

Universidad de Lima  
Facultad de Comunicación  
Carrera de Comunicación



# **LAS MADRES ADOLESCENTES DEL PERÚ Y SU EDUCACIÓN**

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en  
Comunicación

**Sol María Micol Tello Romero**

**Código 20121266**

Lima – Perú  
Setiembre de 2018





# ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	5
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	6
<b>1. Diagnóstico</b> .....	7 - 8
1.1. Análisis de Causas.....	9 - 12
1.2 Análisis de Efectos.....	13 - 14
1.3 Factores Clave.....	15
<b>2. Análisis de la organización</b> .....	16
2.1 Ambiente interno.....	16 - 19
2.2 Microambiente.....	20 - 21
2.3 Macroambiente.....	22 - 30
<b>3. Estrategia de Comunicación</b> .....	31
3.1 Segmentación y caracterización de audiencias.....	31 - 33
3.2 Objetivos.....	34
3.3 Definición de Producto Social.....	35 - 36
3.4 Diseño de mensajes.....	37
3.5 Actividades.....	38
3.6 Plan de Evaluación de la Estrategia de Comunicación .....	39
3.7 Campaña Social.....	40
3.7.1 Estrategia de contenidos.....	41 - 44
3.7.2 Cronograma de implementación .....	45
<b>REFERENCIAS</b> .....	46

## RESUMEN

El presente trabajo aborda una de las problemáticas que incide en la desigualdad de género que actualmente enfrenta nuestro país, el alto índice de madres adolescentes que no continúan con su educación básica. En el Perú 9 de cada 10 madres no continúan con sus estudios, lo cual limita sus oportunidades y afecta su calidad de vida y la de sus hijos. La región de la selva presenta los índices más altos de embarazo adolescente, sin embargo, el distrito que a nivel nacional tiene la tasa más alta de recién nacidos en menores de 15 años es San Juan de Lurigancho, ubicado en Lima. Por ello, se ha escogido a San Juan de Lurigancho como zona de intervención en el que se desarrollará una estrategia de comunicación desde la perspectiva de la ONG Grupo Vida. Grupo Vida empodera a madres adolescentes a través de un programa de capacitaciones, brindándoles las herramientas necesarias para enfrentarse al mundo laboral. Por lo tanto, se desarrollará una estrategia a partir del cual Grupo Vida impulsará a que estas madres continúen con su educación y que de manera paralela adquieran un conocimiento técnico que les permita en un futuro poder generar sus propios ingresos.

## INTRODUCCIÓN

Dos de los grandes ejes propuestos por el PNUD para abordar la desigualdad de género es el correspondiente a la salud reproductiva y al empoderamiento. El primer eje consta de dos indicadores: la mortalidad materna y la fecundidad adolescente, y el segundo eje consta de igual forma de dos indicadores: escaños en el parlamento y nivel de instrucción educativa. Para el propósito de este trabajo, nos centraremos en dos indicadores: la fecundidad adolescente y el nivel de instrucción educativa.

En el Perú existe un alto índice de embarazo adolescente y a su vez un gran porcentaje de madres adolescentes que no continúan con su educación básica. Siendo la educación un derecho al cual todos deberíamos acceder y una herramienta que traza el futuro de miles de niños y jóvenes, es necesario crear un plan de acción que promueva la reinserción escolar de estas madres.

Por ello, proponer alternativas que ayuden a mejorar la situación de miles de jóvenes que quedan estancadas profesionalmente y que ven frustradas sus metas personales, es de suma importancia. Se ha desarrollado una estrategia desde la perspectiva de la ONG Grupo Vida para empoderar a estas adolescentes a través de una formación técnica que les permita en un futuro ingresar al mercado laboral y que de forma paralela se impulse la culminación de sus estudios escolares. Es importante que las madres retomen su educación, pero también garantizarles que en un corto plazo podrán generar ingresos propios, a través del cual podrán mejorar tanto su calidad de vida como la de sus hijos.

De esta forma, siguiendo la línea de acción que el PNUD ha trazado es que podremos lograr un cambio, las propuestas que se desarrollen para mitigar el problema descrito se encuentran articuladas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), específicamente con cuatro de ellos, con el objetivo 1: poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo, con el objetivo 3: garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades, con el objetivo 4: garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos y con el objetivo 5: lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

# 1. Diagnóstico

En el Perú existe un alto porcentaje de adolescentes comprendidas entre el rango de 15 a 19 años que han quedado embarazadas, es una realidad preocupante pues según la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar - ENDES<sup>1</sup> 2017 realizada por el INEI, del año 2016 al 2017 se ha producido un aumento, pasando de 12,7% a 13,4%, respectivamente. Por lo tanto, en el 2017 del 100% de adolescentes, un 86,6% no son madres y de acuerdo con lo mencionado existe un 13,4 % que sí lo son, de esta cifra un 2,9% corresponde a adolescentes que han quedado embarazadas por primera vez y un 10,6% a aquellas que ya son madres.

De acuerdo con el informe Perú: Fecundidad Adolescente realizado por el INEI<sup>2</sup>, el mayor porcentaje de adolescentes que han quedado embarazadas en el Perú se sitúa en la región de la selva, siendo Loreto la ciudad con mayor porcentaje de casos registrados (32,8%). Los porcentajes más altos después de esta región se encuentran en la costa, siendo Tumbes (22,2%) e Ica (19,9%) las ciudades que más casos presentan.

Asimismo, esta situación se ve agravada si es que las madres adolescentes deciden no continuar con sus estudios y aspirar a una vida profesional. De acuerdo con el informe de INEI<sup>3</sup>, en el año 2015 se registra que del total de adolescentes que ya son madres o están embarazadas por primera vez, el mayor porcentaje de ellas solo cuenta con educación primaria (37,9%), seguido de educación secundaria (12,6%) y superior (6,1%). De acuerdo con el informe presentado por la Plataforma de Acción de Beijing-Perú<sup>4</sup>, 9 de cada 10 madres adolescentes no continúa con sus estudios en la escuela.

A su vez, de acuerdo con la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar - ENDES 2017, las razones por las cuales las adolescentes y jóvenes entre los 15 y 24 años de edad no continúan con sus estudios es principalmente por motivos económicos (39,9%) y

---

<sup>1</sup>[http://www.inei.gob.pe:8090/media/MenuRecursivo/boletines/ppt-endes-2017\\_30052018-panoramico-medios.pdf](http://www.inei.gob.pe:8090/media/MenuRecursivo/boletines/ppt-endes-2017_30052018-panoramico-medios.pdf)

<sup>2</sup><https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/fecundiad-adolescente.pdf>

<sup>3</sup><https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/fecundiad-adolescente.pdf>

<sup>4</sup><http://www.unfpa.org.pe/publicaciones/publicacionesperu/MESAGEN-Informe-Seguimiento-Beijing+20-Peru.pdf>

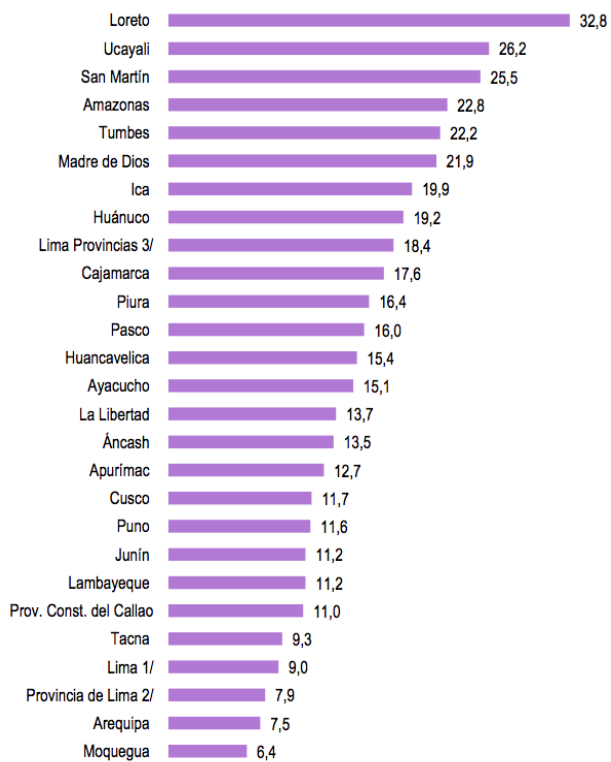
familiares (27,5%). Dentro de las razones familiares, se encuentra el embarazo, la unión conyugal y el tener que hacerse cargo del cuidado de niños.

Por lo tanto, el problema específico que se ha planteado para esta investigación es el alto porcentaje de madres adolescentes comprendidas entre el rango de 15 a 19 años de edad pertenecientes al distrito de San Juan de Lurigancho, que no continúan con su Educación Básica, lo cual las coloca en una situación de desventaja en la sociedad. A pesar de que Lima cuenta con uno de los porcentajes más bajos de casos de embarazo adolescente, se ha escogido como zona de intervención a San Juan de Lurigancho pues es el distrito a nivel nacional que presenta el mayor registro de recién nacidos en madres menores de 15 años. Si bien el público objetivo comprende el rango de edades de 15 a 19 años, pues es la población considerada como adolescente, lo que se busca es incentivar que tanto adolescentes embarazadas y aquellas que ya son madres con hijos pequeños continúen con su educación y lo coloquen como un eje prioritario en sus vidas.





**Gráfico N° 05**  
**Adolescentes de 15 a 19 años alguna vez embarazadas, según departamento, 2014/2015**  
 (Porcentaje)



1/ A partir del año 2014 se presenta el departamento de Lima independiente de la Provincia Constitucional del Callao.

2/ Comprende los 43 distritos que conforman la provincia de Lima.

3/ Comprende las provincias: Barranca, Cajatambo, Canta, Cañete, Huaral, Huarochirí, Huaura, Oyón y Yauyos

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (ENDES)

## 1.1 Análisis de Causas

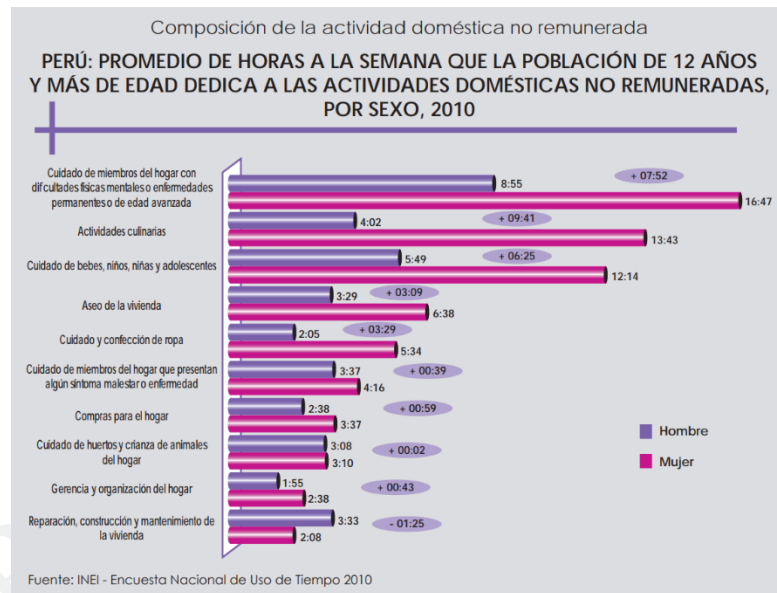
### Creencias culturales

Existen creencias culturales que son reforzadas por el hombre y la familia que plantean que la mujer debe encargarse únicamente del hogar y del cuidado de los hijos. De acuerdo con la psicoanalista Carmen González, a lo largo de la historia se puede observar la diferencia entre las actividades que un hombre y una mujer debían realizar: *"Era el hombre el que producía bienes y la mujer se quedaba en la casa, en las labores del hogar y en la crianza de los niños. Este trabajo nunca se valoró"*<sup>5</sup>. De acuerdo con la encuesta Pulso Perú realizada por Datum<sup>6</sup> en el 2016 en la región de Lima, existe un alto porcentaje de mujeres (78,6%) así como de hombres (70,1%) que consideran que vivimos en una sociedad machista. Esta situación afecta el rol de la mujer en la sociedad y es muy probable que la madre adolescente desista de continuar con su educación pues considera que su único papel es el de ser madre y esposa. Existe una brecha de género en relación a las labores domésticas, son las mujeres quienes principalmente que encargan de todo lo referente al cuidado del hogar. De acuerdo con el Brechas de Género En El Uso del Tiempo realizado por MIDIS en el 2011: "Los resultados de la ENUT 2010 muestran la persistencia de los estereotipos de género en la distribución de las tareas domésticas".

---

<sup>5</sup><https://peru21.pe/lima/74-considera-peru-sociedad-machista-infografia-225689>

<sup>6</sup><https://peru21.pe/lima/74-considera-peru-sociedad-machista-infografia-225689>



## Casos de violencia

De acuerdo con la ENDES<sup>7</sup> existe un alto porcentaje de mujeres que son víctimas de violencia por parte de su esposo o compañero, esta violencia se encuentra generalizada en los diferentes rangos de edad. Un 71,7 de adolescentes entre 15 y 19 años señala haber sufrido de violencia. En este rango de edad, el porcentaje más alto corresponde a violencia psicológica y/o verbal (70,3%), seguido de física (24,8%) y de sexual (3,0%). En relación a las madres adolescentes, un 17,9% afirma haber sufrido de violencia física y/o sexual en los años 2014/2015 durante los últimos 12 meses. Una madre adolescente que sufre de violencia ya sea psicológica y/o sexual por parte de su pareja o de algún familiar cercano a ella, carece de apoyo para que pueda continuar con sus estudios. El sometimiento que ejerce el hombre sobre la mujer, reduce sus posibilidades de desarrollarse en otro ámbito que no sea fuera del hogar.

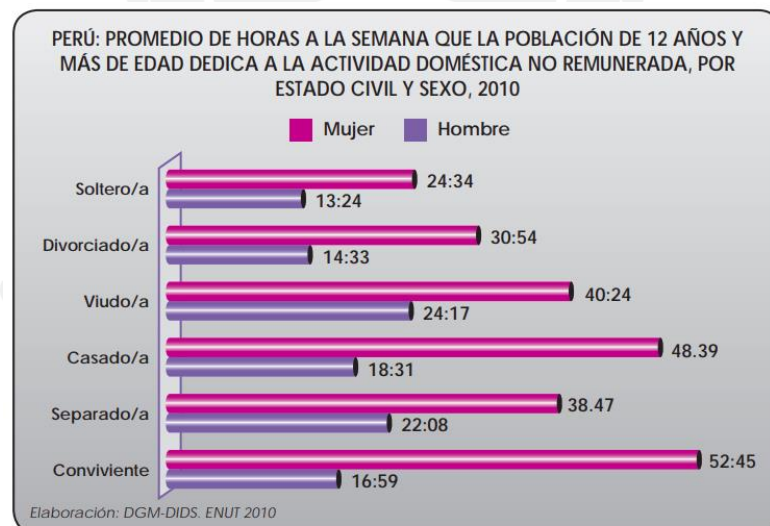
## Necesidades/dependencia económica

De acuerdo con el MINS<sup>8</sup>, 6 de cada 10 embarazos adolescentes en el Perú corresponde a embarazos no deseados. Lo cual implica que existe un mayor porcentaje de embarazos no planificados que requieren un mayor poder adquisitivo por parte de la

<sup>7</sup> [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1211/pdf/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1211/pdf/Libro.pdf)

<sup>8</sup> <https://diariocorreo.pe/peru/minsa-el-60-de-embarazos-adolescentes-no-son-deseados-731022/>

familia. De acuerdo con el informe Perú Brechas de Género 2017<sup>9</sup>, según los datos del año 2016 el mayor porcentaje de madres adolescentes se encuentran en el quintil de riqueza más bajo (23,9%), a mayor nivel socioeconómico existe un menor porcentaje de madres adolescentes. Por lo tanto, existe un mayor número de adolescentes embarazadas que de por sí se encuentran en una situación de desventaja y dada su condición de embarazo, se ven más drásticamente afectadas a nivel económico. Una joven embarazada que no genera ingresos propios depende económicamente de su familia o de su pareja para hacerse cargo de su hogar, esa dependencia limita sus posibilidades de continuar con su educación pues la labor del cuidado del hijo recae en ella. A su vez, debido a las necesidades económicas en el hogar, la mujer se ve forzada en el largo plazo a priorizar tener un trabajo y aportar a los gastos por encima de su educación. De acuerdo con el informe Brechas de Género En El Uso del Tiempo realizado por MIDIS en el 2011, el promedio de horas que dedica una mujer a la actividad doméstica que es conviviente o casada es superior al de un hombre y al de aquellas mujeres que no tienen pareja. Por consiguiente, la mujer (12:14) dedica más horas al cuidado de los hijos frente al hombre (5:49). Por tanto, debido a la carencia de autonomía económica la mujer se encarga de las labores doméstica, depende de un tercero y termina descuidando su educación.



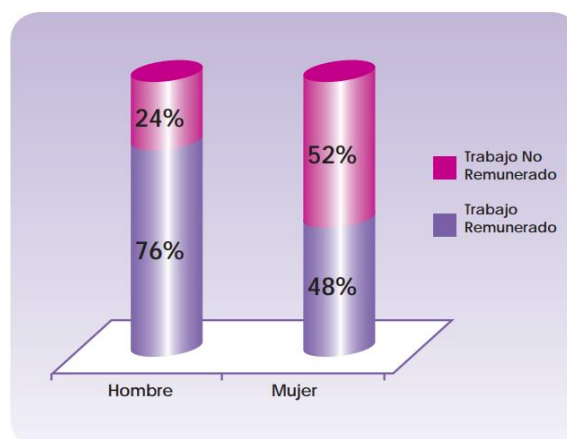
### La mujer hace un lado su proyecto de vida

<sup>9</sup> [https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1444/libro.pdf](https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1444/libro.pdf)

El haber tenido un embarazo no deseado a tan corta edad puede impactar negativamente en el estado emocional de la mujer, afectando así las aspiraciones y metas que podía tener, *“diversos estudios señalan que este tipo de embarazo cambia el proyecto de vida de las adolescentes y provoca un abandono obligatorio de sus metas futuras por la necesidad de afrontar nuevas responsabilidades ligadas al desarrollo del bebé”* (Alfonso A, 2003; Rivero y Cueva, 2006)<sup>10</sup>. La adolescente debe asumir una responsabilidad que no era de su etapa y con ello sentir que debe dejar a un lado el aspecto educativo y profesional para poder dedicarse a la crianza del hijo. De acuerdo con el informe Brechas de Género En El Uso del Tiempo realizado por MIDIS en el 2011, la mujer en comparación con el hombre dedica un mayor porcentaje de su tiempo al trabajo no remunerado, es decir, al trabajo doméstico y a su vez dedican en comparación al hombre, más del doble de su tiempo al cuidado de los hijos.

Gráfico N° 2

PERÚ: DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA GLOBAL DE TRABAJO, 2010



Elaboración DGM-DIDS. ENUT 2010

<sup>10</sup> <http://infogen.org.mx/el-embarazo-de-la-adolescente-y-los-problemas-familiares/#indice-1>

## 1.2 Análisis de Efectos

### **Dificultades para su inserción laboral**

De acuerdo con el informe Perú Brechas de Género 2017<sup>11</sup>, existe una gran diferencia respecto a la tasa de participación en la fuerza de trabajo: mujeres (64,3%) y hombres (82,7%), vivimos en una sociedad en la que resulta más difícil para una mujer insertarse en el mercado laboral. De acuerdo con el informe de Oxfam<sup>12</sup>: “Mujer y Desigualdades Económicas en Perú”, existe una marcada diferencia entre hombres y mujeres en relación a la ocupación de un empleo precario, 37,6% frente a un 49,6%, respectivamente. Si a esto le añadimos el componente de la educación, la situación es más desfavorable para que una mujer pueda insertarse laboralmente.

De acuerdo con el primer informe mencionado, el porcentaje de mujeres que son profesionales, técnicos y gerentes corresponde a aquellas que no cuentan con hijos (27,8%), a mayor número de hijos existe un menor número de mujeres desempeñándose laboralmente en estos puestos: de 1 a 2 hijos (20,1%), de 3 a 4 (9,4%) y de 5 a más (2%). A su vez el mayor de porcentaje que se encuentran en este tipo de puestos

---

<sup>11</sup> [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1444/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1444/libro.pdf)

<sup>12</sup> [https://peru.oxfam.org/sites/peru.oxfam.org/files/file\\_attachments/Mujer%20y%20desigualdades%20econ%C3%B3micas.pdf](https://peru.oxfam.org/sites/peru.oxfam.org/files/file_attachments/Mujer%20y%20desigualdades%20econ%C3%B3micas.pdf)

corresponde al rango de edad entre 25 y 34 años (44,8%) y mujeres que cuentan con una educación superior (46,5%). Para una adolescente entre 15 y 19 años los trabajos que cuentan con mayor porcentaje en este rango de edad son el de agricultura (21,8%) y servicio doméstico (21,5%). Por lo tanto, es muy complicado que una madre adolescente pueda insertarse en el mercado laboral en un corto a mediano plazo sin una educación superior.

### **La poca participación de la mujer en la toma de decisiones**

De acuerdo con la ENDES<sup>13</sup>, el mayor porcentaje de mujeres que señalan que es su esposo o compañero quien decide cómo administrar el dinero que ella gana, corresponde a aquellas entre las edades de 15 a 19 años (7,3%). Lo cual implica que las adolescentes priorizan la toma de decisión del hombre sobre los gastos que se realizan en el hogar aun cuando ese dinero hay sido producto de su trabajo. Si tomamos en cuenta que en ese rango de edad se producen un gran porcentaje de embarazos y es en ese mismo rango donde se señala una falta de participación de la mujer sobre la toma de decisión de los gastos, esto significa que existen madres adolescentes que permiten que el hombre sea quien principalmente decida cómo debe gastarse el dinero en el hogar, cuando en realidad debería corresponder a una toma de decisión por parte de ambos.

Asimismo, según la ENDES<sup>14</sup> el rango de edad entre 15 y 19 años es el que presenta menor participación respecto a su esposo o compañero, no solo en lo referente a los gastos como por ejemplo compras diarias o grandes compras del hogar, sino también en temas relacionados a su propia salud, al hecho de visitar familiares/ amigos/ parientes y respecto a qué alimentos cocinar cada día, solo un 45,5% afirma que tiene la última palabra en todas las cinco decisiones. Por otra parte, mientras mayor sea el nivel educativo con el que cuenta una mujer, mayor es su nivel de autonomía en la toma de cada una de estas decisiones: sin educación (43,5%), primaria (51,2%), secundaria (67,7%) y superior (71,9%).

### **Carencia de sustentos económicos que limitan su calidad de vida y la de sus hijos**

---

<sup>13</sup> [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1211/pdf/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1211/pdf/Libro.pdf)

<sup>14</sup> [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1211/pdf/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1211/pdf/Libro.pdf)

De acuerdo con el informe Perú Brechas de Género 2017<sup>15</sup>: *“Al año 2016, el 31,5% de las mujeres de 14 y más años de edad no tienen ingresos propios, siendo ésta proporción casi 2,6 veces más que los hombres (12,0%)”*. Este indicador de ingresos propios refleja la gran diferencia que existe entre hombre y mujeres, a falta de un sustento económico propio no es posible que puedan hacerse cargo de sí mismas y de su familia. El mayor porcentaje de personas sin ingresos propios en el 2015 se concentra en mujeres (31,5%) que solo cuentan con educación primaria (43,3%), seguido de secundaria (32,3%). A menor nivel educativo, se observa un mayor porcentaje de mujeres sin ingresos propios. Por lo tanto, si una mujer no continúa con sus estudios está limitando su inserción laboral que se traduce en el hecho de no poder generar ingresos propios y así alimentar una cadena de pobreza.

### **1.3 Factores Clave**

Respecto a los factores clave que inciden en el problema escogido para el presente trabajo, se encuentra el nivel socioeconómico al cual pertenece la adolescente, el apoyo de la familia que incluye principalmente a los padres o a los familiares más cercanos a ella, la distancia a su centro de estudios, las complicaciones físicas que pueda tener durante el proceso de gestación, el estado emocional en el que se encuentra la adolescente durante su embarazo, si la adolescente sufre de algún tipo de violencia ejercida por algún miembro del hogar o un tercero y el apoyo que recibe del padre de su hijo.

---

<sup>15</sup> [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1444/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1444/libro.pdf)



## **2. Análisis de la Organización**

### **2.1 Ambiente Interno**

#### **Infraestructura**

La ONG Grupo Vida cuenta con un centro de capacitación y un Wawa Wasi. En el centro de capacitación se imparte el Programa Integral de Capacitación para Madres Adolescentes (PICMA) y en el caso del Wawa Wasi, se brinda el servicio de guardería para aquellas madres que participan del programa de capacitación con hijos entre 1 a 4 años de edad. La sede se encuentra ubicada en Jr. Comunidad Industrial 293, en el distrito de Chorrillos.

#### **Recursos Humanos**

La organización cuenta con docentes especializados en el rubro textil quienes se encargan de capacitar a las madres. Por otra parte, también cuentan con “*madres cuidadoras*” quienes se encargan del cuidado de los niños en la guardería, estas madres cuentan con los conocimientos y la experiencia requerida para poder asistir a los niños. Asimismo, la guardería cuenta con la asesoría de un nutricionista con el fin de que las

comidas que reciben los niños en la guardería correspondan al de una dieta balanceada que vaya acorde a su edad.

### **Recursos Financieros**

La ONG cuenta con la colaboración de marcas y entidades, que apoyan la realización de eventos benéficos a favor del Grupo Vida, con el fin de recaudar la mayor cantidad de fondos.

Por último cuentan con donaciones que se reciben a través de depósitos bancarios, los cuales a través de la página web de la ONG invitan al público en general a colaborar voluntariamente. Asimismo, también se reciben donaciones correspondientes a artículos de oficina, juguetes y ropa para las madres y sus hijos, así como también víveres y artículos de primera necesidad y herramientas necesarias para la capacitación de las madres como agujas, hilos, cinta métrica, reglas, etc.

### **Estructura organizacional**

La ONG se constituye de la siguiente manera, en primer lugar se encuentra la presidenta a cargo de la fundadora del Grupo Vida, Margarita Gómez de More, luego se encuentra el puesto de tesorera a cargo de su socia, Ana Luisa Rey Recavarren. Luego, está el puesto de secretaria y finalmente el patronato que incluye a seis miembros de dicho comité.

### **Experiencia institucional**

La ONG Grupo Vida fue fundada en el 2003 por lo que cuenta con 15 años de trayectoria en el país. Las fundadoras son Ana Luisa Rey Recavarren y Margarita Gómez de More. La idea surge a raíz de la labor de voluntariado que realizaban en el hospital de María Auxiliadora, ubicado en Lima, en el que motivadas por el alto índice de madres adolescentes que llegaban solas al hospital a dar a luz a sus hijos, decidieron

crear una iniciativa que ayude a dichas madres a superarse. Al año 2013, se capacitaron alrededor de 150 madres quienes son ex alumnas que han logrado reunir los conocimientos necesarios para insertarse laboralmente y sacar adelantes a sus hijos. A su vez, se capacitan alrededor de 40 a 50 adolescentes por año.

### **Políticas institucionales**

El Grupo Vida se forja bajo el lema: "*vida digna para madres adolescentes*"; uno de los grandes pilares sobre el cual trabaja la organización es el de empoderar a las madres de familia que carecen de los recursos necesarios para poder sostenerse a sí mismas y a sus hijos.

### **Resumen: Matriz de fortalezas y debilidades**

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
Es una organización que busca abarcar solo una problemática específica y por tanto al trabajar en un solo sector conoce a gran profundidad la situación de estas jóvenes madres y las necesidades latentes para poder ayudarlas.	Existe un alto de costo de mantenimiento que debe cubrir la ONG, pues al contar con un número de máquinas de coser para las capacitaciones éstas deben estar siempre en perfecto estado y a la disposición de las jóvenes.
Es una institución sólida que posee 15 años dedicándose a ayudar a miles de jóvenes y por tanto cuenta con una gran experiencia en la problemática.	Es necesario que la ong cuente con mayor exposición y pueda ser conocida a nivel nacional y no solo en el distrito en el que se encuentra. La red social que principalmente emplea es Facebook y a través de esta comunica las diversas iniciativas y actividades que realiza

	<p>pero es necesario que se realice una inversión pues el número de seguidores que posee es muy bajo.</p> <p>La cuenta oficial de Facebook tiene una comunidad de 361 personas.</p>
<p>Busca brindar un servicio integral de ayuda a estas jóvenes, no solo las capacita para que puedan insertarse al mercado laboral sino que también las apoya en el cuidado de sus hijos.</p>	<p>Es necesario que mejoren sus canales de comunicación pues respecto los los diversos teléfonos de contacto que colocan en los afiches sobre las capacitaciones gratuitas, aparecen como líneas que ya no existen o nadie contesta. Asimismo, si bien manejan una página web oficial, de igual forma los teléfonos brindados así como el correo electrónico proporcionado no existen y ello dificulta las consultas o donaciones que el público en general pudiera realizar.</p>
<p>Las fundadoras son quienes actualmente se siguen dedicando a la organización y forman parte de la dirección de Grupo Vida, que puedan realizar un seguimiento de cerca ayuda a que la ONG siga encaminada en sus ideales y metas.</p>	
<p>Contar con marcas y empresas que son reconocidas en el mercado peruano para beneficio de la ONG, es sumamente importante para que puedan conseguir los fondos necesarios y a su vez Grupo Vida pueda ser visibilizado y más personas tengan interés en conocer su</p>	

labor.	
--------	--



## 2.2. Microambiente

### **Mercado**

Madres adolescentes que viven en Lima Metropolitana.

Madres adolescentes con hijos entre los 0 a 4 años de edad que viven en Lima Metropolitana.

Madres adolescentes con hijos entre los 0 a 4 años de edad que viven en el distrito de San Juan de Lurigancho.

- Mercado meta:

Madres adolescentes con hijos entre los 0 a 4 años de edad que viven en el Asentamiento Humano Arriba Perú perteneciente al distrito de San Juan de Lurigancho.

### **Proveedores**

Principalmente cuentan con un proveedor de las máquinas de coser.

### **Aliados**

Existen empresas reconocidas como Lactacyd, la cual se dedica a la comercialización de productos para el cuidado de la higiene íntima femenina, que deciden ser un agente del cambio. Esta empresa donó durante un mes un porcentaje de sus ventas para beneficio de la ONG.

## Competencia

- Competencia directa:

La principal competencia que existe son los propios centros educativos, a raíz de la ley emitida por el gobierno en la que se prohíbe que los colegios no permitan la asistencia de una estudiante embarazada es que se promueve a que continúen con sus estudios. Sin embargo, existen casos de colegios que violan la ley y discriminan a la estudiante por su condición de embarazo. Un ejemplo de esto es la denuncia en contra de la directora del colegio Santa Teresita<sup>16</sup> en Cajamarca, por expulsar a una menor de 15 años por su condición de embarazo.

- Competencia indirecta:

La competencia que existe es en relación a las creencias culturales bajo la cual es el hombre quien debe encargarse de conseguir un trabajo y la mujer quien debe dedicarse a la labor doméstica. Actualmente, como ya mencionamos en párrafos anteriores, siguen siendo las mujeres quienes dedican mayor cantidad de horas a las labores del hogar y al cuidado de los hijos. Esta situación puede acentuarse cuando una adolescente tiene un embarazo no planificado y debe hacerse cargo de su hijo y asumir las responsabilidades de un adulto, con lo cual se deja de lado un aspecto tan importante como lo es la educación. A su vez, el hecho de que las madres hagan a un lado sus proyectos de vida y dejen de perseguir sus aspiraciones y metas, sumando a las inseguridades que enfrentaron al ser madres, influye en el deseo de querer y sentirse capaces de continuar con sus estudios y realizarse profesionalmente.

---

<sup>16</sup><https://rpp.pe/peru/cajamarca/denuncian-que-alumna-es-expulsada-de-santa-teresita-por-estar-embarazada-noticia-948409>

## 2.3 Macroambiente

### Demografía

De acuerdo con cifras del INEI<sup>17</sup> presentadas en este año 2018, San Juan de Lurigancho es el distrito de Lima que posee el mayor índice poblacional, actualmente cuenta con 1 millón 162 mil habitantes, por lo que representa el 11% de la población total de Lima. De acuerdo con El Plan Local de Seguridad Ciudadana SJL 2017<sup>18</sup>, la mayor cantidad de población en el distrito se concentra en el rango de edades entre 20 - 24 (121,255), seguido de 15 - 19 (105,406) y entre 0 - 4 (100.943) años de edad.

De acuerdo con el Plan de Gobierno - Municipalidad Distrital de San Juan de Lurigancho<sup>19</sup>, en relación al último nivel, grado o año de estudios que los habitantes aprobaron, el mayor porcentaje concluyó secundaria (39,61%), seguido de primaria (21,43%) y de aquellos que no poseen ningún grado de estudios (6,82%). Asimismo, según el Índice de Desarrollo Humano del distrito presentado en un informe por el PNUD, San Juan de Lurigancho cuenta con una esperanza de vida al nacer de alrededor de 75 años, con una tasa de escolaridad entre los 5 y 18 años de edad de 87.78% y un nivel de alfabetismo de 97,87%.

A su vez, San Juan de Lurigancho cuenta con la tasa más alta de recién nacidos en menores de 15 años a nivel de Lima, esta situación coloca a las niñas y adolescentes en un estado de vulnerabilidad. De acuerdo con el informe Prevención del Embarazo en Adolescentes - Situación y Perspectivas al 2021<sup>20</sup>, San Juan de Lurigancho encabeza la lista con 32 casos registrados de recién nacidos de niñas entre las edades de 11 a 14 años, en el 2015.

---

<sup>17</sup> <https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/noticias/nota-de-prensa-n-007-2018-inei-2.pdf>

<sup>18</sup> <http://munisjl.gob.pe/1/wp-content/uploads/2017/04/NVO-PLSC-2017-SJL.pdf>

<sup>19</sup> <http://cde.3.elcomercio.pe/doc/0/0/9/4/2/942898.pdf>

<sup>20</sup> [https://www.mesadeconcertacion.org.pe/sites/default/files/archivos/2016/documentos/12/reporteembarazoadolescentendeg4.2016v7\\_0.pdf](https://www.mesadeconcertacion.org.pe/sites/default/files/archivos/2016/documentos/12/reporteembarazoadolescentendeg4.2016v7_0.pdf)



De acuerdo con el Plan de Desarrollo Concertado<sup>21</sup> 2015 - 2012 del distrito de San Juan de Lurigancho, el número de alumnos matriculados en San Juan de Lurigancho disminuyó en el 2012 con relación al año anterior, pero se produjo un incremento en el 2013, con alrededor de 21,8775 alumnos matriculados en el nivel básico regular. Asimismo, el mayor porcentaje de retiro escolar se concentra a nivel de secundaria, en el 2013 el porcentaje de alumnos retirados en el nivel de secundaria fue de 2,5% frente al nivel primaria con 1,2%. Al respecto, uno de los factores que incide en la tasa de escolaridad es el embarazo adolescente: *“la disminución de las matrículas en el distrito se debe a múltiples factores entre los principales se encuentra los problemas de índole económico familiar, embarazos en adolescentes, adicciones a drogas, pandillaje, delincuencia juvenil y desempleo”*<sup>22</sup>.

## **Economía**

Según el informe Perfiles Zonales elaborado por Ipsos 2016, San Juan de Lurigancho es un distrito que cuenta con mayor porcentaje de personas pertenecientes al NSE C y D. Asimismo, la zona de Lima Este en la cual se encuentra San Juan de Lurigancho se caracteriza principalmente por la realización de actividades económicas relacionadas a la venta al por mayor, seguido de textiles y confecciones, construcción y materiales de construcción y productos metal, hierro, acero y maquinaria. (Ipsos 2016). De acuerdo con Plan de Gobierno - Municipalidad Distrital de San Juan de Lurigancho<sup>23</sup>, la industria manufacturera es la principal actividad económica del distrito, seguido por el comercio al por mayor y al menor y por el sector educativo.

Asimismo, de acuerdo con Inversiones y Asesorías Araval, *“es el distrito con mayor potencial para comercio con ventas de alrededor de US\$ 47 millones al mes”*<sup>24</sup>. Por ello, de acuerdo con el informe de INEI, San Juan de Lurigancho es el distrito con el

---

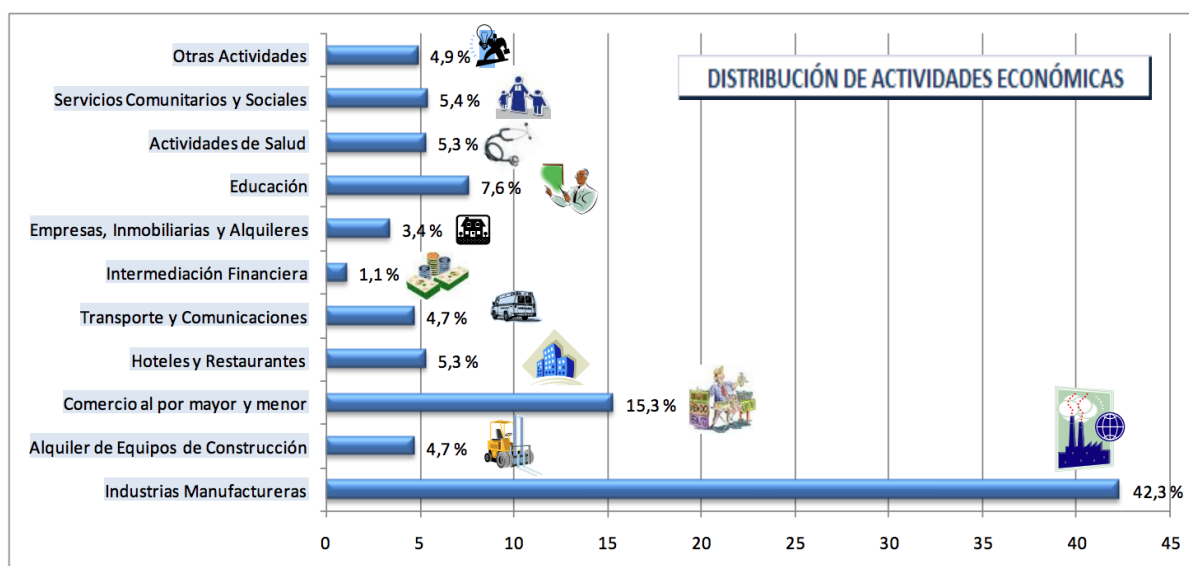
<sup>21</sup><http://munisjl.gob.pe/transparencia/plan-de-desarrollo-concertado-2015-2021.pdf>

<sup>22</sup> <http://munisjl.gob.pe/transparencia/plan-de-desarrollo-concertado-2015-2021>

<sup>23</sup> <http://cde.3.elcomercio.pe/doc/0/0/9/4/2/942898.pd>

<sup>24</sup> <https://gestion.pe/economia/empresas/san-juan-lurigancho-conozca-plan-comerciales-distrito-grande-lima-232179>

mayor de número de empresas en lo que respecta a Lima Este y el segundo a nivel de Lima, en el 2014.



**Fuente: Censo Nacional XI de Población y VI de Vivienda – INE**  
**Elaborado: Municipalidad de San Juan de Lurigancho GP/SGDICNI**

De acuerdo con el Plan de Gobierno - Municipalidad Distrital de San Juan de Lurigancho<sup>25</sup>, la población económicamente activa es de 396.891 habitantes, de los cuales un 36,5% corresponde a los trabajadores independientes, seguido de un 35,4% que son empleados, un 19,6% que son obreros y un 4,2% al trabajador (a) del hogar. A su vez, el ingreso familiar per cápita se sitúa en aproximadamente S/. 470.70 nuevos soles. De acuerdo con el informe de INEI, Lima Este es la segunda zona de la capital que presenta el mayor porcentaje de pobreza monetaria con un 14,5%.

### Normativa y política

El Estado está tomando acciones para prevenir el embarazo adolescente a través de los siguientes programas, planes y normas: “*el Plan Nacional de Acción por la Infancia y la Adolescencia-PNAIIA 2012-2021, el Programa Presupuestal Salud Materno Neonatal, el Plan Multisectorial para la Prevención del Embarazo en Adolescentes 2013-2021, la Ley de Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres, el Plan*

<sup>25</sup> <http://cde.3.elcomercio.pe/doc/0/0/9/4/2/942898.pdf>

*Nacional Contra la Violencia de Género 2016-2021 y recientemente el Plan Nacional de Derechos Humanos 2018-2021*<sup>26</sup>.

En el 2018, el gobierno destinó para el Programa Presupuestal Salud Materno Neonatal promovido por el MINSA, un presupuesto de 23.8 millones de soles para el "Producto 3000005: Adolescentes acceden a servicios de salud para prevención del embarazo", el cual representa el 1,4% del presupuesto total asignado para el programa. Por lo tanto, la inversión per cápita que se realiza por adolescente que se encuentra entre el rango de edad de 12 a 17 años de edad es de S/. 7 nuevos soles. A su vez, Lima cuenta con el mayor presupuesto asignado para la prevención del embarazo adolescente que será ejecutado a través del producto mencionado<sup>27</sup>.

En relación al ámbito educativo, la Ley N° 29600<sup>28</sup> promueve la reinserción escolar de adolescentes embarazadas, dicha ley establece lo siguiente:

- Adecuar la prestación de servicios educativos...con especial énfasis en el apoyo a los menores que trabajan y a las alumnas embarazadas o madres.
- Establecer un sistema de becas y ayudas para garantizar el acceso a la la continuidad de los estudios de las alumnas embarazadas o madres...siempre y cuando destaquen en su rendimiento académico y no cuenten con recursos económicos para cubrir los costos de su educación.

### **Sociocultural**

Según el estudio realizado por CPI<sup>29</sup> (Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública S.A.C.), el principal problema que manifiesta tener San Juan de

---

<sup>26</sup>[https://www.mesadeconcertacion.org.pe/sites/default/files/archivos/2018/documentos/06/alerta\\_embarazo\\_en\\_adolescentes\\_aumento\\_junio\\_2018.pdf](https://www.mesadeconcertacion.org.pe/sites/default/files/archivos/2018/documentos/06/alerta_embarazo_en_adolescentes_aumento_junio_2018.pdf)

<sup>27</sup>

[https://www.mesadeconcertacion.org.pe/sites/default/files/archivos/2018/documentos/06/alerta\\_embarazo\\_en\\_adolescentes\\_aumento\\_junio\\_2018.pdf](https://www.mesadeconcertacion.org.pe/sites/default/files/archivos/2018/documentos/06/alerta_embarazo_en_adolescentes_aumento_junio_2018.pdf)

<sup>28</sup> <http://tutoria.minedu.gob.pe/assets/ley-29600.pdf>

<sup>29</sup> <http://munisjl.gob.pe/transparencia/plan-de-desarrollo-concertado-2015-2021.pdf>

Lurigancho de acuerdo con los entrevistados es la inseguridad ciudadana, en la que se destacan los delitos de robo al paso. A su vez, de acuerdo con los datos obtenidos por el Observatorio de la Criminalidad<sup>30</sup> del Ministerio Público, San Juan de Lurigancho es el segundo distrito de Lima que presenta el mayor índice de robos con un 8,3% y quien encabeza la lista es el Cercado de Lima con un 22,1% %. Asimismo, según datos del Ministerio Público<sup>31</sup> en lo que respecta al 2017, San Juan de Lurigancho es el distrito con mayor número de casos de feminicidios en Lima.

En relación al ámbito educativo, El Plan Local de Seguridad Ciudadana SJL 2017<sup>32</sup>, establece que los principales problemas que se presentan corresponden en primer lugar a la indisciplina escolar (8557 casos), seguido de trastornos emocionales y del comportamiento (3509 casos), violencia escolar (1593 casos), problemas de lenguaje (901 casos) y embarazo en edad escolar (622 casos). Asimismo, de acuerdo con el Plan Local de Seguridad Ciudadana SJL 2016<sup>33</sup>, se señalan como puntos críticos presentes en el entorno educativo lo siguiente: el bullying dentro de las aulas, el consumo de tabaco, alcohol y drogas, el inicio precoz de la sexualidad, maltrato físico y psicológico en niños y adolescente ejercido por padres o familiares y sobretodo en estudiantes de colegios públicos y la deserción escolar a causa de *“violencia familiar, abuso sexual, embarazo precoz, bajo rendimiento, baja autoestima, etc”*.

---

<sup>30</sup> <https:// exitosanoticias.pe/10-districtos-mas-robos-lima/>

<sup>31</sup> <https://larepublica.pe/sociedad/1135104-san-juan-de-lurigancho-el-districto-que-registra-mas-feminicidios-en-lima>

<sup>32</sup> <http://munisjl.gob.pe/1/wp-content/uploads/2017/04/NVO-PLSC-2017-SJL.pdf>

<sup>33</sup> [https://www.seguridadidl.org.pe/sites/default/files/archivos/planes\\_locales/plsc-2016-San%20Juan%20de%20Lurigancho.pdf](https://www.seguridadidl.org.pe/sites/default/files/archivos/planes_locales/plsc-2016-San%20Juan%20de%20Lurigancho.pdf)

**PROBLEMAS EN EL AMBITO EDUCATIVO EN EL DISTRITO DE  
SAN JUAN DE LURIGANCHO**

ASUNTO	N° de casos presentados	N° de casos atendidos	N° de casos derivados	Casos no atendidos
Abandono o deserción escolar	155	155	0	0
Consumo de alcohol y drogas	322	322	104	322
Violaciones sexuales	123	123	123	
Embarazo en edad escolar	838	838	45	
Pandillaje escolar	122	122	122	0
Indisciplina Escolar y falta a las normas	7447	5005	0	2442
Problemas de Aprendizaje				
TRASTORNOS EMOCIONALES Y DEL COMPORTAMIENTO APARECEN HABITUAL EN NIÑEZ Y EN A ADOLESCEN.	2549	2549	1547	0
Problemas de Lenguaje	1200	1200	0	1200
Violencia Escolar	1479	1479	556	0
Conflictos Familiares	92	92	88	0

**FUENTE:** UGEL N° 05, FOVIDA, USMP, RPP noticias, PUCP, y la Dirección Ejecutivo de la Red de Salud SJL, CEM SJL.

De acuerdo con el informe Perfiles Zonales 2016 de Ipsos, en relación a Lima Este, el perfil del jefe de hogar es mayoritariamente masculino (72%), su estado civil es casado (37%), cuenta con educación escolar completa (45%), seguido de incompleta (36%), trabaja (78%) y es principalmente un trabajador independiente (38%). En relación al perfil de las amas de casa, en mayor porcentaje son convivientes (37%), son madres (88%) y tienen alrededor de 3 hijos, el 35% concluyó la secundaria y de cada 10 amas de casa: 6 trabajan y 4 realizan exclusivamente las labores del hogar. Las mujeres que trabajan suelen hacerlo de manera independiente y el 30% de las amas de casa señala que son la fuente principal de ingresos para su hogar. Las actividades de

entretenimiento que estas mujeres realizan son principalmente ver televisión y salir a pasear o caminar. Por otra parte, respecto al adolescente y joven comprendido entre los 13 y 20 años, un 71% va al colegio, las actividades que suelen realizar es ir a comer en un restaurante e ir al cine, suelen gastar su dinero en golosinas y ropa, usan Internet alrededor de 5 días a la semana y el 92% posee una cuenta de Facebook, siendo la principal red social que utilizan.

Según el Plan de Desarrollo Concertado 2015 - 2012 del distrito de San Juan de Lurigancho<sup>34</sup>. Este distrito cuenta con uno de los 8 parques zonales que existen en Lima Metropolitana: Parque Zonal Huiracocha. En este parque crea un espacio propicio para la práctica de un deporte o el ejercicio físico, así como para la diversión de los niños, la recreación de los jóvenes y también favorece al descanso y la relajación de los adultos mayores. Asimismo, se incentiva el deporte pues el distrito cuenta con 79 lozas deportivas y 7 complejos deportivos, en los que principalmente se hace uso de estos para la práctica del fútbol.

### **Tecnológico**

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Concertado 2015 - 2021<sup>35</sup> (Distrito de San Juan de Lurigancho, el material que predomina en las paredes de las viviendas es el ladrillo o bloque de cemento (78.54%), seguido de la madera (14.4%) y la estera (3.45). Asimismo, respecto al piso de las viviendas, el mayor porcentaje es de cemento (59.57%), seguido de tierra (22.06%) y de losetas, terrazos (15.55%).

Asimismo, del total de viviendas con déficit habitacional que posee el distrito, existe un 34.2% de viviendas hacinadas, un 17.5% de viviendas que cuentan con un material irre recuperable, es decir, que están hechas de estera, cartón o plástico, un 11.8% con servicios básicos deficitarios y un 3.8% con viviendas no adecuadas. Por otro lado, existe un mayor porcentaje de viviendas que cuentan con agua potable dentro de esta misma (72.27%), seguido de aquellas que se abastecen de un camión cisterna (9.36%),

<sup>34</sup> <http://munisjl.gob.pe/transparencia/plan-de-desarrollo-concertado-2015-2021.pdf>

<sup>35</sup> <http://munisjl.gob.pe/transparencia/plan-de-desarrollo-concertado-2015-2021.pdf>



seguido del pilón de uso público (9.26%) y del uso agua potable fuera de la vivienda (5.52%). A su vez, un 73.86% cuenta con desagüe dentro de la vivienda y respecto al servicio de alumbrado, un 91,65% si cuenta con alumbrado eléctrico y un 8,35% no.

Por otra parte, el distrito cuenta en total con cinco universidades e institutos privados<sup>36</sup>, entre los que se encuentran la Universidad del Norte, la Universidad Católica de Chimbote, IPAE y dos centros más que están en proceso de construcción.

De acuerdo con el informe de INEI<sup>37</sup>, San Juan de Lurigancho es el distrito de Lima Este que lidera en el número de licencias para establecimientos de hospedaje, para apertura de bodegas, peluquerías y salones spa, cabinas de Internet y que cuenta con el mayor número de farmacias. Después de Ate, es el segundo de Lima Este con mayor número de licencias para apertura de ferreterías y también el segundo con mayor número de grifos.

#### **Resumen: Matriz oportunidades y amenazas**

<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
Al ser San Juan de Lurigancho un distrito con gran potencial de desarrollo y crecimiento, se vuelve atractivo para inversionistas, lo cual crea mayores oportunidades para que las mujeres puedan incluirse en la fuerza laboral. Asimismo, al existir un gran comercio con actividades de venta al por mayor o relacionado a la textilería, hay mayor probabilidad en que mujeres que aun así	El alto porcentaje de delincuencia, crea un entorno más susceptible a que madres adolescentes de escasos recursos vean como única alternativa infringir la ley para poder cubrir sus necesidades y la de sus hijos. Asimismo, el alto índice de violencia contra la mujer afecta el hecho de que ella pueda tener una estabilidad emocional o el apoyo necesario para poder continuar con sus estudios a pesar de su embarazo.

<sup>36</sup> <https://gestion.pe/economia/empresas/san-juan-lurigancho-conozca-planos-comerciales-distrito-grande-lima-232179>

<sup>37</sup> [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1168/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1168/libro.pdf)

<p>no hayan recibido una educación superior pueden integrarse más fácilmente.</p>	
<p>La labor del Estado para incentivar la reinserción escolar en adolescentes embarazadas sumado a las becas que puedan ofrecerse, es de suma importancia para que más jóvenes sobre todo aquellas de bajos recursos puedan concluir con su educación básica.</p>	<p>Al existir una alta tasa de recién nacidos en menores de 15 años y esto ligado al hecho de que la población en San Juan de Lurigancho pertenece mayoritariamente al NSE C y D y sumado a que es un distrito con mayor población joven, repercute en las oportunidades que tienen las adolescentes para salir adelante pues encuentran más obstáculos. Es más difícil que alguien de bajos recursos y que tiene un embarazo precoz y no deseado pueda continuar concluir sus estudios.</p>
<p>La creación de más universidades en el distrito incentiva a que más jóvenes aspiren a una educación superior y se exijan y exijan a su vez mayor calidad debido a que existe una mayor oferta educativa.</p>	<p>El gran número de personas que solo cuentan con educación secundaria o inclusive solo primaria frente a aquellos que sí tienen una educación superior, genera una percepción de que ese es el estándar y sumado a la pobreza, las jóvenes pueden conformarse con ello sin aspirar a crecer profesionalmente.</p>
<p>Las acciones que está tomando el Estado para frenar los casos de embarazo adolescente, constituye un gran paso para</p>	<p>Las mujeres siguen siendo quienes desempeñan principalmente la labor doméstica en el hogar, esta creencia</p>



que las cifras puedan disminuir cada año y la educación de miles de jóvenes no se vea afectada por un embarazo no planeado a tan corta edad.	arraigada en la sociedad de que esa es la norma afecta el interés que puede tener una adolescente embarazada para continuar con su vida académica y profesional.
--	--



### 3. Estrategia de Comunicación

#### 3.1 Segmentación y caracterización de audiencias

Público Objetivo Primario: madres adolescentes entre 15 y 19 años de edad.

De acuerdo con el informe de Ipsos publicado en el 2016, Perfil del adolescente y joven:

- De cada diez adolescentes uno de ellos ya es padre y tiene en promedio un hijo.
- El mayor porcentaje de las adolescentes se dedica a estudiar (70%) y en menor medida trabajan.
- Respecto a las fuentes principales que utilizan cuando tienen una consulta para sus tareas escolares, las adolescentes buscan información en las páginas web (55%), con sus padres (29%), en los libros (28%) y en tutoriales en Internet (25%).
- Los lugares a los que principalmente suelen asistir las adolescentes son el cine (43%), los parques (27%) y en menor medida las discotecas (15%).
- A su vez, el principal medio de transporte que suelen emplear en la combi o bus.
- Las actividades que disfrutan realizar las adolescentes son en primer lugar el bailar (43%), seguido pintar o dibujar (26%), cocinar (27%), cantar (21%) y realizar manualidades (14%).

Respecto al porcentaje de adolescentes y jóvenes que se dedican principalmente a estudiar, cabe recalcar como ya mencionamos que 9 de 10 madres adolescentes no continúan con su educación escolar.

De acuerdo con el informe de Ipsos publicado en el 2016, Hábitos, Usos y Actitudes hacia Internet:

- El rango de edad entre 12 y 17 (90%) y entre 18 a 24 (94%), es el que en mayor porcentaje cuenta con una red social, siendo Facebook la principal red social a la

cual pertenecen. Asimismo, el rango de edades señalado es el que en mayor porcentaje visita Youtube.

Público Objetivo Secundario: Padres de familia de las madres adolescentes.

De acuerdo con el informe de Ipsos publicado en el el 2014, Perfil del ama de casa:

- En los NSE C, D y E, las amas de casa señalan en su mayoría ser conviviente y en menor medida estar casadas.
- Un 48% de ellas cuenta con secundaria completa. En los NSE C, D y E, existe un gran porcentaje que cuenta con primaria sólo cuenta con estudios de primaria.
- A su vez, un 57% no cuenta con un trabajo remunerado ya que se dedica a las tareas del hogar. Respecto a las razones por las que dejó de trabajar se destaca que fue por cuidar a sus hijos y dedicarse a las labores del hogar, y son los NSE D y E quienes en mayor porcentaje lo señalan.

De acuerdo con el informe de Ipsos publicado en el 2014, Perfil del jefe de hogar:

- El 85% de los jefes de hogar cuentan en la actualidad con un trabajo y en promedio laboran 9 horas al día.
- En los NSE C, D y E, existe un gran porcentaje que planea poner un negocio propio en los próximos dos años.
- En el rango de edades entre 40 a 54 años, las actividades que prefieren realizar es principalmente salir a comer, estar en casa con su esposa e hijos y conectarse a Internet o ver televisión.
- A su vez, cuando salen a divertirse prefieren salir en familia que acompañado de amigos.

Aliados: el centro educativo de “Asociación Taller de los Niños”.

Asociación Taller de los Niños inauguró en el 2016 la primera Escuela Inclusiva para Madres Adolescentes del Perú. Esta escuela se encuentra ubicada en el Asentamiento

Humano Arriba Perú perteneciente al distrito de San Juan de Lurigancho. La ONG Asociación Taller de los Niños ha desarrollado diversos programas que buscan promover tanto el bienestar y desarrollo de los niños como el de sus madres. Por ello, realizaremos una alianza con este centro educativo.

### **3.2 Objetivos**

- **General**

Disminuir el porcentaje de madres adolescentes comprendidas dentro del rango de edad entre 15 y 19 años pertenecientes al distrito de San Juan de Lurigancho que no continúa con su Educación Básica.

- **Específicos**

O.E.1.: Lograr que las madres adolescentes se inscriban en las capacitaciones brindadas por la ONG Grupo Vida y firmen su compromiso de continuar con sus estudios escolares.

O.E.2.: Lograr la realización de charlas abiertas para adolescentes embarazadas y padres de familia del distrito de San Juan de Lurigancho sobre la importancia de empoderar a las mujeres a través de la educación.

O.E.3.: Lograr que las madres adolescentes que estudian en la Escuela Inclusiva para Madres Adolescentes y que deciden asistir a las capacitaciones de Grupo Vida, sean madres lideresas que motiven a otras madres adolescentes a seguir su ejemplo.

### 3.3 Definición del Producto Social

**Producto social:** El empoderamiento a través de la educación

**Categoría:** Práctica

**Características:** Se busca que las madres adolescentes adquieran un nuevo comportamiento: la capacitación y el estudio para poder insertarse en el mundo laboral. Grupo Vida brindará la oportunidad a que madres adolescentes puedan capacitarse en textilería con la condición de que estas madres se comprometan a asistir regularmente al colegio y así continuar con la culminación de sus estudios.

**Beneficios:** Las madres adolescentes serán capacitadas una vez por semana durante cinco horas y en un periodo de tres meses, a su vez podrán inscribirse también de manera paralela en cursos más especializados de confección que tendrán una duración aproximada tres días. El curso completo de confección es completamente gratuito y se realizarán los días sábados para que no interfiera con el colegio, e incluye tanto los materiales como un refrigerio, a su vez al término del curso las alumnas recibirán un certificado. Se impulsará a que las madres confeccionen prendas o artículos y aporten su creatividad al diseño, asimismo se realizarán actividades para que puedan vender dichos productos. La condición de que las madres firmen una carta de compromiso para culminar con sus estudios escolares para poder acceder a las capacitaciones, crea una fuerte motivación para que puedan seguir con sus estudios exitosamente.

El nuevo comportamiento adquirido logrará que madres adolescentes se motiven y se comprometan a culminar con sus estudios escolares y a su vez tendrán una herramienta

técnica que les permitirá poder crecer laboralmente, generar sus ingresos propios y contar con una mejor calidad de vida para ella y para sus hijos.

**Ventajas respecto a la competencia:** La adquisición de este nuevo comportamiento favorece a que se rompan con las creencias de que la mujer debe dedicarse exclusivamente al cuidado del hogar y de los hijos, dejando a un lado sus aspiraciones y proyectos de vida. Estas madres adolescentes se darán cuenta de que existe aún un camino para ellas más allá de ser *madres y amas de casa*, lo cual favorecerá tanto su autoestima, así como su calidad de vida. De esta forma, existirán menos madres adolescentes que deciden no continuar con sus estudios y con ello una menor desigualdad de género.

**Posicionamiento:** *“Yo quiero continuar con mi educación y prepararme para el mundo laboral, para ello me comprometeré con terminar mi educación escolar y asistir a las capacitaciones de confección. Así, me sentiré orgullosa de mí misma y podré sacar adelante a mis hijos pues podré generar mis propios ingresos”.*

### 3.4 Diseño de Mensajes

#### Mensaje principal de la campaña:

“El poder está en ti. tu educación: tu futuro, su futuro. No lo dejes ir”.

Lo que el mensaje de la campaña busca transmitir es que la decisión de continuar con los estudios educativos depende de uno mismo, son las adolescentes quienes deben tomar la iniciativa. La palabra *poder* funciona en doble sentido, busca transmitir la fuerza interna que tiene la mujer para decidir y hace referencia a algo poderoso y también a la acción de poder hacerlo y esforzarse para ello. A su vez, queremos resaltar que el continuar con su educación y formación es de suma importancia y define el futuro no solo de estas adolescentes sino también el de sus hijos pues es una herramienta que les permite alcanzar una mejor calidad de vida.

## **3.5 Actividades**

### **Actividad 1**

Se realizará una activación afuera de las instalaciones de la Asociación Taller de los Niños en San Juan de Lurigancho para atraer a las madres adolescentes y así poder darles información sobre la labor del Grupo Vida. Se recolectarán los datos de las adolescentes y de sus padres para poder ser contactados.

### **Actividad 2**

Grupo Vida se contactará con los padres y las madres adolescentes para invitarlos a que reciban una charla en la que se explicará a fondo la problemática que se ha venido desarrollando con el fin de poder motivarlas a que continúen con su formación, en esta reunión se espera que un grupo de las adolescentes decida ser parte de las capacitaciones sobre confección y asumir el compromiso de continuar con sus estudios educativos. Aquellas que decidan asumir el reto, firmarán un compromiso para continuar con sus estudios y para asistir a las clases de confección. Esta charla será realizada dentro de las instalaciones de la Escuela Inclusiva para Madres Adolescentes, perteneciente a la Asociación Taller de los Niños.

### **Actividad 3**



Se realizará un salida a Chaclacayo en el que tanto las fundadoras, profesoras, alumnas y voluntarias podrán disfrutar de un día de integración. Se realizarán dinámicas entre ellas y se abrirá un espacio de diálogo. Lo que se busca en esta actividad es que las fundadoras y profesoras motiven a las madres adolescentes que estudian en la Escuela Inclusiva para Madres Adolescentes y que a su vez son parte del programa de capacitaciones del Grupo Vida, a que se unan oficialmente al grupo de voluntariado para que sean ellas quienes a través de activaciones y charlas de la ONG compartan su experiencia e impulsen a que más adolescente busque continuar con su educación y formación profesional.

### 3.6 Plan de evaluación de la estrategia de comunicación

Actividades	Meta	Indicador	Instrumento de recojo	Fuentes de verificación
<b>Actividad 1</b>	60	Madres adolescentes asistentes	Registro de cada madre que se acerca al módulo	Documento físico del registro
	50	Número de madres adolescente que llenan la ficha de datos	Ficha de datos	Documento físico de la ficha
	40	Número de madres que lograron ser contactadas por teléfono e invitadas a la charla	Registro de las llamadas	Documento físico del registro
	35	Número de madres que al ser contactadas nuevamente confirman su asistencia por teléfono	Registro de quienes confirman su asistencia	Documento físico del registro
<b>Actividad 2</b>	25	Madres adolescentes asistentes	Registro de asistentes	Documento físico del acta de asistencia
	20	Número de madres que firma el acta de compromiso	Actas de compromiso	Documento físico del acta
	1	Nuevo equipo de madres adolescentes que se integran al programa	Acta con el registro del nuevo equipo	Asistencia y desempeño de las madres en sus capacitaciones
<b>Actividad 3</b>	40	Directivos, profesores y voluntarias asistentes	Registro de asistentes	Documento físico del acta de asistencia
	30	Madres adolescentes asistentes que ya llevan un tiempo dentro del programa	Registro de asistentes	Documento físico del acta de asistencia
	15	Madres adolescentes asistentes que recién inician el programa	Registro de asistentes	Documento físico del acta de asistencia

	8	Número de madres que recién inician el programa y que se unen para ser voluntarias	Actas de compromiso	Documento físico del acta
	1	Nuevo equipo de madres adolescentes voluntarias	Acta con el registro del nuevo equipo	Asistencia y desempeño de las madres como voluntarias

### 3.7 Campaña Social

**Problema:** Las madres adolescentes no continúan con sus estudios y limitan sus oportunidades.

**Objetivo:** Reforzar la actitud de las madres adolescentes para que continúen con su educación escolar, busque estudiar y capacitarse para poder desempeñarse laboralmente.

**Estrategia:** Las adolescentes deben romper con la creencia de que por ser *madres* deben dejar a un lado su educación.

**Concepto creativo:** Tus hijos son tu motivación

### **3.7.1 Plan de Medios y Estrategia de Contenidos**

#### **1. Medios Digitales**

##### **Web**

##### **Objetivos:**

- Informar sobre la ONG Grupo Vida: a qué se dedican, servicios que ofrecen, datos sobre las actividades que realizan.
- Reputación: generar un prestigio y confianza hacia Grupo Vida.
- Generar engagement: mayor conexión con los usuarios
- Generar conciencia respecto a la problemática

##### **Estrategia:**

Crear una experiencia de usuario que pueda ser ejecutada de manera amigable e intuitiva, con un diseño responsive e interactivo. A través del cual las madres adolescentes puedan encontrar información actualizada sobre los capacitaciones y cursos vigentes y puedan realizar una preinscripción en línea. A su vez, se busca que este sea un canal de comunicación importante donde se pueda llenar un formulario con la información adicional que se requiere. Se colocará dentro del menú de navegación una sección que incluyan infografías y datos presentados de manera sencilla y didáctica sobre la realidad de miles de mujeres que tienen un embarazo precoz y que al no

continuar con sus estudios limitan su futuro, con el fin de que las adolescentes tengan interés en cambiar su realidad.

## **Facebook**

### **Objetivos:**

- Generar visibilidad
- Generar interacción: Impulsar a que madres adolescentes hagan consultas y se inscriban a las capacitaciones

### **Estrategia**

Facebook es la principal red social utilizada por la ONG Grupo Vida y por lo tanto será potenciada para que las madres encuentren en esta plataforma contenido que las inspire a continuar con sus estudios e información sobre las capacitaciones. Estas serán presentadas en diferentes formatos: a través del uso gifs, fotografías con mensajes motivacionales, infografías con estadísticas sobre la problemática que hemos venido desarrollando, videos animados con datos que motiven a las adolescentes continuar con sus estudios y también videos testimoniales y aquellos que presentan la labor de Grupo Vida.

## **Youtube**

- Generar visibilidad
- Generar interacción
- Construir Reputación

### **Estrategia**

Youtube servirá de plataforma para poder subir los videos de la ONG y de esta forma poder ser compartidos en la página web o a través del Facebook de Grupo Vida.

Contaremos con un canal de Youtube a través del cual se busca generar un prestigio hacia la ONG.

Video:

Idea: testimonio de una madre adolescente que culminó con éxito el curso de confección promovido por Grupo Vida, narrará su experiencia siendo madre a tan corta edad, las dificultades que encontró, cómo es que decidió continuar con sus estudios y qué la motivó a confiar en la ONG. Al final del video se enfatizará el mensaje de la campaña: *"El poder está en ti: tu educación, es tu futuro. No lo dejes ir"*

## **2. BTL**

- Generar visibilidad
- Crear expectativa
- Generar conciencia respecto a la problemática
- Generar las inscripciones de las madres adolescentes a las capacitaciones

### **Estrategia**

#### **Acción 1:**

En la entrada a las instalaciones de la Asociación Taller de los Niños se colocará un stand informativo de Grupo Vida, en el que mujeres de la ONG debidamente identificadas con polos de la institución repartirán folletos y brindarán información sobre las capacitaciones de confección y los requisitos. A su vez, se colocará un juego con una estructura similar al *"juego del sapo"*; en el cual se motivará a las adolescentes a que intenten insertar unas fichas en los agujeros y así sumar la mayor cantidad de puntos. A cada una se le repartirá 5 fichas y al momento de retirar cada ficha encontrará un mensaje escrito con las consecuencias que enfrenta una madre adolescente que decide no continuar con su educación. La idea de estudiar y prepararse para el mundo laboral será reforzada por las voluntarias de Grupo Vida y finalmente repartirán como

obsequio a cada participante un llavero diseñado por las estudiantes de Grupo Vida, con el mensaje de la campaña:

*“El poder está en ti. tu educación: tu futuro, su futuro”.*

### **Acción 2:**

En el parque San Blas ubicado en el distrito de San Juan de Lurigancho se realizará una feria con permiso de la Municipalidad en el que las alumnas y exalumnas del Grupo Vida debidamente identificadas con polos de la ONG exhibirán y pondrán a la venta sus confecciones: polos, bolsos y llaveros con el mensaje de la campaña: *El poder está en ti*. Se brindará información acerca de las capacitaciones y la importancia de que las madres adolescentes continúen con sus estudios. Asimismo, se repartirán folletos que serán entregados a los asistentes.

### **3. Relaciones públicas**

- Proyectar una imagen positiva de la ONG.
- Ganar credibilidad sobre la exitosa labor que realiza Grupo Vida e incentivar a que más madres adolescentes tengan el interés de unirse.

### **Estrategia**

Durante las diversas actividades que se realicen en el Centro Cultural de San Juan de Lurigancho – Huiracocha, específicamente durante las actividades artísticas realizadas en el Anfiteatro Verde denominado “Pacha”, se expondrán con el permiso correspondiente de esta entidad un stand con las diversas confecciones creadas por las alumnas de Grupo Vida. Con lo cual se busca atraer la atención del público y de la prensa que estará presente en el evento, con el fin de dar a conocer la labor de la ONG.

### 3.7.2 Cronograma de Implementación

Se ha realizado el siguiente cronograma tomando en cuenta el periodo de campaña escolar pues durante los primeros meses del año los colegios y las diversas marcas realizan publicidad. Por ello, durante los meses de enero, febrero y marzo se lanzará nuestra campaña para impulsar la reinserción escolar de madres adolescentes.

	Enero	Febrero	Marzo
<b>Digital</b>			
Web			
Facebook			
Youtube			
<b>BTL</b>			
Acción 1			
Acción 2			
<b>Relaciones Públicas</b>			
Centro Cultural de San Juan de Lurigancho – Huiracocha			

## REFERENCIAS

- INEI. (2015). Perú Encuesta Demográfica y de Salud Familiar-ENDES 2014, de INEI. Sitio web: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1211/pdf/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1211/pdf/Libro.pdf)
- INEI. (2016). Perú: Fecundidad Adolescente, de INEI. Sitio web: <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/fecundiad-adolescente.pdf>
- Ipsos. (2014). Perfil del Ama de Casa. Lima, Perú: Ipsos Perú.
- Ipsos. (2014). Perfil del Jefe de Hogar. Lima, Perú: Ipsos Perú.
- Ipsos. (2016). Perfiles Zonales. Lima, Perú: Ipsos Perú.
- Mendoza, W., & Subiría, G. (2013). El embarazo adolescente en el Perú: situación actual e implicancias para las políticas públicas. Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública, 30, 471-479.
- MESAGEN. (2015). Informe de seguimiento a los compromisos adquiridos en la plataforma de acción de Beijing+20 - Perú, de MESAGEN Sitio web: <http://www.unfpa.org.pe/publicaciones/publicacionesperu/MESAGEN-Informe-Seguimiento-Beijing+20-Peru.pdf>
- MINEDU, ESCALE. (2015). Deserción escolar: evolución, causas y relación con la tasa de conclusión de educación básica, de MINEDU, ESCALE. Sitio web: <http://escale.minedu.gob.pe/documents/10156/3415561/Edudatos+20+febrero+2016.pdf>



- MINEDU, ESCALE. (2015). La deserción escolar en las adolescentes embarazadas del Perú, de MINEDU, ESCALE. Sitio web: <http://escale.minedu.gob.pe/documents/10156/3415561/Edudatos+20+febrero+2016.pdf>
- Ministerio de Salud. (2017). Situación de los Jóvenes Adolescentes en el Perú, de Ministerio de Salud. Sitio web: <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/4143.pdf>

