en varias ocasiones la vergüenza y el no saber de qué manera abordar el tema les impide conversar acerca de él a pesar de que algunos de ellos tienen conocimientos previos de sexualidad. Cabe resaltar que se debe tener en cuenta la importancia del diálogo y el conocimiento de emociones entre padres-madres e hijos-hijas para desarrollar una buena comunicación, conocer a sus hijos-hijas y sus gustos, el entorno que los rodea, propicia una mejor comunicación.

Por otra parte de acuerdo a los resultados, y dando respuesta a una de las preguntas de investigación, los adolescentes creen que se facilita más hablar sobre sexualidad con su mamá que con su papá, esto puede ser debido a que hay un mayor grado de confianza e interacción con esta, sin embargo los padres-madres siguen siendo responsables de esta labor pero se está dando paso a los medios de comunicación para que los adolescentes se informen por ellos mismos y los padres se muestran un poco indiferentes porque creen que la fuente de información es suficiente pero en realidad pueden caer en algunos errores, en mitos e información poco confiable y llevarlos a

realizar prácticas sexuales peligrosas para ellos, a pesar de ello, la mayoría de los padres-madres de familia considera importante enseñar a sus hijos acerca del uso de la tecnología y redes sociales.

En concordancia con sus padres- madres y los adolescentes los temas que más se han hablado con ellos son los contenidos relacionados con orientación sexual y aquellos asociados al placer sexual, anticonceptivos y enfermedades de transmisión sexual. Coinciden con sus padres en que los temas de sexualidad se deberían hablar, pero en la mayoría de los casos les gana la vergüenza para hacerlo.

También se debe mencionar que para los padres-madres es de suma importancia la educación sexual de sus hijos-hijas por lo cual estarían dispuestos a manejar y pagar una herramienta tecnológica que les permita conocer más a sus hijos-hijas y poder conversar acerca de sexualidad y además de qué manera abordar el tema, por eso se trabajan desde nuestra App los temas de inteligencia emocional, sexualidad y noviazgo y relaciones.

Se recomienda el uso de la tecnología constante por parte de los padres-madres de familia, no solo a nivel laboral sino interactivo para el buen desarrollo académico y personal de sus hijos-hijas. De igual forma que los colegios mantengan comunicación con los padres-madres de familia a nivel socio afectivo de sus hijos y no solo a nivel escolar e institucional. El uso restrictivo de aparatos electrónicos debe ser coordinado por personas adultas e idóneas para evitar conflictos en las redes.

Estudio de mercadeo

Esto tiene como objetivo tener una claridad frente a la cantidad de consumidores que posiblemente van adquirir el producto con el fin de venderlo, de igual forma cuánto están dispuesto a pagar por el producto y cuanto seria su monto económico aproximado para su compra total. También el estudio de mercadeo caracteriza el producto detalladamente escogiendo su nicho de mercado y las especificaciones de los clientes.

Justificación de mercadeo.

Dentro de la línea de las ciencias humanas y específicamente en psicología se encuentra una relación directa entre la prestación de servicios y el bienestar que se le brinda a los usuarios, sea desde un servicio ofrecido por parte de EPS, IPS o alguna entidad de la salud o por otro lado dentro de espacios privados creados por parte de lo profesional. Por ello se involucra el mercadeo

como fuente de comprensión de los consumidores y el foco de búsqueda que puede producir la empresa para satisfacer sus necesidades.

Teniendo en cuenta que el servicio ofrecido es de manera virtual la estructura de mercadeo o marketing lo conceptualizan Cáceres y Ortiz (s.f.) mencionando que es una forma de analizar a cada participante del mercadeo, donde se debe identificar sus fortalezas y debilidades y ser capaces de superarlas desde el servicio que se pretende dar a los clientes. De tal manera que consiste en darse cuenta de las necesidades de los clientes, para crear productos y servicios que satisfagan de forma más efectiva a comparación de la competencia (p.5).

Objetivos

Objetivo general.

Conocer las necesidades de nuestros usuarios brindando un servicio efectivo y satisfactorio por medio de la comunicación digital entre padres-madres e hijos-hijas.

Objetivos específicos.

Incrementar las ventas por medio de las redes sociales de la aplicación My Parents and me.

1. Introducir técnicas de ventas para la proyección a nivel nacional e internacional.
2. Promover el factor comunicación que se ve deteriorado entre padres-madres e hijos-hijas.
3. Comprender las relaciones entre compradores y vendedores.
4. Apoyar las necesidades de los compradores logrando su satisfacción.
5. Elaborar un análisis DOFA, el cual permita identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del producto My parents and me.

El producto.

Nombre.

My Parents and me, traducido al español Mis padres y yo

¿Qué es?

Una aplicación, donde puede ser descargada desde google play para sistema android. Siendo una app normalmente encontrada en la tienda de sus teléfonos celulares, siempre y cuando se acceda a internet o wifi.

¿Qué hace?

Incrementa el nivel de comunicación en temáticas de sexualidad entre padres -madres e hijos-hijas por medio de herramientas digitales llamativas para los niños.

¿Cómo funciona?

Su proceso de uso comienza con la compra de la app, descargándola desde la play store, teniendo como costo 5 dólares, en pesos colombianos actualmente $15.000, teniendo la descarga da inicio a la creación y de usuarios, donde tanto padres e hijos podrán crearlo y asignar su respectiva contraseña.

Al inicio de la aplicación se requieren los datos para su acceso, ya dentro de la app se encontrarán divisiones de temáticas como lo son: Sexualidad, afectividad, inteligencia emocional, auto esquemas, habilidades para la vida y un apartado de expresión libre donde podrán entablar conversación con uno de los 5 profesionales encargados para cada temática. Con un clic se encuentra información de las temáticas, juegos interactivos de los subtemas y un chat, orientado a conectar de manera digital a los padres–madres e hijos-hijas de forma inmediata para que mantengan conversación de temáticas relacionadas, específicamente en tres conexiones: padres–madres y profesionales-padres–madres e hijos-hijas –hijos-hijas y profesionales Posterior a ello cada profesional responderá de manera inmediata la pregunta abordada y tendrá límites de tiempo aproximadamente 1 hora para cada conversación.

Este límite de tiempo solo lo tendrá la conversación profesional e hijos-hijas a comparación con el de padres-madres e hijos e hijas ya que este tiempo es ilimitado entre ellos. Para mantenerse en el uso de la aplicación se deberán cumplir algunos requerimientos, ya que si no se hace un uso constante de Paren and me, se eliminará de manera automática el usuario. Las condiciones son: un acceso mínimo de 3 veces de conversación con profesionales o padres-madres durante lunes a viernes, tanto para hijos-hijas y padres-madres. El uso máximo de la app es de 12 meses.



Figura 21. Imagen y logo

Se concentra en la diversidad de género y orientación sexual de acuerdo a la conformación de familias, rompiendo esquemas de estructuras familiares compuestas simplemente por un hombre y una mujer. Por ello se evidencia la variedad de color siendo representativas tanto en hombre como en mujeres sin necesidad de estereotipar colores frente a los sexos mencionados. Conformado por las iniciales MP que tiene como significado mis padres, ya que el tutor de los niños-niñas es parte fundamental para el desarrollo cognitivo, social y emocional en su proceso de enseñanza y aprendizaje.

De igual forma hace alusión a la conexión que tiene el menor con sus padres-madres dándoles un sentido de pertenencia de modo positivo, y siempre aludiendo su rol como protectores. Conformado por la frase en ingles De are The diferencie, traducido al español Somos la diferencia. Es el objetivo de la app generar impacto a las familias y resaltando los beneficios que se tendrá al hacer uso de ella, si es constante y consiente, se desarrollara parte fundamental de la conexión comunicativa entre los miembros de la familia siendo padres-madre e hijos-hijas ejemplares y con calidad de vida satisfactoria.

Producto Básico: Es una herramienta digital que tendrá apartados y divisiones en varias temáticas, también cuenta con un chat online, donde se podrán comunicar padres -madres e hijos-hijas y profesionales a la vez.

Producto Real: El producto es una app cuyas características se visualizan por medio de su descarga, se puede no solo descargar desde un teléfono con sistema android sino también desde tabletas que son aún más concurridas en el mundo de los niños, desde casa o hasta en el mismo

contexto educativo donde se forman. Tiene 6 subdivisiones aparte de la presentación de la empresa como lo es, objetivos, funciones, perfiles de los profesionales, nuestra misión, visión y contactos aparte del servicio digital.

El precio con fines netamente al aprovechamiento de niños de escasos recursos víctimas de abuso sexual de la ciudad de Bogotá, será el único lucro que tendrá la app. Su diseño hace parte de la aceptación hacia las nuevas familias que se han generado a lo largo de los años, por parte de nuevas y algunas constantes orientaciones sexuales donde se encuentran: Heterosexualidad-Homosexualidad-Bisexualidad-Pansexualidad-Demisexualidad-Lithsexualidad-Autosexualidad y la Antro sexualidad.

De esta forma generamos sensibilizar a la población hacia un reconocimiento frente a la conformación de nuevas familias sin ser estrechamente heterosexuales ya que cada uno de los seres humanos tiene el derecho de conformar su núcleo familiar. Nuestros servicios se ofrecerán por medio de redes sociales como lo son Facebook e Instagram, teniendo en cuanta que estará publicado nuestro contacto directo para el acceso a la aplicación.

Producto Ampliado: La constancia del uso de la app será indispensable, ya que el tiempo estimado es de un año, pero si los usuarios hacen caso omiso al requerimiento será eliminado automáticamente, si no se quiere llegar a estas instancias deberán hacer uso de la plataforma tres veces a la semana de lunes a viernes en cualquier hora del día. No se establecerán horarios estrictos para su manipulación, pero si se ofrece servicio las 24 horas para cualquier alerta que manifieste el profesional.

Factor Diferenciador: La constancia del uso de la app será indispensable, ya que el tiempo estimado es de un año, pero si los usuarios hacen caso omiso al requerimiento será eliminado automáticamente, si no se quiere llegar a estas instancias deberán hacer uso de la plataforma tres veces a la semana de lunes a viernes en cualquier hora del día. No se establecerán horarios estrictos para su manipulación, pero si se ofrece servicio las 24 horas para cualquier alerta que manifieste el profesional.

El diferenciador de nuestra App se enfoca en la respuesta inmediata que se origina a partir de nuestros usuarios niños-niñas en la plataforma, es decir, cada vez y a la hora que sea necesario se atenderá la inquietud de los menores y se tratará de abordar de la manera más fácil y entendible para ellos. Suelen existir conversaciones extensas donde se culminará en una hora aproximada,

pero si el profesional ve alguna alerta frente al caso se prolongará la conversación solo si el profesional lo especifica en el sistema.

Variable psicológica:

Comunicación. Siendo esta variable distinta en cada uno de los usuarios que se involucre en el desarrollo de la aplicación. Claramente con el acompañamiento online de los profesionales se podrá llevar el seguimiento de los usuarios y determinar según el juicio profesional de los psicólogos el incremento o disminución de la comunicación en torno a la sexualidad de las familias. La variable tiene un lineamiento netamente vertical donde existen dos representantes, un emisor y un receptor, donde el primero tiene la central comunicación sobre su público o receptores, esto como principal objetivo brindar información y tener en cuenta las reacciones del o los receptores, según la información dada de obtendrá un éxito en la comunicación Uña (como se cita en Crespo, 2011.p.93).

Los clientes.

Descripción de los clientes.

Variables sociodemográficas

Directamente padres-madres de familia que tenga hijos-hijas en un rango de edad de los 10 a los 15 años. De estado socioeconómico de 0 a 6, ubicados en las localidades de Bosa, Kennedy, Engativá, Suba y Ciudad Bolívar, de la ciudad de Bogotá, Colombia.

Ya que es un producto de fácil acceso por la red no se tiene que distribuir por la calle de Bogotá, pero si por la red, por ello la campaña publicitaria con mayor valor es en los colegios, de manera que sean distritales o privados, pero que tengan la oportunidad de evidenciar nuestra app en momentos estrictamente consentidos por el rector del colegio.

Respecto al uso de la play store no se tiene límites en edad frente a los padres-madres ya que según el lineamiento normativo de la tienda google, mantiene sus propias condiciones respecto a las condiciones de servicio, mencionando que:

Restricciones de edad. Para utilizar Google Play, debes tener una Cuenta de Google válida (en adelante, "Cuenta de Google"), sujeta a las restricciones de edad señaladas a continuación. Si se te considera menor de edad en tu país, necesitas el permiso de tus padres o tutores legales para utilizar Google Play y aceptar las Condiciones. Debes cumplir las restricciones de edad adicionales

que pueden aplicarse al uso de funciones o Contenido específicos de Google Play. Los administradores familiares y los miembros de la familia también deben cumplir estos adicionales. Información sobre ti. En las políticas de privacidad de Google se explica cómo utilizamos tus datos personales y protegemos tu privacidad cuando utilizas Google Play. Para poder procesar tus transacciones o proporcionarte Contenido, es posible que Google deba facilitar cierta información personal, como tu nombre y tu dirección de correo electrónico, a Proveedores. Estos aceptan utilizar tu información personal de acuerdo con sus políticas de privacidad. (Condiciones de Servicio de Google Play, 2018.parr.3-6).

El estado civil en este caso no es necesariamente casado, ya que al incluir la diversidad en orientación sexual la sociedad aún mantiene estereotipos y reproches frente a las diferentes orientaciones, por ello simplemente con un acudiente responsable, constante, de mente abierta, respetuoso, ya sea, madre, padres, cuidador, abuelo, abuela, hermano, tío. tía, etc., que esté interesado en el desarrollo pico-emocional del menor, será más que suficiente para disfrutar de la app de forma tranquila y exitosa.

Variables pictográficas

El estilo de vida de estas familias se debe dirigir a un buen trato entre sus miembros, pero con un desvió o vacío frente a la comunicación entre padres, madres e hijos-hijas, de igual manera algunos niños y niñas que se sientan solos y quieran conversar con un profesional de acuerdo a alguna temática. En cuanto a la personalidad de los padres y madres pueden ser tanto introvertidos como extrovertidos; el objetivo es que sean lo suficientemente maduros para tratar de solucionar alguna problemática de manera profesional. Y en cuanto a los gustos, primordialmente que le guste el acceso a la red y la didáctica digital.

Descripción del mercado objetivo.

Los consumidores que probablemente compren nuestros servicios están dirigidos a colegios que hacen parte de las localidades anteriormente nombradas. Algunas instituciones educativas beneficiadas son:

Tabla 1.
Colegios Probablemente Compradores

Bosa	Kennedy	Engativá	Suba	Ciudad Bolívar
-Colombo japonés -simón bolívar -miguel ángel Asturias -creadores del universo -Giovanni Antonio fariña -los sauces -moderno Betania -nuevos horizontes -el Carmelo -real americano -Antonio de Toledo -juan pablo ii -laberinto de la cultura -moderno gran parís -Wilfredo Lerner -gimnasio Cáceres -Ernesto cardenal	-Alexander Fleming -Antares -Instituto Bolivariano -Británico Sede Kennedy -Liceo Carmelita - Ciudad De Foyeque -Colegio Comercial Gran Bogotano -Gimnasio Colombo Andino Colegio Militar Justiniano Quiñonez Angulo -Instituto Ciudad Kennedy -Instituto De Educativo Media Emaús -Instituto Edu. Compartir Tintal -Instituto Edu. San Nicolás Ltda. -Centro De Educación Robert Hooke -Liceo El Castillo	-Ateneo Juan Eludes -Gimnasio Camp La Sabana Colegio Colsubsidio Ciudadela -Colegio Minuto De Dios -Colegio De La Presentación Las Ferias -Colegio De La Universidad Libre -El Escorial	-Abraham Lincoln -Agustiniano Norte -Agustiniano Suba -Aladas Del Norte -Alberto Merani -Alfonso Jaramillo Colegio Andino -Arca Internacional Bilingüe Liceo Arkadia Colombia -Bilingüe Buckingham -Bilingüe Clermont -Bilingüe -Bilingüe	-Colegio Acacia (Ied) -Antonio García (Ied) Alborozadora Alta (Ied) -Canadá (Ied) -Ciudad Bolívar Compartir Recuerdo -Confederación Brisas Del Diamante (Ied) -Minuto De Buenos Aires (Ied) -Tesoro De La Cumbre

Estos son los colegios seleccionados por su gran cantidad de niños y niñas entre los 10 y los 14 años que se encuentran con mayor población en la ciudad de Bogotá. Claramente por cada localidad existen más de 50 colegios a su alrededor, pero estos son totalmente registrados en el ministerio de educación y son del estado, haciendo una selección rigurosa por localidades donde los seleccionados son los que necesitan la ayuda profesional.

Descripción del mercado meta.

Padres y madres que tengan hijos e hijas desde los 10 a los 15 años de edad que tengan conocimiento en el uso de aplicaciones desde su teléfono móvil, implicando descargas y manipulación de app para fomentar el aprendizaje.

Descripción del mercado potencial.

Está constituido por madres-padres que tengan de 26 a 60 años de edad, que se encuentren en los estratos de 0 a 6 y sean habitantes de Bogotá de las localidades de Bosa, Kennedy, Engativá, Suba y Ciudad Bolívar, que sus hijos tenga fácil acceso a la educación distrital o en el caso de instituciones privadas para la capacidad económica de la descarga de la App.

También la población de niños-niñas que se encuentren en edades de los 10 a los 15 años, que se encuentren en los estratos de 0 a 6 y sean habitantes de Bogotá de las localidades de Bosa, Kennedy, Engativá, Suba y Ciudad Bolívar. Estar inscrito en colegios públicos o privados.

El servicio de esta app, se ofrece a colegios distritales públicos y privados, resaltando que el directo comprador es el Ministerio de Educación mejor la Secretaría de Educación Distrital, quien debe fomentar el bienestar educativo de los niños-niñas y jóvenes de Bogotá. Por ello el respaldo de las instituciones y de los padres-madres de familia que se quieran vincular con la red de la aplicación educativa.

Competencia

Competencia Directa y Sucedánea

Competencia Directa

Nuestra app tiene como competencia directa a la herramienta virtual llamada Familia Masters api, ya que manejan un apartado de conversación con los integrantes de la familia y más allá del uso también es una aplicación gratuita siendo llamativa al mercado de padres-madres.

Competencia sucedánea

Otras de las aplicaciones implicadas son: Familia Masters api, The dreamsons, Messenger Kids, Tok app y My app escolar, unos enfocados a “distraer a los niños” y los demás a vincular las escuelas de manera ágil con los padres de familia, evitando la inasistencia de padres en eventos del colegio. Tampoco fomentar una comunicación entre los integrantes de la familia sin lograr una estabilidad emocional de quienes la conforman.

Análisis de competencia

Las aplicaciones a considerar se exponen de tal manera que se evidencian fortalezas y debilidades en cuanto al uso en el mercado, estas son:

Tabla 3.
Debilidades y fortalezas de algunas aplicaciones competencia

Nombre de la aplicación	Fortalezas	Debilidades
Familia Masters api	Descarga gratuita desde la play store. -Compone con otros miembros de la familia los planes conjuntos y listas de compras. - Se les dice a los familiares acerca de sus deseos y aprender acerca de los deseos de los mismos. - Pueden ver donde sus seres queridos en este momento. - Discutir vital en una charla familiar. -Añadir las fechas memorables en un calendario familiar.	Se encarga hacia la planeación familiar pero no trata temas importantes en la vida de las niño-niñas, por ejemplo hábitos de estudio, inteligencia emocional, prevención del suicidio, relaciones afectivas etc.
The dreamsons	Busca unir a las familias mediante las cuales padres e hijos compitan y jueguen entre sí de igual forma busca estar lleno de valores que ayuden a unir a la familia, en lugar de volver competitiva	La competitividad es notoria ya que en algunos comentarios llegan a usar palabras poco asertivas.
Messenger Kids	Aplicación gratuita de video llamadas y mensajes diseñada para que los niños se conecten con sus mejores amigos y familiares desde su tableta o Smartphone. -Los niños solo pueden conectarse con contactos aprobados por sus padres. -divertidas máscaras interactivas, reacciones y efectos de sonido.	Es complicada su manipulación, tiene varios módulos que obstaculizan el desarrollo de la aplicación y el entendimiento del niño.
Tok app	Comunicación entre padres de familia, estudiantes y profesores de manera ágil e inmediata. Envía mensajes a padres y alumnos sin límite de caracteres ni de archivos de imágenes o documentos. -Privacidad de datos personales - Los mensajes se confirman con la fecha y hora del momento de lectura. Puedes solicitar respuesta.	No se centra en el contenido emocional del menor, ya que solo se creó con el objetivo de enviar información rápida desde el colegio hacia todos los padres de familia.
Mi app escolar	Las escuelas pueden enviar información como mensajes de pagos, tareas, circulares, así como	Se enfocan en enviar información educativa, pero de carácter administrativa y notificaciones de

	seguimientos académicos y calificaciones graficadas directo al celular de los padres o alumnos con notificación tipo WhatsApp / los papas descargan la Aplicación con el nombre de su colegio desde *Play Store* o *App Store* ya que es personalizada a cada escuela.	reuniones, pero nunca mencionan si el niño se siente bien, si requiere ayuda profesional. Aquí el padre solo se informa pero no forma.

Directamente algunas de las aplicaciones que se mencionan en el cuadro tienen un simple objetivo el distraer a los niños y niñas, pero de no fomentar una comunicación entre los integrantes de la familia, estas aplicaciones son: The Firma, Familia Masters, Patty Chart, The dreamsons.

Se destacan los altos niveles de nitidez y resolución de la mayoría de las aplicaciones ya que llegan al público de manera llamativa generando constancia en su uso, también el fácil acceso a la información en contextos educativos generando mayor interés en temas administrativos entre padres y planta docente. La debilidad con mayor frecuencia es la falta de interés tanto de padres-madres e instituciones ,en el estado emocional de los niños , ya que pueden estar en situaciones de riesgo sin que alguna de estas aplicación alerte a profesional como lo hace la aplicación My parents and My que tiene como finalidad poner en alerta casos en los que los niños requieren mayor importancia frente a la situación que esté enfrentando , así que se orienta y acompaña a esta población tan vulnerable como parte fundamental de la sociedad.

Por ello somos una aplicación que se enfoca principalmente en el bienestar afectivo, físico y psicológico de los niños-niñas y adolescentes, siendo ellos vulnerables a diferentes problemáticas, apostando así a ser reconocidos en el mercado con una llamativa plataforma donde el niño-niña o joven se sienta tranquilo y seguro para hablar con sus padres sobre temas de sexualidad y mejore su relación comunicativa en su ámbito familiar, ya que se contará con diferentes profesionales encargados de responder dudas de diferentes temáticas siendo su aprendizaje guiado por sus padres-madres y los encargados en cada área.

Análisis DOFA

Tabla 4.
Análisis DOFA

Debilidades	**Oportunidades**
● Dificultad en la resolución y entendimiento en los juegos incluidos por sección.	● Generar alianzas con diferentes entidades promotoras acerca de la educación sexual

● No cuenta con descarga para Android gratuita. ● Impedimento a la descarga en sistema IOS. ● Dificultad en relación con la publicidad para lograr impacto al público de interés.	con mayor reconocimiento, como lo es el Ministerio de Educación Nacional y secretarías de educación. ● Crecimiento rápido de usuarios en la aplicación. ● Apoyo económico por entidades que deseen vincularse y promover la aplicación. ● Alto grado de acceso en herramientas digitales. ● Vínculos y patrocinios a nivel nacional e internacional.
Fortalezas	**Amenazas**
● Uso responsable de la tecnología por parte de la población objetiva. ● Alta calidad gráfica de imágenes y contenido. ● Extendiendo su descarga se cuenta con apoyos económicos a entidades con niños de bajos recursos victimas del abuso sexual. ● Con su prolongación digital se puede contar con apoyos económicos por parte de entidades afines a la app, no solo a nivel de contenido sino en diseño y mejoramiento de la aplicación. ● Adquisición en estrategias publicitarias para llevar al público de interés a intensificar los servicios de la aplicación. ● Alcanza un mayor conocimiento por parte de los padres-madres frente a la comunicación sexual con sus hijos-hijas.	● Acceso de público no deseado con fines a delitos cibernéticos. ● Que el sector objetivo no haga uso constante de la aplicación y en efecto se elimine el usuario. ● Interpretación errónea de contenidos por parte de los usuarios. ● Que no existan descargas de la app y tienda a la desaparición. ● Ingreso incógnito de la competencia directa.

Estrategias.

Los medios a utilizar para impulsar el producto serán por redes sociales donde Facebook, Instagram y YouTube serán los directamente utilizados, fomentando entre los usuarios el uso de ellos comentarios frente al uso de la aplicación y el puntaje que estrictamente desde la Pastore solicita a sus usuarios.

Canales de distribución

Canales de distribución. Comunicación.

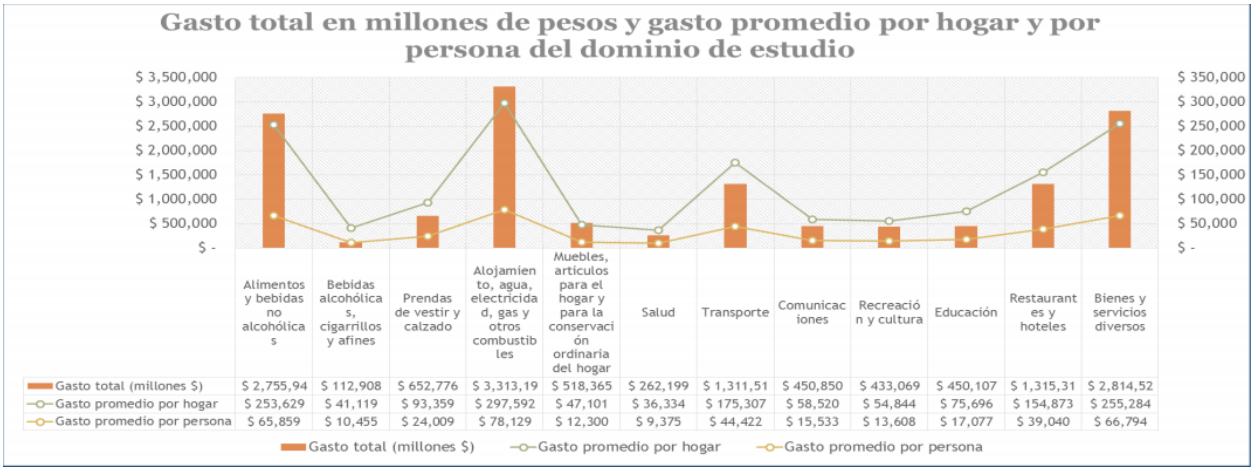
La compra del producto es directamente con la plataforma android, el cual se encuentra en el menú del teléfono inteligente nombrado *playstrore,* dirigiéndose al apartado de búsqueda y seleccionando My parents and me dándole descarga. Directamente deberá elegir la compra seleccionado su mejor opción de compra.

Análisis costos y gastos

González, Castillo y Lozano (2018) realizan una investigación sobre los gastos de las familias colombianas según la encuesta de Ingresos y Gastos 2006-2007 (septiembre – octubre) elaborada por el DANE, mostrando que el comportamiento de consumo de los colombianos está determinado en gran medida por el ingreso; indica que a medida que los ingresos van aumentando, el consumo de respectivos bienes también aumenta o en algunos casos disminuye (p.12).

Como se observa en tabla (2), se determina los gastos de los colombianos en 12 categorías encontrándose la directamente implicada la Educación, y entre otras alimentación y bebidas no alcohólicas, bebidas alcohólicas cigarrillos y fines, prendas de vestir y calzado, alojamiento y servicio, muebles y artículos, salud, transporte, comunicaciones, recreación y cultura, restaurantes y finalmente bienes y servicios. A continuación, González, et.at (2018) dividen los gastos totales, los gastos promedio por hogar y los gastos promedio por persona:

Tabla 2.
Gasto de los hogares colombianos



Nota: Fuente: Elaboración propia según DANE, (2007). Citado en González, A. S. G., Castillo, C. C. Q., & Lozano, L. M. V. (2018). Consumo de los hogares colombianos en función de su nivel de ingreso. *Polutos*, *7*(2), 12-25.

Con la información se logra determinar que solamente el 7 por ciento de los ingresos de los colombianos son destinados a fine educativos, donde se toma en cuenta dos datos importantes, el salario mínimo vigente y el porcentaje destinado a educación. Aproximadamente en educación se invierte un máximo de 60mil pesos llevando como consecuencia un fácil acceso a la aplicación y realizando una encuesta para los clientes directamente compradores, el padre-madres, Ver apéndice 3.

Por otro lado, si se habla de compras online y el lanzamiento de una aplicación McElroy, Ali y Hassan (2015) comentan que dar a conocer una aplicación al mercado de la play store no es tan sencillo, ya que implica una serie de procesos que finalmente deberá cumplir para su aceptación en la tienda del dispositivo móvil. El proceso implica un solo cometido, que es el de comprar el producto y con estos lineamientos se efectuará el pago correspondiente en la tienda de Google que se encuentra en cada dispositivo móvil, siendo este encontrando con facilidad, indicando en la barra de búsqueda de la página principal del teléfono, escribiendo “play store” y allí se escribirá el nombre de la app.

En cuanto al desarrollo de impulsar la aplicación consiste en: El desarrollador, es decir, muchas veces aquel personaje que creó la aplicación, debe estar en completa seguridad de que su aplicación cumple con los requisitos de uso y confiabilidad de la tienda de aplicaciones, teniendo en cuenta que por un lado esta Google play store y del otro Apple. Después que el desarrollador está seguro en que cumple los estándares de calidad y es respetuosos frente a las pautas de contenido según la tienda correspondiente, el desarrollador puede enviarla a la tienda indicada para

su lanzamiento. Al comparar las dos tiendas Apple establece una tarifa única de desarrollador de $ 99 por año, mientras que Google requiere una tarifa única de desarrollador por $25 (Viswanathan 2014) citado en McElroy, et.at. (2015).

Después del envió de la aplicación se iniciará por parte de la tienda su revisión respectiva, por un lado, Apple implica una revisión manual y Google es totalmente automático, posteriormente Apple tarda varios días e incluso semanas, llegando a rechazar muchas de ellas, y desde Google play store "la aplicación se verifica con pruebas automatizadas de malware y en unas pocas horas la aplicación está disponible en la tienda" (McElroy, et.at. 2015, p.1349).

Para Hilandera y Chalad (2000) algunos factores que facilitarían la decisión de compra se extienden en gran panorama por el simple hecho de ser tienda virtual, donde el factor interacción es iniciada y al mismo tiempo terminada por el usuario, es decir, tiene la libre elección de descargar la aplicación sin presión de ventas, incrementando su autonomía frente al uso de la aplicación. También frente a la estructura física de la tienda no existe, sino el usuario con un solo clic determina si entra o sale de ella, sin necesidad de esperar la atención de un vendedor en materia que intervenga en compra. Para agregar la actividad frente al uso de un solo clic amerita el fácil acceso y otros de los factores facilitadores de compra, ya que los compradores interesados no tendrán que dirigirse a tiendas ubicadas en su ciudad, sino que simplemente toman su teléfono móvil y se disponen a descargar la aplicación por determinación propia.

Es evidente que algunos de los factores que impiden la decisión de compra es la desconfianza respecto a la seguridad que trasmite la página o la aplicación móvil, además Hilandera et.at.,(2000) determina que uno de los riesgos de compra online es el fraude que en la mayoría de veces ocurre con medios de pago por medio de tarjetas de crédito , sacando beneficio propio del vendedor y utilizando el medio virtual para engañar a su vendedor quien confió en su producto y que al final no consiguió el objetivo , llevándose como consecuencia una pérdida económica. También el riesgo de que el producto no funcione con el rendimiento que el vendedor esperaba y que simplemente tenga que decidir eliminar su aplicación y perder su dinero.

Según el portal de estadísticas entre el 2014 y el 2015 el número de descargas en porcentaje se aumenta desde la tienda de google, teniendo como porcentaje respecto al número de descargas para el 2014 un total de 160.000% a comparación de la tienda Apple con un 100.000% posterior para el 2015 se tuvo una duplicación notoria con un 190.000% descargas desde la play store, manteniéndose con el mismo porcentaje desde la tienda Apple.

Para llevar a cabo el desarrollo del producto los gastos representativos se invirtieron en fotocopias para las encuestas, teniendo una totalidad de 60 para cada entrevistado, de igual forma en movilización, con un total de 40 mil pesos entre los dos profesionales en formación. Se contó con el apoyo de un ingeniero que no requirió valor monetario ya que es un profesional que se preocupa por el bienestar de la sociedad apoyando este tipo de proyectos, dónde le generan práctica en su conocimiento habitual.

Referencias

Álvarez, M., Ramírez, B., Silva, A., Cofín, N., y Jiménez, M. L. (2009). La relación entre depresión y conflictos familiares en adolescentes. *International Journal of Psicología and Psicológica Terapia*, *9*(2), 205-216. Recuperado de http://www.redalyc.org/html/560/56012878005/

Aspy, C. B., Vesely, S. K., Oman, R. F., Rodine, S., Marshall, L., y McLeroy, K. (2007). Parental communication and youth sexual behavior. *Journal of Adolescence*, *30*(3), 449-466. http://doi.org/10.1016/j.adolescence.2006.04.007

Barbón, O. (2011). Fuentes de información sobre educación sexual en adolescentes estudiantes de enfermería. *Revista Cubana de Higiene y Epidemiología*, *49*(2) ,238-246. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/pdf/hie/v49n2/hie10211.pdf

Bernal, M.E., y Medina, M.F. (2003). *Inteligencia emocional. Habilidad social, control de las emociones, destreza interpersonal, seguridad interior.* Recuperado de *https://sb.unah.edu.hn/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=87036*

Bray boy, L. M., Spoken, A., Rezaian, T., Schultz, L., Land-Grant-Mills, B. S., Spencer, N., … Clark, M. A. (2017). Girl Talk: A Smartphone Application to Teach Sexual Health Education to Adolescent Girls. *Journal of Pediatric and Adolescent Gynecology*, *30*(1), 23–28. doi: 10.1016/j.jpag.2016.06.011

Campano, Á. y Bach, A. (2013). Estilos parentales, paren talidad positiva y formación de padres. *Ciencias Psicológicas*, *7*(1), 83-95. Recuperado de http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S168842212013000100008&script=sci_arttext&tlng=en

Cerrato, V. (2016). *La educación sexual entre padres e hijos adolescentes: frecuencia, contenidos y dificultades* (Tesis de pregrado). Universidad de Salamanca. Salamanca, España.

Crespo, J. M. (2011). Bases para construir una comunicación positiva en la familia. *Revista de investigación en educación,* *9*(2), 91-98. Recuperado dehttps://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4731297

Echeverría, H. (2016). *Diseños de investigación cuantitativa en psicología y educación.* Recuperado de: https://www.unrc.edu.ar/unrc/comunicacion/editorial/repositorio/978-987-688-166-1.pdEscrivá, V. M., García, P. S., Porcar, A. M. T., y Díez, I. (2001). Estilos de crianza y desarrollo pro social de los hijos. *Revista de psicología general y aplicada: Revista de la Federación Española de Asociaciones de Psicología*, *54*(4), 691-703. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2364995

Gil, A., Feliz, J., Rivero, I., & Gil, E. (2003). ¿Nuevas tecnologías de la información y la comunicación o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital. 1-16. Recuperado de https://www.uoc.edu/dt/20347/20347.pdf

González, A. S. G., Castillo, C. C. Q., y Lozano, L. M. V. (2018). Consumo de los hogares colombianos en función de su nivel de ingreso. *Polutos*, *7*(2), 12-25.

Google Play. (2018). Condiciones de servicio de Google play. Recuperado de https://play.google.com/intl/es_es/about/play-terms.htmlGuardia, N. (2009). *Lenguaje y comunicación. Coordinación educativa y cultural centroamericana.* Recuperado de http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan040441.pdf

Harris, A. (2016). Parent–Adolescent Sexual Communication. *A Second Look, 20*(2), 211-217. doe: 10.1016/j.nwh.2016.01.002

Hollander, M. G., & Khalid, H. M. (2000). Modeling the customer in electronic commerce. *Applied Ergonomics*, *31*(6), 609–619. doe: 10.1016/s0003-6870(00)00035-1

Herrero, M. D. H. P., y González, R. A. M. (2006). Educación familiar y tecnologías de la información y la comunicación. *International Journal of Develo mental and Educacional Psicología*, *2(*1), 567-576. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/3498/349832312048.pdf

Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (2013). Muertes Violentas de Niños, Niñas y Adolescentes: Análisis primer trimestre 2012-2013. No5. Recuperado de https://www.icbf.gov.co/sites/default/files/publicacion-35.pdf

Izuzquiza, D., y Ruiz, R. (2007). Tú y yo aprendemos a relacionarnos. Programa para la enseñanza de habilidades sociales en el hogar. Recuperado de https://www.sindromedown.net/wpcontent/uploads/2014/09/32L_hsocialesfamilias1.pd

McElroy, S., Ali, N., y Hassan, A. E. (2015). Fresh apps: an empirical study of frequently-updated mobile apps in the Google play store. *Empirical Software Engineering, 21*(3), 1346–1370. doi:10.1007/s10664-015-9388-2

Mendoza, L. A., Arias, M., Pedroza, M., Nicolita, P., Ramírez, A., Cáceres, C., ... Acuna, M. (2012). Actividad sexual en adolescencia temprana: problema de salud pública en una ciudad colombiana. *Revista chilena de obstetricia y ginecología*, *77*(4), 271-279. Recuperado de http://www.revistasochog.cl/files/pdf/TRABAJOSORIGINALES0514.pdf

Ministerio de educación San Salvador. (2007). Programa de Escuela de Padres y Madres. Comunicación Familiar., El Salvador, C.A. Recuperado de http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/Comunicacion%20familiar%20.El%20Salvador.pdf

Ministerio de Protección Social. (2010). Relaciones familiares y salud sexual y reproductiva. Tomo II. Recuperado de https://www.minsalud.gov.co/Documentos%20y%20Publicaciones/ASIS-Tomo%20II-Relaciones%20familiares%20y%20salud%20sexual%20y%20reproductiva.pdf

López, M, I. (2016). Actitudes y creencias de padres y madres hacia la educación sexual. Universidad Jaume I. España. Recuperado de Recuperado de http://repositori. uji.es/mui/hunde/10234/164265.

Luck, J., Farhan, T., Giannotti, R & Simons-Morton, B. (2009). Parent–child communication and substance use among adolescents: Do father and mother communication play a different role for sons and daughters *Addictive Behaviors 426*–431.

Oliva, A. (2006). Relaciones familiares y desarrollo adolescente. *Anuario de psicología/The UB Journal of psicología*, *37*(3), 209-224. Recuperado de https://www.raco.cat/index.php/AnuarioPsicologia/article/view/61838

Odriozola, E. E. (2012). Factores de riesgo y factores de protección en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes y adolescentes. *Revista Drogodepend [Internet]*, *4*, 435-48. Recuperado de https://www.aesed.com/descargas/revistas/v37n4_5.pdf

OMS (2018). Nota descriptiva de Suicidio. Organización mundial de la salud. (Disponible desde Enero de 2018).Recuperado de http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs398/es/

Orcasita, L, Cuenca, J, Montenegro, J, Garrido, D, & Haderlein, A. (2017). Diálogos y Saberes sobre Sexualidad de Padres con Hijos e Hijas Adolescentes Escolarizados. *Revista Colombiana de psicología vol. 27 n.º 1 enero-junio 2018 issn 0121-5469 Bogotá-Colombia (p.p. 41-53).*

Pernett, J. J., Gutiérrez, J. F. G., Jiménez, J. L. M., & Bermúdez-Tamayo, C. (2007). Tendencias en el uso de Internet como fuente de información sobre salud. UOC Papers: *Revista sobre la sociedad del conocimiento*, (4), *10.* Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2271725

Puentes Rizo, E., Domínguez, B. E., Rodríguez de Celis, Y., & Correa Jáuregui, M. (2012). La sexualidad en adolescentes de la secundaria básica" Viet Nam". *Revista Cubana de Medicina General Integral*, *28*(4), 599-610.Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252012000400004

Presidencia de la República de Colombia. (6, septiembre, 2006). Ley 1090 de 2006 De la profesión de psicología. Recuperado de http://www.sociedadescientificas.com/userfiles/file/LEYES/1090%2006.pdf

Proyecciones de población por localidades de Bogotá 2016-2020. (octubre 2014). Secretaria Distrital Planeación Bogotá. Recuperado de http://www.sdp.gov.co/sites/default/files/boletin69.pdf

Rodrigo, M. J., García, M., Márquez, M. L., & Triana, B. (2005). Discrepancias entre padres e hijos adolescentes en la frecuencia percibida e intensidad emocional en los conflictos familiares. *Estudios de Psicología*, *26*(1), 21-34. Recuperado de https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1174/0210939053421407

Ruiz-Canela, M., López-del Burgo, C., Carlos, S., Calatrava, M., Osorio, A., & Irala, J. D. (2012). Familia, amigos y otras fuentes de información asociadas al inicio de las relaciones sexuales en adolescentes de El Salvador. *Revista Panamericana de Salud Pública*, *31*, 54-61. Recuperado de https://www.scielosp.org/scielo.php?pid=S1020-49892012000100008&script=sci_arttext&tlng=pt

Sanabria, T. (2014). Crean app con una guía sobre sexualidad y reproducción. Página Siete. Recuperado de https://www.paginasiete.bo/gente/2014/10/18/crean-guia-sobre-sexualidad-reproduccion-35630.html#!

Sevilla, T. M., & Orcasita, L. T. (2014). "Hablando de sexualidad": una mirada de los padres y las madres a los procesos de formación con sus hijos/as adolescentes en estratos populares de Cali. *Avances en Enfermería*, *32*(2), 191-205.Recuperado de http://www.scielo.org.co/pdf/aven/v32n2/v32n2a03.pdf

Sousa, V., Driessnack, M., Costa, I. (2007). Revisión de diseños de investigación resaltantes para enfermería. Parte 1: diseños de investigación cuantitativa. *Revista Latinoamericana Enfermagem 2007 mayo-junio.*

Sunkel, G., Trucco, D., & Möller, S. (2011). Aprender y enseñar con las tecnologías de la información y las comunicaciones en América Latina: potenciales beneficios. Recuperado de http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/3132

Evolución anual del número de aplicaciones descargadas a nivel mundial en el tercer trimestre de 2014 y 2015, por app store, en millones de descargas. (2014-2015).Portal de estadísticas. Statista. Recuperado de https://es.statista.com/estadisticas/574024/numero-de-descargas-mundiales-de-apps-en-por-app-store/

UNICEF (2003). Talleres para trabajar con familias, ¿Te suena familiar? Centro de Investigación y Desarrollo de la Educación (CIDE) Servicio Nacional de la Mujer (SERNAM). Recuperado de http://www.unicef.cl/centrodoc/tesuenafamiliar/13%20Comunicacion.pdf

UNICEF (2011). Communicating with Children. Principles and Practices to Nurture, Inspire, Excite, Educate and Heal. Recuperado De https://www.unicef.org/cwc/files/CwC_Final_Nov-2011(1).pdf

Velentzas, J. y Broni, G. (s.f). Communication cycle: Definition, process, models and examples. Technological Institute of Western Macedonia Greece. Recuperate of http://www.wseas.us/e-library/conferences/2014/Istanbul/FINANCE/FINANCE-17.pdf

APÉNDICES

Apéndice 1. Adaptación encuesta de comunicación entre padres-madres e hijos-hijas

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
CURSOS DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD
Nombre del trabajo: Comunicación activa entre padres-madres e hijos
Integrantes: Sonia Lucia Gómez y Vanessa Zamudio
Profesor: Fernando González

Para la presente investigación se tiene en cuenta la siguiente encuesta con el objetivo de evaluar el nivel de comunicación que existe entre padres-madres e hijos-hijas sobre temas de sexualidad, En caso de tener alguna sugerencia o pregunta por favor comunicarse al siguiente
email: Slgomez92@ucatolica.edu.co

Es una adaptación del instrumento de evaluación de López, 2016, donde originalmente se habla de la Escala de creencias sobre la comunicación sexual entre padres y adolescentes (Schouten, van den Putte, Pasmans y Meeuwesen, 2007)

A continuación, le presentamos una serie de afirmaciones o preguntas relacionadas con la comunicación en torno a temas de sexualidad que usted tiene con sus hijos-hijas en su contexto familiar.

Sus respuestas son completamente anónimas y confidenciales, solo serán usadas con fines académicos y de investigación. Marque con una X donde corresponda. Muchas gracias por su colaboración.

Sexo Hombre Mujer **Edad en años** _____
Estado civil Casado/a ☐ Soltero/a ☐ Unión libre ☐ viudo/a ☐ Separado
Tipo de centro educativo de mis hijos/as Público ☐ Privado ☐

Número de hijos (niños) _____ Número de hijas (niñas) _____
Edad de los hijos (niños) _____ Edad de las hijas (niñas) _____

	Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Algo de acuerdo	Totalmente en desacuerdo

1. Considero que la sexualidad es un área importante del ser humano.					
2. Para mi es importante hablar sobre sexualidad con mis hijos-hijas.					
3. No puedo hablar con mi hijo-hija de sexualidad porque no tengo conocimientos suficientes.					
4. En casa se debe hablar de sexualidad.					
5. Tengo la intención de hablar con mis hijos-hijas sobre sexualidad.					
6. Si hablara con mis hijos-hijas de sexualidad, no me sentiría muy cómodo/a.					
7. He hablado con mis hijos-hijas sobre sexualidad.					
8. Evito (o evitaría) hablar con mis hijos sobre sexualidad.					
9. Me siento (o me sentiría) avergonzado/a hablando de sexualidad con mis hijos/as.					
10. Pienso que me cuesta (o me costaría) más hablar de sexualidad con mi hijo que con mi hija.					
11. Mis hijos-hijas me preguntan o me han preguntado sobre sexualidad.					
12. Pienso que para mis hijos-hijas es, o será importante que hablemos de sexualidad.					
13. La educación sexual que he recibido es la misma que le doy o pretendo dar a mis hijos-hijas.					
14. Pienso que puedo incitar a que mis hijos-hijas tengan relaciones sexuales si hablo con ellos de sexualidad.					
15. Pienso que mi hijo-hija ve material pornográfico					

16. Pienso que mis hijos/as utilizan las redes sociales con fines sexuales.					
17. He hablado, o pretendo hablar con mis hijos-hijas sobre redes sociales y les he enseñado a utilizarlas de una manera "adecuada".					
18. Considero importante haber hablado sobre sexualidad antes de que mis hijos tengan sus primeras relaciones de pareja y/o sexuales					
19. Pienso que mi hijo-hija solamente debería tener relaciones con su novio/a.					
20. Me preocupa la edad en la que mi hijo pueda empezar a tener relaciones sexuales.					
21. Me preocupa la edad en la que mi hija pueda empezar a tener relaciones.					

22. En el caso de no haber hablado con mis hijos/as de sexualidad se debe a (puedes marcar varias opciones):

- ☐ Falta de conocimientos sobre sexualidad.
- ☐ Sexo del hijo/a.
- ☐ Falta de comprensión del hijo/a.
- ☐ Vergüenza, temor o miedo.
- ☐ Falta de confianza con mis hijos-hijas (No sabe cómo hacerlo).
- ☐ Falta de tiempo

Otros (Indica cual) _____

23. En el caso de sí haber hablado sobre sexualidad con mis hijos/as, su reacción ha sido o suele ser:

- ☐ Positiva (Tranquilidad, alegría)
- ☐ Negativa (Rechazo, asco)
- ☐ De vergüenza, temor
- ☐ Han evitado la conversación

24. En el caso de haber hablado con mis hijos de sexualidad, he buscado información en… (puedes marcar varias opciones):

- ☐ Internet
- ☐ Libros
- ☐ Consultas a amigos

- ☐ Consultas a familiares
- ☐ Consultas a profesores
- ☐ Consultas a médicos
- ☐ Experiencias

Otros (indica cual) _____

25. En el caso de hablar (o haber hablado) con mis hijos/as sobre sexualidad, he hablado sobre (puedes marcar varias opciones):

- ☐ Noviazgos
- ☐ Anticonceptivos
- ☐ Embarazo
- ☐ Orientación sexual (homosexualidad, heterosexualidad, bisexualidad).
- ☐ Enfermedades de transmisión sexual
- ☐ Cambios físicos
- ☐ Contenido sexual en internet y redes sociales
- ☐ Ningún tema de los anteriores

Otro (Indica cuál) _____

28. Indica los temas que pienses que es más importante en la educación sexual de **los niños**:

- ☐ Noviazgos
- ☐ Anticonceptivos
- ☐ Tipos de anticonceptivos
- ☐ Embarazo
- ☐ Orientación sexual (homosexualidad, heterosexualidad, bisexualidad).
- ☐ Enfermedades de transmisión sexual
- ☐ Cambios físicos
- ☐ Contenido sexual en internet y redes sociales
- ☐ Ningún tema de los anteriores

Otro (Indica cuál) _____

29. Indica los temas que pienses que es más importante en la educación sexual de **las niñas**:

- ☐ Noviazgos
- ☐ Anticonceptivos
- ☐ Tipos de anticonceptivos
- ☐ Embarazo
- ☐ Orientación sexual (homosexualidad, heterosexualidad, bisexualidad).
- ☐ Enfermedades de transmisión sexual
- ☐ Cambios físicos
- ☐ Contenido sexual en internet y redes sociales
- ☐ Ningún tema de los anteriores

Otro (Indica cuál) _____

Apéndice 2. Adaptación encuesta de comunicación dirigida a hijos e hijas

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
CURSOS DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD

Nombre del trabajo: Comunicación activa entre padres-madres e hijos
Integrantes: Sonia Lucia Gómez y Vanessa Zamudio
Profesor: Fernando González

Para la presente investigación se tiene en cuenta la siguiente encuesta con el objetivo de evaluar el nivel de comunicación que existe entre hijos e hijas sobre temas de sexualidad, en caso de tener alguna sugerencia o pregunta por favor comunicarse al siguiente
e. mail: Slgomez92@ucatolica.edu.co

Es una adaptación del instrumento de evaluación de Cerrato, 2016, donde originalmente se habla de un cuestionario utilizado en el estudio de Sieswerda y Blekkenhorst (2006).

Señale con una X la respuesta con la cual estás de acuerdo.

Sus respuestas son completamente anónimas y confidenciales, solo serán usadas con fines académicos y de investigación. Muchas gracias por su colaboración.

Sexo: Hombre Mujer Edad en años _____

1. ¿Cuál ha sido su principal fuente de información sobre sexualidad? Puede elegir más de una.
a) Mi madre
b) Mi padre
c) (Papa y mama)
d) Colegio
e) Médico
f) Amigos
g) Mi pareja
h) Internet, libros, revistas, televisión
i) Otro ¿Cuál? _____

2. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor lo cómodo que se siente cuando habla con sus padres sobre sexualidad?
a) Muy avergonzado e incómodo
b) Un poco avergonzado o incómodo
c) Nada avergonzado o incómodo

Dígame el nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de las declaraciones que se plantean en las preguntas 3 y 4, sobre cómo hablar con sus padres acerca de la educación sexual.

1	2	3	4	5
Muy en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Bastante de acuerdo	Muy de acuerdo

3	Dispongo de la información necesaria y la comprendo	1	2	3	4	5
4	No me siento seguro ni confiado al hablar con mis padres sobre sexualidad	1	2	3	4	5

5. Si has decidido **NO hablar** con tus padres sobre sexualidad, cuál de las siguientes afirmaciones ha sido el motivo. Puedes elegir más de una.

a) Es responsabilidad de ellos tomar la iniciativa
b) La escuela debería hacerlo.
c) La escuela me ha explicado todo
d) Hay suficiente información disponible sobre sexo así que no necesito hacerlo.
e) Descubriremos el sexo por nosotros mismos cuando estemos preparados o llegue el momento.
f) Tengo fuertes creencias religiosas o morales.
g) Hablar sobre sexo les haría pensar que ya tengo experiencias sexuales.
h) Demasiado avergonzado o incómodo.
i) No sabría qué preguntar o decirles a mis padres
j) Otras razones. _____

6. ¿Si has decido hablar con tus padres, es decir, tienes la intención de hacerlo, con quien lo harás?
a) Hablaré con mi padre
b) Hablaré con mi madre
c) Hablaré con los dos (padre y madre).

7. ¿Y cuál de los siguientes temas tienes intención de hablarlo con tus padres en el futuro? Puedes elegir más de uno.

a) Anticonceptivos o sexo seguro
b) Emociones
c) El comienzo de la pubertad.

d) Masturbación.
e) Sexo oral.
f) Ciclo y período menstrual.
g) Relaciones sexuales.
h) Orientación sexual (p.a. homosexualidad)
i) Enfermedades de transmisión sexual.
j) embarazos adolescentes.
k) Otro Cual_____

8. ¿Cuándo **vas hablar** sobre sexualidad, a quién recurres con frecuencia?
a) Hablé con mi padre.
b) Hablé con mi madre.
c) Hablé con los dos (padre y madre).
d) Amigo/s
e) Nadie
F) Con un profesional

9. ¿Cuáles de estos temas has hablado ya con tus padres? Puedes elegir más de uno.
a) Anticonceptivos o sexo seguro
b) Emociones
c) El comienzo de la pubertad.
d) Masturbación.
e) Sexo oral.
f) Ciclo y período menstrual.
g) Relaciones sexuales.
h) Orientación sexual (p.a. homosexualidad)
i) Enfermedades de transmisión sexual.
j) embarazos adolescentes.
k) Otro Cuál _____

10. Por qué tus padres decidieron hablar sobre sexualidad? Puedes elegir más de una opción.
a) Necesitaba un consejo
b) Tenía dudas y les hice algunas preguntas.
c) Sentí que era el momento adecuado.
d) Estaban preocupados porque pensaban que ya tenía relaciones sexuales.
e) Creían que era su responsabilidad

Apéndice 3. Encuesta de necesidades del cliente

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
CURSOS DE ESPECIAL INTERÉS EN PSICOLOGÍA Y SEXUALIDAD

Nombre del trabajo: Comunicación activa entre padres-madres e hijos
Integrantes: Sonia Lucia Gómez y Vanessa Zamudio
Profesor: Fernando González

Para la presente investigación se tiene en cuenta la siguiente encuesta con el objetivo de detectar necesidades del cliente frente al uso de la tecnología entre familia, en caso de tener alguna sugerencia o pregunta por favor comunicarse al siguiente e-mail: Slgomez92@ucatolica.edu.co

Es una adaptación propia del instrumento teniendo en cuenta la información de la encuesta de Ingresos y Gastos 2006-2007 (septiembre – octubre) elaborada por el DANE

A continuación, le presentamos una serie de afirmaciones o preguntas relacionadas con las necesidades, ingresos o gastos de los colombianos relacionados con fines educativos de sus hijos.

Sus respuestas son completamente anónimas y confidenciales, solo serán usadas con fines académicos y de investigación. Marque con una X donde corresponda. Muchas gracias por su colaboración.

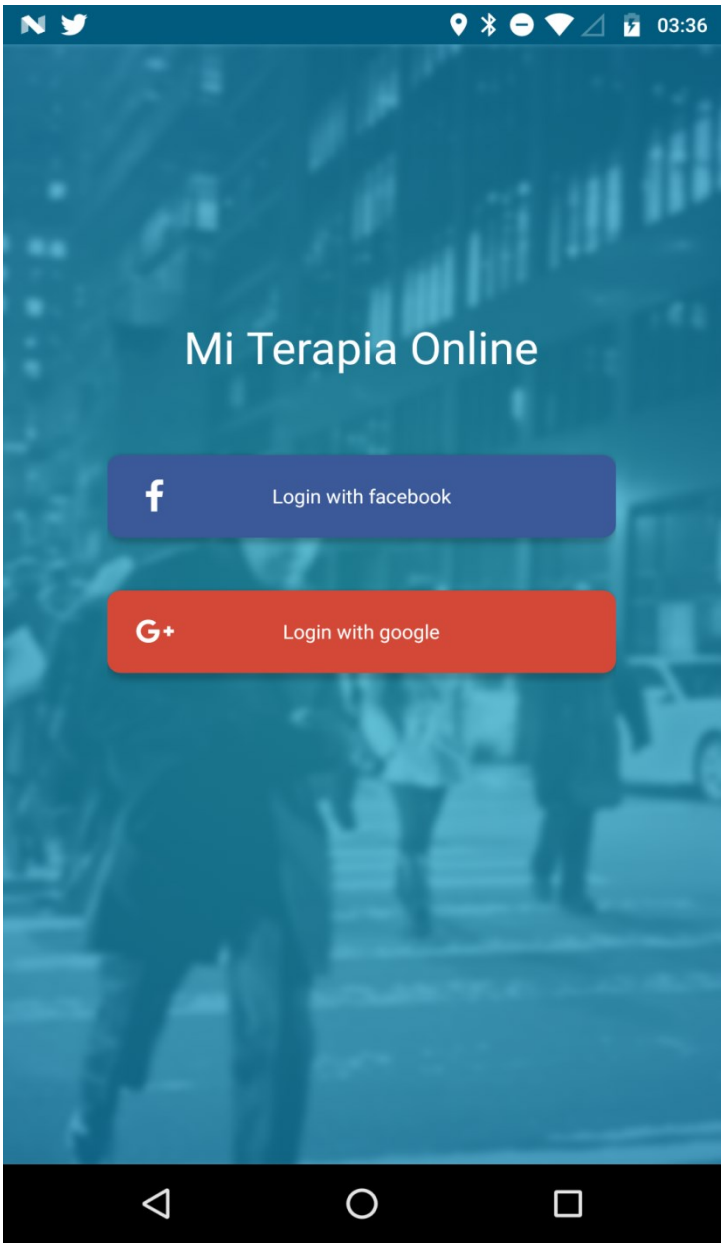
Nombre: _____
Sexo: _____
Edad:
Tiene hijos: SI ___ NO____ Cuantos: _____

Responda según sus ingresos mensuales destinados para la educación de su hijo.

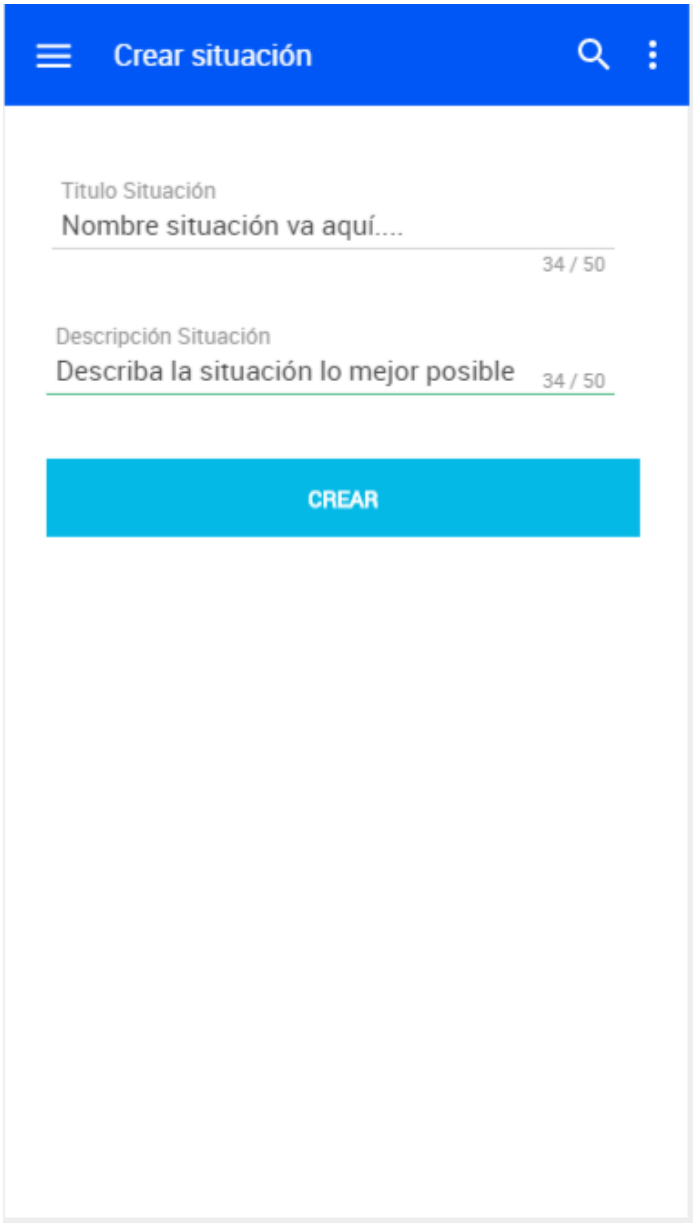
Instrucciones: Marque con una X según considere su respuesta.

1. ¿Hace uso constante de su teléfono inteligente?
   SI____ NO____
   Si la pregunta 3 es SI responda la 4ta pregunta.
2. ¿Considera la tecnología un beneficio para la formación de sus hijos?
   SI____ NO____
3. ¿Hace uso de la play store de su teléfono inteligente?
   SI _____ NO _____
4. Si viera una aplicación educativa que lo/la ayude a la formación en comunicación sexual con su hijo/a, ¿estaría dispuesto a descargarla y comprarla?
   SI _____ NO _____
5. Cuanto estaría dispuesto a invertir en una aplicación educativa para sus hijos/a:
   $1.000-$15.000____ $15.000- $30.000_____ $30.000-$50.000_____
6. Que temas le gustaría conversar con su hijo/a por medio virtual
   Sexualidad - Estado emocional - Intereses personales y profesionales - Noviazgo - Enfermedades de transmisión sexual- Anticoncepción- Otros ¿cuáles?

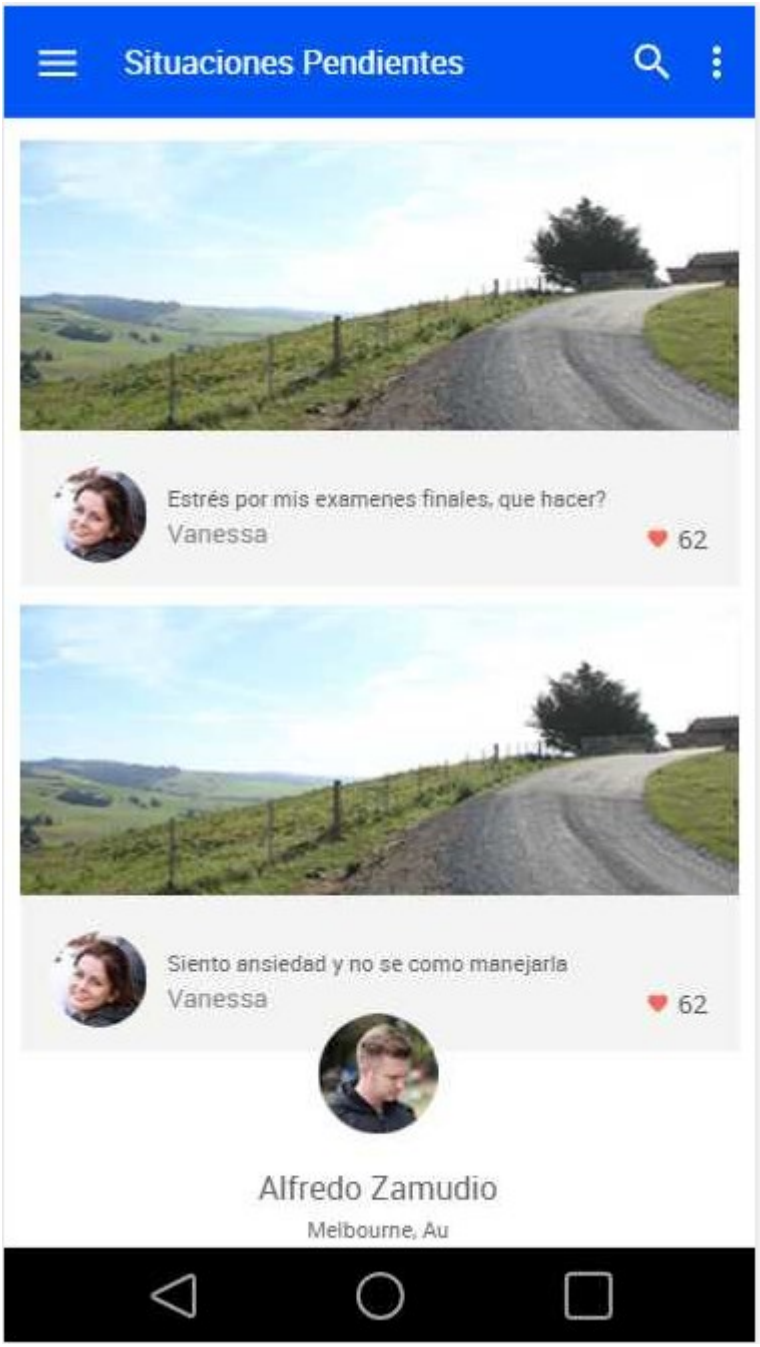
Apéndice 4. Producto final, App My parents and me, inicio



Apéndice 5. Producto final, App My parents and me, crear situación



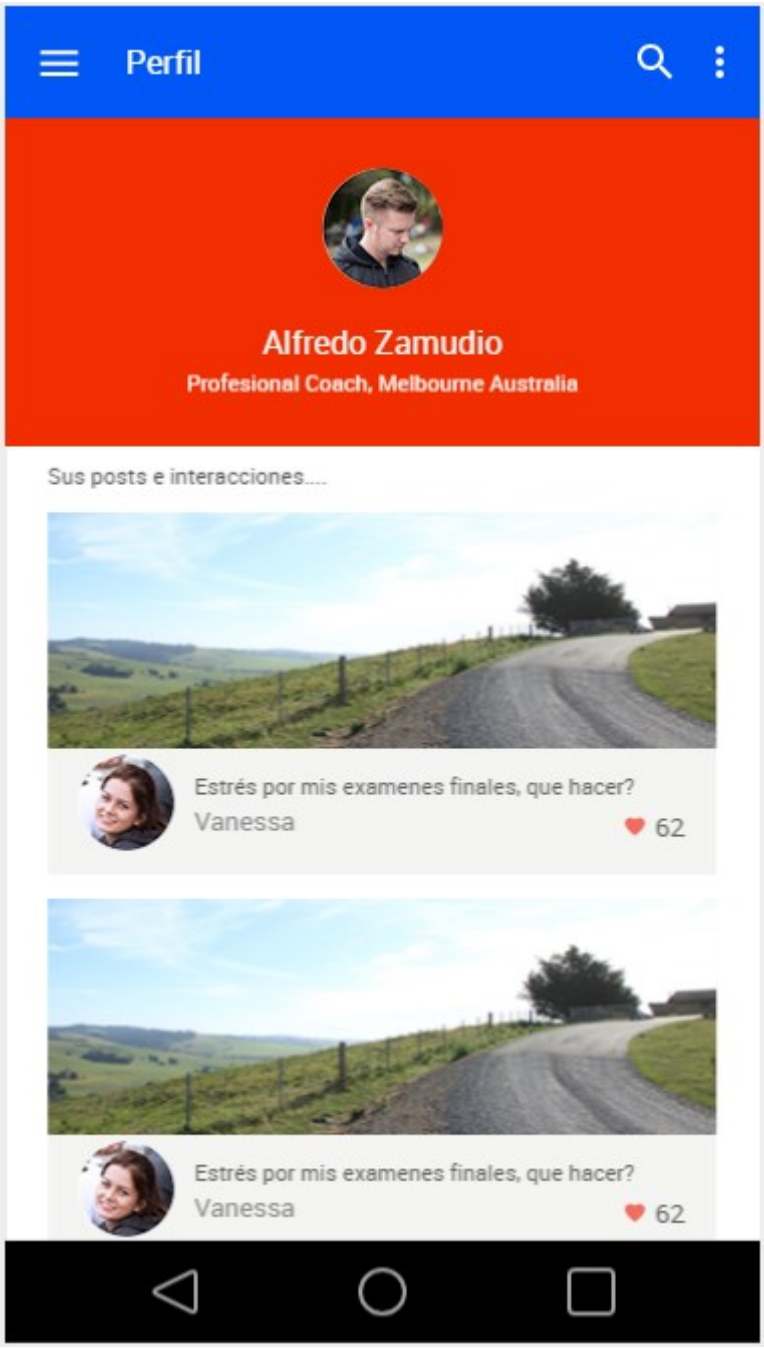
Apéndice 6. Producto final, App My parents and me, Situaciones pendientes



Apéndice 7. Producto final, App My parents and me, Responder a situación



Apéndice 8. Producto final, App My parents and me, Perfil


Perfil
Alfredo Zamudio
Profesional Coach, Melbourne Australia
Sus posts e interacciones....
Estrés por mis examenes finales, que hacer?
Vanessa
62
Estrés por mis examenes finales, que hacer?
Vanessa
62