

MEMORIA 2023

ESPECIAL 40° ANIVERSARIO

*“40 años iluminando el camino de
jóvenes y adolescentes”*



ÍNDICE

01	CARTA DE LA PRESIDENTA DEL CONSEJO DIRECTIVO.	04
02	PRESENTACIÓN: MISIÓN, VISIÓN Y VALORES	06
03	GESTIÓN SOCIAL	08
04	40 ANIVERSARIO DE APROPO Y 30 ANIVERSARIO SOS	28
05	GESTIÓN COMERCIAL	30
06	MARKETING Y COMUNICACIONES	34
07	RESUMEN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE APROPO DURANTE EL AÑO	58
08	CONSEJO DIRECTIVO Y ASOCIADOS	61





CARTA DE LA PRESIDENTA DEL CONSEJO DIRECTIVO

El 2023 ha sido, sin duda, un año de importantes celebraciones en nuestra organización: 40 años como institución que promueve una conducta sexual y reproductiva responsable en Perú, y 30 años de nuestro querido Servicio de Orientación en Sexualidad (SOS).

Cuarenta y treinta aniversarios, motivos de celebración, pero también ocasión para renovar el compromiso con el propósito fundacional de la organización; 40 años desde que un grupo de empresarios compartió una misma preocupación sobre el contexto social de la época y se unió para crear esta sólida organización que es APROPO.

A lo largo de estos importantes años de labor ininterrumpida, APROPO apostó por mantener la sostenibilidad desde su fundación en 1983, cuya misión institucional es "promover una conducta sexual y reproductiva responsable, así como satisfactoria, que asegure

los proyectos de vida de los jóvenes y adolescentes”. Es así como, en cumplimiento de esta misión, APROPO continúa con ahínco y dedicación su labor para contribuir con la prevención de embarazos no planeados, las ITS/VIH y la violencia sexual, problemáticas que vulneran e interrumpen los sueños de los jóvenes y adolescentes peruanos.

Según la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (ENDES 2022), de cada 100 adolescentes, entre 15 y 19 años, 9 están embarazadas o ya son madres.

Esta cifra refleja que, desde hace más de 15 años, la tasa de embarazos en adolescentes no ha disminuido significativamente y las adolescentes se embarazan sin desearlo o cuando aún no están preparadas para enfrentar y asumir la maternidad. Además, no podemos ser indiferentes cuando jóvenes y adolescentes son víctimas de abuso sexual o cuando contraen VIH/SIDA o alguna ITS, esta última con cifras que se han disparado de manera alarmante en este grupo etario.

En el marco de estas preocupantes estadísticas, el quehacer de nuestro Servicio de Orientación en Sexualidad nos ha posibilitado

tener contacto directo y cercano con la población objetivo más vulnerable —adolescentes y jóvenes—, conocer sus necesidades y demandas, identificar mitos, así como mantener actualizada y vigente la información de nuestros destinatarios.

En el 2023 hemos consolidado nuestro liderazgo en el mercado nacional de condones con la marca Piel, producto que sostiene el desarrollo social y permite el cumplimiento de la misión institucional de APROPO. Piel mantiene una permanencia de 29 años en el mercado privado de condones y es líder durante los últimos 15 años.

Por todo lo mencionado, aún queda mucho por hacer, mientras haya adolescentes y jóvenes que se embarazan sin desearlo, contraen una infección de transmisión sexual o sufren violencia por falta de información y oportunidades, nuestra labor no habrá concluido. Nos enfrentaremos a un nuevo año llenos de optimismo, caminos por atravesar y año donde esperamos consolidar el área social de APROPO, razón de nuestra convivencia en esta sociedad que mira al futuro con unos jóvenes y adolescentes plenos de esperanza.

Finalmente, es importante indicar que todos los esfuerzos y logros

mencionados son resultado de un estrecho trabajo en equipo, por lo que quiero agradecer la colaboración y apoyo de los miembros del Consejo Directivo, así como del grupo humano que conforma APROPO. A todos ellos, ¡muchas gracias!



Elsa Zuloaga Gómez-Velásquez de Ballón
Presidenta del Consejo Directivo



PRESENTACIÓN

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

APROPO es una institución pionera y, hasta la fecha, la única ONG reconocida por haber introducido en el mercado un método anticonceptivo que ha contribuido a la planificación familiar en un contexto conservador con numerosas barreras para su uso.

Esta organización sin fines de lucro trabaja desde 1983 en la prevención en salud sexual y reproductiva; la implementación de una plataforma de orientación en sexualidad, SOS: Mejor si lo sabes, el desarrollo de proyectos y capacitaciones tanto presenciales como virtuales, así como un producto líder, los condones Piel, nos permite alcanzar niveles de autosostenibilidad para facilitar a los jóvenes y adolescentes el acceso a información, productos y servicios que promueven una vida sexual responsable y saludable.

A través de acciones principales como charlas, una presencia activa en redes sociales y la participación en eventos dirigidos a jóvenes, APROPO y sus marcas emiten y difunden mensajes de prevención sobre sexualidad tanto en espacios on line como off line.

Misión

Nuestra misión es promover una conducta sexual y reproductiva responsable y satisfactoria para los jóvenes y adolescentes; nuestro propósito principal es asegurar el cumplimiento de sus proyectos de vida sin interrupciones por embarazos no planeados o ITS, incluido el VIH/SIDA.

Visión

Nuestra visión es que los jóvenes y adolescentes mejoren su calidad de vida al ejercer sus derechos y responsabilidades en salud sexual y reproductiva.

Valores

Esta labor institucional se rige por nuestros principales valores: **honestidad, transparencia, empatía, compromiso, respeto y no discriminación.**



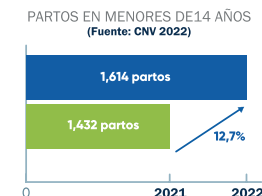
EMBARAZO ADOLESCENTE

GESTIÓN SOCIAL

EXPOSICIÓN DEL SERVICIO DE ORIENTACIÓN EN SEXUALIDAD DURANTE EL AÑO



En nuestro país, el problema no solo afecta la salud pública, sino que también refleja **inequidad y desigualdad**, predominando en zonas rurales donde niñas y adolescentes enfrentan pobreza extrema y bajos niveles de educación.



- Perpetuación de la pobreza** y exclusión social.
- Deserción escolar** y mayor probabilidad de obtener salarios bajos e inserción laboral tardía.
- Mayor probabilidad de tener un segundo hijo** durante la adolescencia.
- Aumento de las complicaciones** durante el embarazo y el parto.
- Los hijos de adolescentes presentan **mayor exposición a enfermedades**, posibles abusos y accidentes.
- Mayor riesgo de sufrir violencia** y abuso sexual.
- Mayor riesgo de muerte materna** por complicaciones durante el embarazo y el parto.
- Mayor riesgo de morbilidad y mortalidad** neonatal.
- Mayor riesgo de parto prematuro**, bajo peso al nacer, preeclampsia y otras complicaciones durante el parto.
- Mayor riesgo de sufrir violencia económica** o patrimonial.

ITS / VIH y SIDA

¿Qué es una ITS?

Las infecciones de transmisión sexual se transmiten de una persona infectada a otra **mediante contacto sexual**, transfusiones de sangre, y de la madre al hijo durante el embarazo o el parto.

(ONUSIDA 2023)

- Son una **epidemia mundial**.
- En el mundo cada día **más de 1 millón de personas contrae una ITS**.

ITS y VIH:

- La presencia de una ITS **incrementa el riesgo de contraer el VIH**.
- Las ITS, **generalmente, no presentan síntomas**, lo que hace que pasen desapercibidas.
- Se registrarán nuevos casos de VIH, observándose un **incremento preocupante en 2023**, principalmente entre adolescentes y jóvenes.

¿Qué es VIH?

El Virus de Inmunodeficiencia Humana es un **virus que ataca y destruye las defensas de nuestro sistema inmunológico**, dejándolo vulnerable a múltiples infecciones. No se puede determinar a simple vista si una persona está infectada con VIH, puede presentar un aspecto saludable.

¿Qué es SIDA?

El Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida, es la **fase avanzada de la infección por VIH**, es decir, cuando el cuerpo ya no puede defenderse eficazmente de infecciones y enfermedades.



En Perú, durante el 2022 se registraron **9,750 casos de VIH** de los cuales

7,708 casos **1,942** casos



A nivel mundial, hasta el año 2023, **39 millones de personas** viven con VIH y 1.3 millones se infectaron en 2022.
630,00 personas fallecieron por enfermedades relacionadas con la infección.
(ONUSIDA 2023)

MODOS DE TRANSMISIÓN

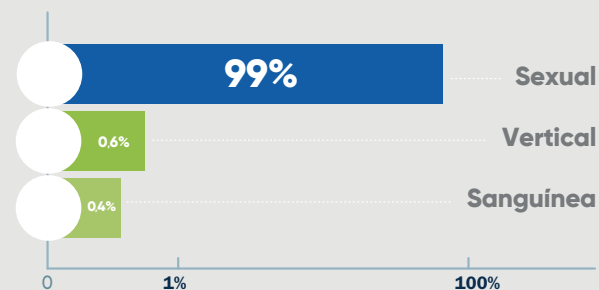


POBLACIÓN CLAVE (VULNERABLE)

- HSH (Hombres que tienen sexo con hombres).
- Mujeres transexuales.
- Gays.
- Personas que **no utilizan el condón** como método frecuente en sus relaciones sexuales ocasionales.

De cada 100 personas que viven con VIH, **99 se infectaron** a través de relaciones sexuales.

El VIH no se transmite por abrazos, besos, dar la mano, usar utensilios de cocina, compartir alimentos, compartir útiles escolares, o por picaduras de mosquitos y zancudos.



(ONUSIDA 2023)

VIOLENCIA SEXUAL

De las 154,202 denuncias de violencia familiar en el último año, el **87%** corresponden a **mujeres**, y de estas, **27,362** son casos de **violencia sexual**, representando el 18% de las denuncias.

El centro de Emergencia Mujer, atendió 11,630 casos por violación sexual y de estos **8,100** afectan a **niños y adolescentes**, representando el 70%.

"En la mayoría de los casos, **el agresor es del entorno familiar** y de confianza de la víctima".

¿Cómo prevenir la **violencia**?

- A través de la **Educación Sexual Integral**.
- **Eliminando estereotipos** que denigran a las mujeres y empoderan a los hombres.
- Propiciando la **igualdad de oportunidades** entre hombres y mujeres.
- **No aceptando maltratos físicos**, verbales ni descalificaciones desde el inicio de una relación.
- Reconociendo que la violencia **NO** es normal.
- **Fomentando el diálogo** para resolver conflictos.
- Valorando y respetando las opiniones de la pareja.
- Aprendiendo a **manejar** positivamente **las emociones**, especialmente el enojo.

TIPOS DE VIOLENCIA



Física



Psicológica



Sexual



CONSECUENCIAS GRAVES DE LA VIOLENCIA

- Embarazos no deseados, con riesgo de aborto y complicaciones.
- Infecciones de transmisión sexual (ITS)/VIH.
- Depresión.
- Angustia.
- Homicidio.
- Suicidio.
- Baja autoestima.
- Transtornos alimenticios.

¿Por qué se produce la **violencia**?

- **Por el machismo:** control, poder, y la creencia de que la pareja es una propiedad.
- Por la creencia errónea de que **la violencia es normal en las relaciones de pareja**, "A todas nos pasa".
- Porque **la sociedad alienta la violencia** hacia la mujer y no ofrece suficiente protección.

Presentamos a:



El equipo técnico, la tecnología y una estructura social comprometida con el usuario.

El Servicio de Orientación en Sexualidad se inició en 1993 y, con el transcurso de los años, esta plataforma digital se ha adaptado a las necesidades de los consultantes, especialmente de jóvenes y adolescentes.

Desde su creación, se han atendido 2,512,419 consultas, y en 2023 se registraron 737,800 consultas. Actualmente, contamos con una asistente virtual llamada Serena, que está cada vez más entrenada para responder a los temas más frecuentes, siendo el primer contacto de interacción con el usuario y respondiendo a través de cuatro canales de atención: WhatsApp, Messenger de Facebook, chat web e Instagram.

Los usuarios que consultan sobre dudas particulares requieren una respuesta inmediata, veraz y en un lenguaje cercano, a través del canal de su elección.

APROPO es una institución vanguardista que apuesta por la innovación, la tecnología y el marketing digital. Por ello, los avances tecnológicos y la comunicación digital están soportados por un estrecho trabajo en equipo con el área de Tecnología e Información y el área de Marketing y Comunicaciones, con quienes lideramos la

transformación digital para brindar la mejor experiencia al usuario a través de cualquier canal de atención de SOS: Mejor si lo sabes.

El objetivo principal de todo este esfuerzo en conjunto es que los jóvenes y adolescentes orientados e informados por SOS, estén en la capacidad de tomar decisiones que les permita llevar una sexualidad responsable que asegure sus proyectos de vida.

“
**Servicio de
Orientación en
Sexualidad.**



“

**30 años de atención
ininterrumpida**
– Línea de tiempo SOS –
**2.5M total de
consultas atendidas**

1993

Se crea el servicio de consejería telefónica en sexualidad y anticoncepción “En Confianza”, en el marco del proyecto “Planificación Familiar Comercial (PFC)”, financiado por USAID. Se atendieron 9,107 consultas, lo que evidenciaba la necesidad de información y orientación en temas de sexualidad.

2004 - 2007

Se incorporó el correo electrónico como medio de consulta. Se cambió el nombre a Servicio de Orientación en Sexualidad y se creó la página www.nosedesexo.com.

2011

Se implementó el chat en línea para la atención por horas desde la página www.nosedesexo.com.

1994 - 2003

Debido al incremento de la demanda del servicio, se decidió incorporar nuevas orientadoras y líneas telefónicas, incluida una línea 0800 para cobertura nacional, con el apoyo de la Cooperación Internacional.

2008 - 2010

Se atendían 27,610 consultas anuales. Se realizaron campañas comunicacionales para desterrar mitos en sexualidad, con el eslogan “En sexualidad no más cuentos”, informándose en www.nosedesexo.com

2013

Se incluyó la mensajería SMS y se integraron los canales en una plataforma digital de atención, con el apoyo de la Cooperación Técnica Belga. La página web y el servicio cambiaron de nombre a www.sexoseguro.pe.

2014 - 2015

Se contaba con cuatro canales de atención (llamadas, correo, chat y SMS), manteniendo un promedio de atención de 36,500 consultas anuales.

2016 - 2017

Se incorporaron dos canales adicionales: Messenger de Facebook y WhatsApp, con el apoyo financiero de Planned Parenthood Global, en el marco del Proyecto "TIC en el Servicio de Orientación".

2018

Las preferencias digitales, la demanda por información inmediata y de calidad nos retaron a la búsqueda de nuevas formas de comunicación. Durante este año se atendieron 64,730 consultas.

2019

Se incorpora un Asistente Virtual con inteligencia artificial, dando el salto digital con 124,797 consultas. El SOS se convirtió en un servicio con tecnología de avanzada, pionera en nuestro país.

2020

Se lanza la nueva Plataforma Omnicanal, donde se integra el canal Facebook, Wsp y web. Se incorpora el Instagram como canal promocional. Pese a encontrarnos en un contexto de pandemia COVID 19, se atendieron 127,374 consultas.

2023

El SOS cuenta con 4 canales de atención: Messenger de Facebook, Instagram, Web y WhatsApp. Se atendieron 737,800 consultas. A lo largo de estos 30 años, hemos logrado atender 2,512,419 consultas, estableciéndonos como una alternativa de información confiable y veraz en sexualidad y salud reproductiva.

2022

Se realizaron ajustes para mejorar la experiencia del usuario y se lanzó el Avatar Serena. Se atendieron 506,212 consultas, 85% de crecimiento respecto al año anterior. Se lanza encuesta NPS.

2021

Reentrenamientos continuos para mejorar la atención del Asistente Virtual. El año cerró con la atención de 273,232 consultas (115% más que el año anterior).

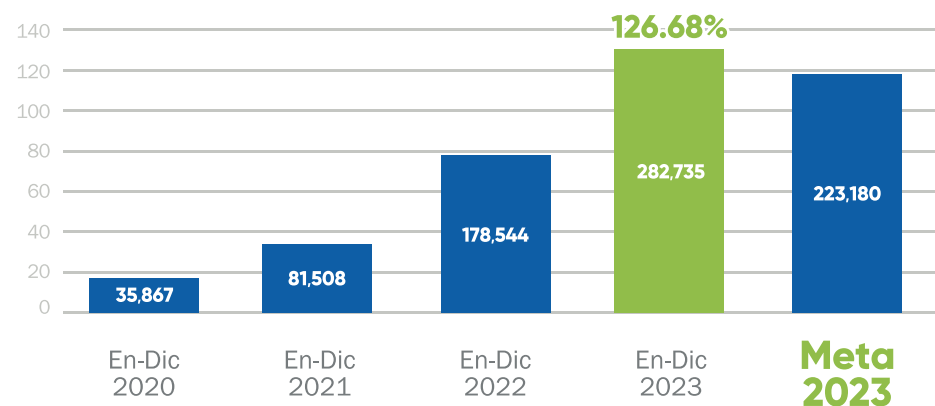
Resumen de indicadores, CRECIMIENTO

Indicadores	Resultados 2023
N° de usuarios alcanzados	282,735
N° de consultas	737,800
% de consultas respondidas por AV	89%
% de consultas respondidas por orientadoras	11%
% de usuarios adolescentes y jóvenes	74%
% de mujeres	59%
% de usuarios satisfechos según Encuesta NPS	60%
% de satisfacción de usuario en Plataforma	98%
Participación por canal	
Facebook	69,4 %
whatsApp	28,8 %
Chat Web	1,5 %
Instagram	0,4 %

Perfil del usuario : Temas que más consultan. Edad - Sexo

En el presente año, hemos recibido consultas de **282,735 usuarios**, de los cuales el **89,5%** nos consultaron **por primera vez**.

USUARIOS DE AV ENERO A DICIEMBRE 2023



El 74% de nuestros usuarios tiene entre 15 y 29 años. El grupo de edad que muestra mayor interés en temas de sexualidad son las personas de 18 a 24 años (49%), seguidos por los de 25 a 29 años (17%). No obstante, reconocemos que los jóvenes menores de 18 años (8%) también necesitan información sobre estos temas, especialmente en nuestro país, donde la educación integral en sexualidad es limitada. En cuanto al sexo de nuestros consultantes, el 59% son mujeres y el 41% son varones.

Histórico de SOS – Consultas

Desde su inicio en 1993 hasta el año 2018, habíamos atendido 743,004 consultas. Sin embargo, en los últimos cinco años, gracias a la incorporación del asistente virtual y al salto digital, hemos respondido a 1,769,415 consultas. Por lo tanto, a lo largo de estos 30 años de servicio ininterrumpido, hemos logrado atender un total de 2,512,419 consultas sobre temas relacionados con la salud sexual y reproductiva (SSR).



Mejoras realizadas a Serena: Encuesta NPS, Encuesta CAP, Encuesta Sociodemográfica

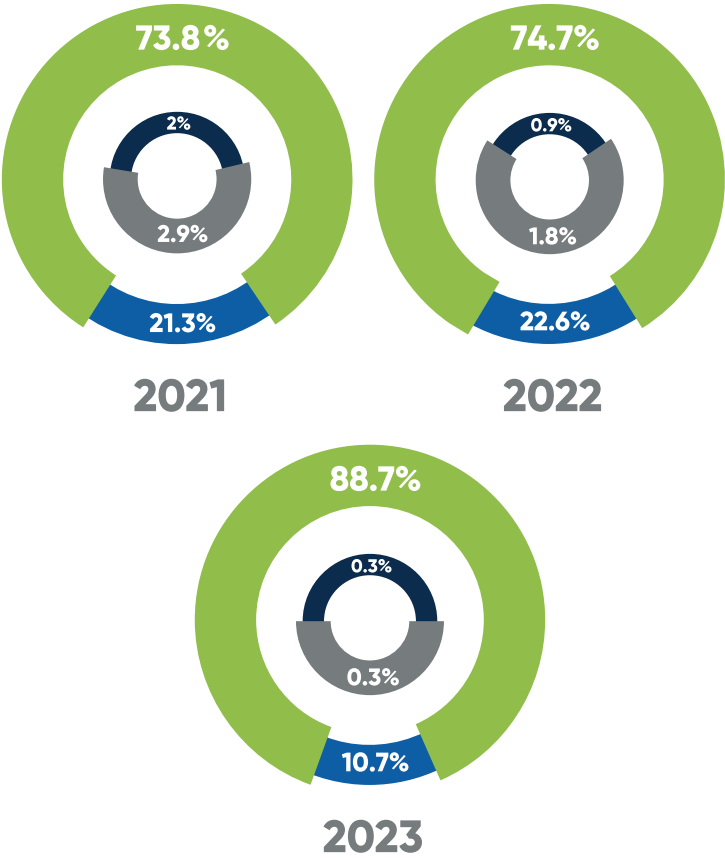
La NPS mide la probabilidad de que nuestros usuarios recomienden el Servicio. En este mismo período, se implementó la Encuesta CAP, que constó de 15 preguntas y evaluó los conocimientos, actitudes y prácticas de los usuarios del SOS. Durante el 2023, se realizaron algunas mejoras al asistente virtual, incluyendo el ajuste de la encuesta NPS para asegurar que los usuarios comprendan las indicaciones brindadas.

Autonomía del AV – Porcentaje de consultas atendidas por Serena y los orientadores

El reentrenamiento del asistente virtual y las preguntas predeterminadas de las promociones pagadas han impactado positivamente en la autonomía del bot. Al cierre del periodo 2023, esta fue del 88.73%.

SOS | ASISTENTE VIRTUAL

■ AV ■ Orientadoras ■ Recuperadas ■ Error



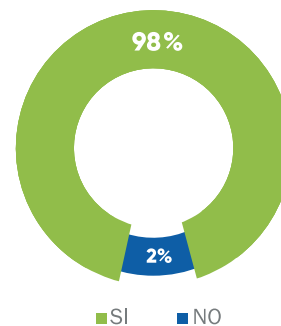
Resultados de las encuestas de satisfacción – NPS

La satisfacción de nuestros usuarios es muy importante para nosotros, ya que refleja la percepción de adolescentes y jóvenes sobre la calidad de la atención recibida.

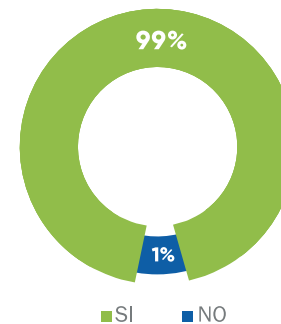
Esto se mide mediante dos instrumentos: una encuesta enviada por el orientador al finalizar la atención en la plataforma, que muestra un 98% de satisfacción, y otra encuesta denominada NPS realizada al concluir la atención por parte del asistente virtual, que muestra un 60.4% de satisfacción.

Este último porcentaje representa un alto nivel de recomendación del servicio.

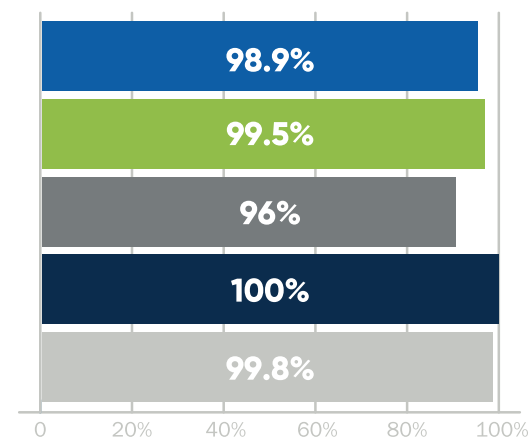
¿Te fue útil la información que recibiste?



¿Lo recomendarías?



¿Por qué lo recomendarías?



- Porque son confiables.
- Porque responden rápido.
- Porque brindan buena información.
- Porque brindan un buen servicio.
- Porque tienen buenos orientadores.

MUESTRA: 3,245 usuarios de plataforma SOS

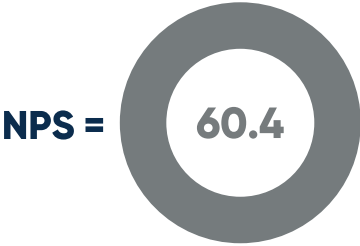
RESPUESTA DE TUS USUARIOS

Número de votantes sobre el servicio integral

Detractores							Neutrales		Promotores	
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2,768	1,059	255	431	353	2,381	1,256	2,484	7,255	7,369	41,990

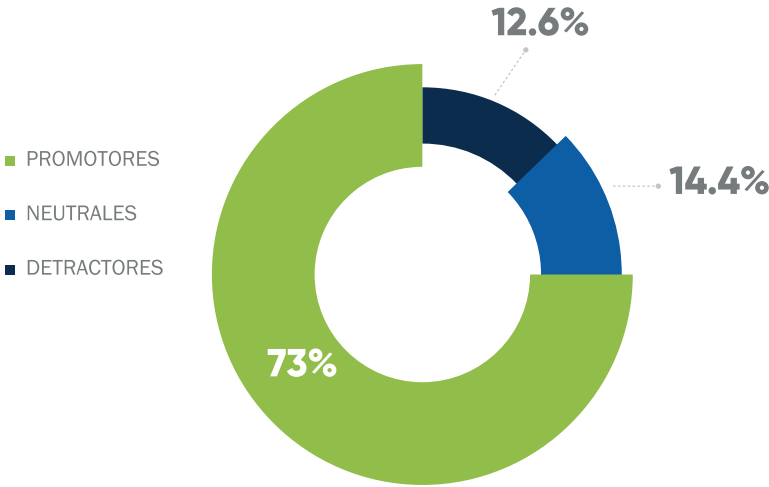
Valoraciones de NPS recibidas

8,503	Detractores	12.6%
9,739	Neutrales	14.4%
49,359	Promotores	73%



RESULTADO (%) DE NPS

Total porcentual de estudio



Preguntas más frecuentes : Temas más consultados

Las consultas que recibimos en el Servicio de Orientación en Sexualidad – SOS Orienta abarcan una variedad de temas relacionados con la sexualidad, la salud sexual y la salud reproductiva. Entre ellas, encontramos:

41% sobre métodos anticonceptivos (efectividad, uso y efectos secundarios),

27% relacionado con el cuerpo (características y tamaño de los genitales),

19% sobre temas de sexualidad (relaciones sexuales, fases de la respuesta sexual, frecuencia de relaciones, duraciones, posturas, etc.),

6% expresan temor frente a un posible embarazo (situaciones de riesgo),

6% muestran interés en informarse sobre las Infecciones de Transmisión Sexual (ITS), incluido el VIH,

1% otros temas como deseo de embarazo, infertilidad, relaciones de pareja, violencia sexual, entre otros.

Consultas emblemáticas – Testimonios de consultantes, muestras de agradecimiento.



Consultas emblemáticas – Testimonios de consultantes, muestras de agradecimiento.





Charlas y eventos de promoción

Durante el año 2023, llevamos a cabo una serie de iniciativas educativas y eventos enfocados en la promoción de la salud sexual entre adolescentes y jóvenes. Esto incluyó la realización de 155 charlas educativas en institutos, academias y universidades, a las que asistieron 8,952 adolescentes y jóvenes ávidos de información y orientación.

Además, organizamos y respaldamos 130 eventos en lugares de encuentro juvenil con el propósito central de promover el Servicio de Orientación en Sexualidad (SOS). Estas actividades nos permitieron garantizar que 51,852 asistentes recibieran información en un lenguaje amigable y conocieran los canales del SOS. Exploraremos los resultados y aprendizajes clave derivados de estas actividades.

Los jóvenes prefieren participar en actividades que fomenten la interacción con sus pares a través de estrategias lúdicas, lo cual facilita la transmisión del mensaje de prevención de manera entretenida y asegura que más jóvenes adquieran conocimientos, corrijan conceptos erróneos y se conviertan en agentes de cambio. Al compartir esta información con sus compañeros, contribuyen a promover una cultura de protección y cuidado en la salud sexual, utilizando SOS Orienta como su principal recurso para resolver dudas.

Eventos y charlas por región 2023



Zona	N° de charlas	N° asistentes
NORTE	39	3,059
SUR	61	3,114
LIMA	55	2,779
TOTAL	155	8,952

Zona	N° de charlas	N° asistentes
NORTE	39	13,789
SUR	53	12,154
LIMA	55	30,445
TOTAL	130	51,852

Temas en charlas

Los temas más abordados y con mayor aceptación entre adolescentes y jóvenes fueron:



36%
Sexualidad



23%
Anticonceptivos



17%
Relaciones de pareja

“
**Impulsando la
salud sexual
entre jóvenes y
adolescentes.**

Alianzas, Convenios

Hasta el año 2023, se mantuvieron vigentes cinco convenios.

En la ciudad de Lima, se firmaron convenios vigentes durante todo el año con las Instituciones Educativas: Clorinda Matto de Turner, Alfredo Rebaza Acosta y la Universidad Privada del Norte (UPN). la IE Alfredo Rebaza Acosta y la Universidad Privada del Norte (UPN), todos vigentes hasta el 2023.

Se firmó un convenio con la UGEL Piura en el año 2022 y la Municipalidad Distrital de Castilla de la ciudad de Piura en el año 2023, este último se mantiene vigente hasta el 2026.

En 2023, se establecieron alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas en tres regiones:

Con la Universidad Nacional San Agustín (UNSA), Universidad Continental, Universidad Católica de Santa María y SENATI en Arequipa y Piura; Universidad Tecnológica del Perú (UTP) en Arequipa y Piura.

Municipalidad Provincial de Arequipa, Cruz Roja filial Arequipa, SOA Arequipa Pronacej MINJUS.

Universidad Nacional de Piura, Sencico, Universidad Privada Antenor Orrego (UPAO), Municipalidad de Piura, Municipalidad

26 de Octubre, con el Programa Barrio Seguro en Piura y San Martín de Porres en Lima, Centros de Emergencia Mujer Piura, ONG We World, Gobierno Regional La Libertad, Municipalidad Provincial de Trujillo, Policía Nacional del Perú, Municipalidad Metropolitana de Lima, Municipalidad de Carmen de la Legua, Programa Aurora de Carmen de la Legua, Universidad Nacional de Ingeniería (UNI), Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM), Secretaría Nacional de Juventud (SENAJU). Estas alianzas nos han permitido realizar actividades de difusión con adolescentes y jóvenes de sus circunscripciones.

En 2023, SOS Orienta fue seleccionado como finalista en el premio 'Perú por los ODS' en la categoría de Personas – ONG, organizado por Perú Sostenible.

Esta asociación sin fines de lucro se dedica a impulsar el desarrollo social, ambiental y económico del país mediante la colaboración entre el sector público y privado, la academia, organismos internacionales y la sociedad civil, con el objetivo de cumplir los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

El reconocimiento, creado en 2018 en alianza con KPMG, las Naciones Unidas y El Comercio, tiene como propósito identificar, visibilizar y difundir proyectos que contribuyan al desarrollo sostenible del Perú, alineados con los 17 ODS y sus 169 metas. Como resultado de este esfuerzo, se ha creado el primer Mapa Interactivo 'Perú por los ODS', una herramienta que destaca más de 450 proyectos sostenibles en el país.

***APROPO** ha sido reconocido como finalista en la categoría debido a su larga trayectoria y su impacto en temas de Salud Sexual y Reproductiva en jóvenes y adolescentes a través de SOS Orienta. Este servicio lleva más de 30 años en funcionamiento e incorpora inteligencia artificial en los últimos cinco años para ampliar su alcance a nivel nacional.*

Además, en el reporte de las Mesas de Acción por los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2023, Perú Sostenible, en colaboración con la ONU Perú, destaca el trabajo conjunto del sector privado y otros aliados para promover un desarrollo inclusivo y seguro, reconociendo a SOS Orienta como un caso de éxito en el informe anual de los ODS, entre un total de 60 organizaciones comprometidas con el avance de estos objetivos en el país.

Es relevante mencionar que esta distinción fue otorgada por destacados profesionales como Midori de Habich, Guillermo Garrido Lecca, María Soledad Guiulfo y Pablo Lavado, quienes lideran la mesa de trabajo 'Acción por la Salud y Bienestar' (ODS 3).

Este reconocimiento fortalece la imagen y la reputación de APROPO y de SOS Orienta, reafirmando su compromiso con su misión institucional de apoyar a más adolescentes y jóvenes para que puedan alcanzar sus metas y proyectos de vida.





La red integrada de acceso a métodos anticonceptivos que sigue fortaleciéndose

Desde 2019, RIAMA ha congregado a obstetras con consultorios privados en zonas periféricas de las principales áreas urbanas del país. En 2023, se decidió incluir a médicos ginecólogos, lo que permitió el crecimiento de la red en cuanto al tamaño de la cartera de insumos anticonceptivos, y en el número de especialistas en salud sexual empadronados y enrolados que realizan compras en la red.

RIAMA continúa trabajando de cerca con este grupo de profesionales, quienes, tras comprobar las ventajas de contar con acceso a métodos de alta calidad y precios bajos, repiten sus compras, asegurando así la provisión de MACs en mujeres en edad fértil que viven en zonas de bajos recursos, lo cual las coloca en una situación de vulnerabilidad.

Crecimiento de la Red

De 1630 profesionales empadronados en 2022 a 1775 en 2023

De 1357 enrolados a 1511

De 1022 que compran a 1154

De 625 que compran a 684

Una cartera de productos modernos y accesibles:

La cartera de productos de RIAMA se incrementó de 21 a 26 productos, proporcionando así a los profesionales de la red una mayor oferta de insumos MAC, lo cual contribuye a la sostenibilidad de su servicio.

“**RIAMA facilitando el acceso de métodos anticonceptivos a los profesionales de la salud sexual y reproductiva.**”

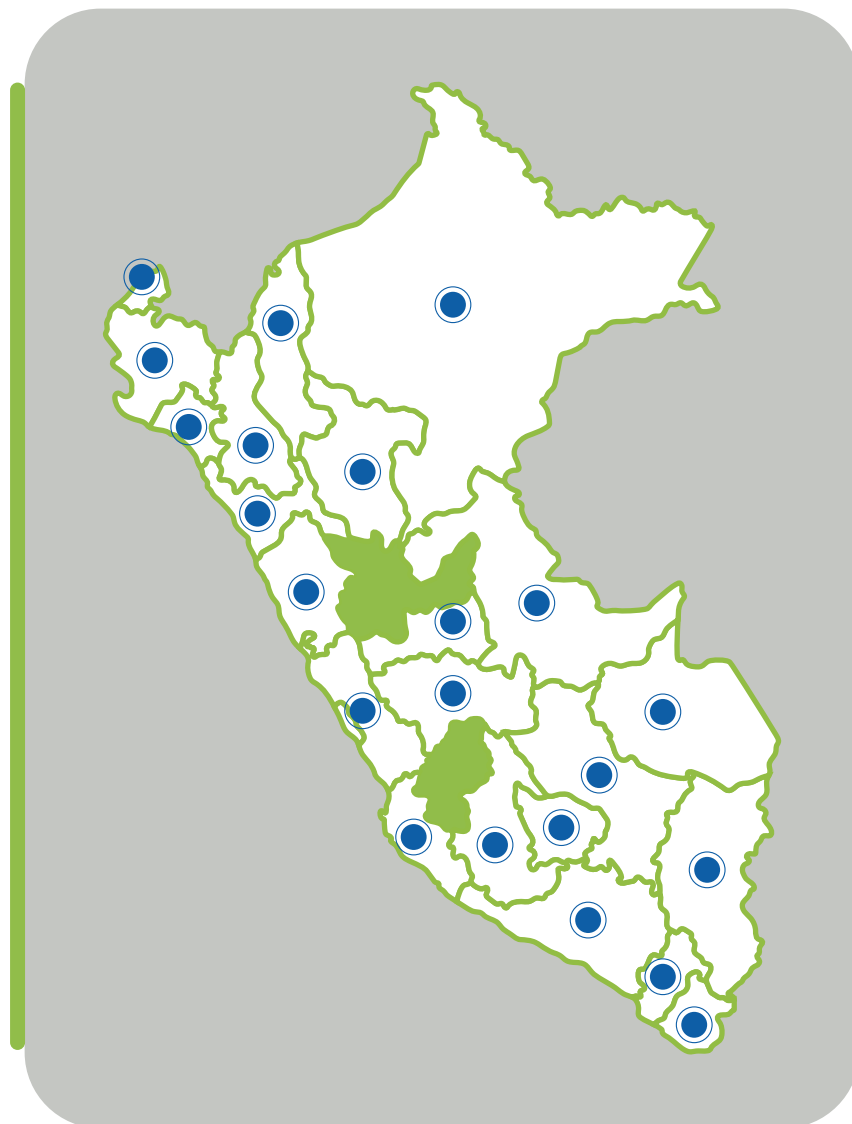


Llegamos a más ciudades con variedad de productos y un grupo de profesionales de la salud capacitados y actualizados:

En 2023, la Red se ha consolidado en varias ciudades del país, permitiendo el acceso a la planificación familiar en departamentos como Lima, Tumbes, Piura, La Libertad, Ancash, Lambayeque, Cajamarca, San Martín, Ucayali, Loreto, Amazonas, Arequipa, Tacna, Moquegua, Juliaca, Cusco, Ica, Ayacucho, Junín, Huánuco, Pasco, Madre de Dios y Apurímac.

APROPO reconoce la importancia de mantener capacitados a los afiliados de la RED, facilitándoles entrenamientos continuos que les permiten mantenerse actualizados en temas digitales, uso de las redes sociales para visibilizar sus servicios, técnicas de venta, así como actualizaciones en métodos anticonceptivos y promociones de venta. En 2023, se capacitó a 500 obstetras en cuatro sesiones que abordaron temas como:

Actualización en métodos modernos reversibles de larga duración (implantes y DIUs), marketing digital: TIK TOK para tu consultorio (uso de esta popular red social como estrategia de promoción).



El 23 y 24 de marzo, RIAMA organizó el primer programa presencial del año (post pandemia), que se llevó a cabo en la Cámara de Comercio de Lima, un evento que contó con la participación de ponentes reconocidos en su rubro y que puso énfasis en el tema de Emprendamos Juntos

Sesión 1

Proyectando tu marca personal.

Sesión 2

Marketing Comercial y Digital:
Estrategias Claves.

Sesión 3

Nuevas Tecnologías: Implementación
para tu consultorio.

Sesión 4

Estrategias Financieras para tu
consultorio.

Sesión 5

Inserción y retiro de métodos de larga
duración.



El 2 y 3 de noviembre, RIAMA organizó una capacitación virtual sobre TIK TOK con el objetivo de enseñar las actualizaciones y recomendaciones para usar esta plataforma, que cada vez cuenta con mayor preferencia y uso por parte de los usuarios.

Participaron 130 especialistas en salud sexual, quienes estuvieron conectados durante ambas sesiones. El curso fue desarrollado y expuesto por un profesional experto en esta red social.

PPTO 2023: S/1,590,795

VTA. AÑO 2023: S/ 901,896

VTA. AÑO 2022: S/1,060,529

Contribuimos a disminuir las brechas de acceso a la anticoncepción y a mejorar los niveles de demanda insatisfecha de planificación familiar, lo que permite a las mujeres en edad fértil tener la oportunidad de vivir una maternidad planificada.

Desde 2019 hasta 2023, la red está conformada por 1,511 profesionales de la salud sexual y reproductiva.

40 ANIVERSARIO DE APROPO 30 ANIVERSARIO SOS

“
40 años iluminando
el camino de
los jóvenes y
adolescentes.

Somos una institución comprometida con el futuro de los jóvenes y adolescentes.

Hacemos realidad los objetivos y queremos compartirlos con orgullo y transparencia.

Bodas de Rubí

La celebración del 40° aniversario de la fundación de **APROPO** se llevó a cabo de manera presencial el 23 de agosto de 2023, congregando a 130 invitados entre aliados, clientes, proveedores, asociados, directores y colaboradores.

El evento, estructurado bajo un concepto que permitió a los asistentes conocer y sensibilizarse con el propósito principal de la labor institucional, contó con intervenciones de las gerencias general, comercial, social y regionales. Estas presentaciones abordaron las problemáticas que enfrentamos mediante la implementación del mercadeo social, permitiendo que **APROPO** brinde acceso a información, orientación y métodos anticonceptivos a jóvenes y adolescentes.

La Gerencia General enfatizó la propuesta institucional orientada a fortalecer la gestión social y comercial a nivel nacional, aprovechando la experiencia acumulada en planeamiento y operación durante estos 40 años, con el objetivo de promover y concientizar sobre la importancia de mantener el liderazgo del producto que sostiene la Institución, mediante un uso más eficiente y eficaz de las estrategias comerciales y sociales.

En aquella ocasión, la presidenta del Directorio, Elsa Zuloaga, junto con los miembros del Consejo Directivo, resaltaron los logros y resultados obtenidos en los dos pilares de la institución: las ventas de condones Piel y las consultas atendidas por el Servicio de Orientación. Además, coincidieron en que la visión de innovación ha permitido mantenernos a la vanguardia, motivando a difundir el esfuerzo por conservar a la Institución como autosostenible.

“

40 años
de labor
ininterrumpida
de la
organización.
¡Estamos
orgullosos de
que nuestra
labor aporte a
los jóvenes y
adolescentes
de nuestro
país!



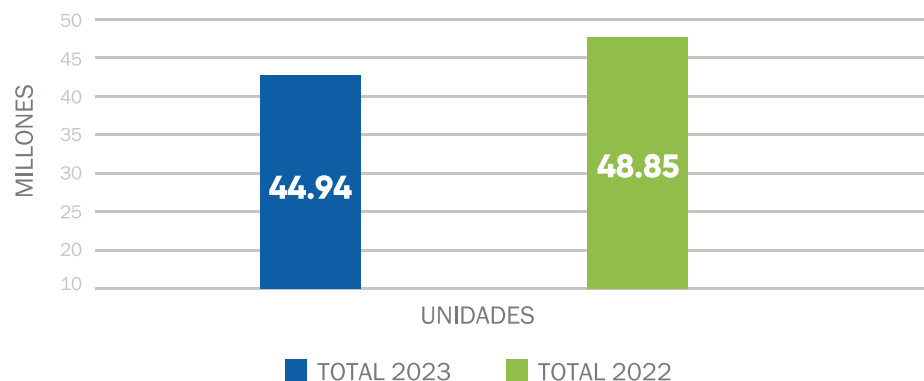
GESTIÓN COMERCIAL



Condomes Piel: El pilar de la sostenibilidad institucional

En 2023, APROPO distribuyó 44.94 millones de unidades de condones en el mercado privado, logrando una participación del 52%, lo que consolidó el liderazgo de la marca Piel frente a sus competidores.

Venta en unidades de condones 2022 - 2023



Este año fue complejo para muchos sectores comerciales debido a la incertidumbre política, social y económica. Este escenario afectó la capacidad adquisitiva del mercado en general, tanto de comerciantes como consumidores, quienes adoptaron una conducta de compra muy racional y prudente. A esta realidad se sumó la recuperación de los niveles de importación de otras marcas en el mercado privado de condones, ocasionando un reacomodo en las ventas de cada marca participante. Asimismo, el Estado reapareció con importaciones de métodos anticonceptivos, después de haberse ausentado durante tres años (2020, 2021 y 2022), retomando la gratuidad tanto en la entrega de los productos como en la atención en los Centros de Salud. Esta coyuntura impactó el mercado y, por ende, los resultados de la gestión comercial, cuyas ventas disminuyeron un 11.7% respecto a 2022. Sin embargo, las cifras alcanzadas en 2023, en comparación con el año pre pandemia (2019), representaron un crecimiento del 45%.

Es importante recordar que 2023 y 2020 son los únicos años que registran un leve descenso en las ventas respecto al año anterior.

No obstante, durante los años 2021 y 2022, APROPO experimentó un crecimiento de ventas extraordinario, ya que pudo recuperarse y enfrentar la coyuntura originada por la pandemia, a diferencia de otras marcas del mercado privado que disminuyeron notablemente las importaciones y del mercado público (Estado) que se paralizó.

Sin duda, el año 2023 fue complicado en términos económicos para el país. Para contrarrestar los efectos negativos de la coyuntura político-económica mencionada, se realizaron todos los esfuerzos para lograr las mejores cifras, basándonos en la amplia experiencia y conocimiento del sector por parte del equipo comercial, la fortaleza de la marca, el liderazgo consolidado en el mercado privado de condones y el sólido sistema de distribución que permite la cobertura a nivel nacional. Las alianzas comerciales con nuestros socios estratégicos y los diferentes canales de venta a nivel nacional con los que distribuimos, más el gran valor que la marca Piel tiene tanto en términos de recordación como de preferencia por parte del consumidor, fueron bases sólidas que permitieron a la gestión comercial mitigar el impacto.

Mercado:

El mercado de condones experimentó un incremento, pasando de 81.6 millones durante el periodo 2021-2022 a 86.7 millones en el periodo 2022-2023. Este crecimiento representó un aumento del 6% en términos porcentuales, con el sector privado contribuyendo con el 96% y el sector público con el 4%.

Como resultado de estos cambios, los porcentajes de participación de cada sector también sufrieron modificaciones. En este periodo, el sector privado representó el 69% del mercado, mientras que el sector público representó el 31%.

SECTOR	2021-2022	2022-2023	Variación	%Part. 2020-2021	%Part. 2022-2023
PRIVADO	81,629,509	86,741,127	5,111,619	96%	69%
PÚBLICO	3,369,900	39,517,150	36,147,250	4%	31%
Total	84,999,409	126,258,277	41,258,869	100%	100%

Mercado Privado:

La participación por segmentos en el mercado de condones también cambió significativamente. Durante el período de 2021-2022, la categoría premium tenía una presencia del 12%, que aumentó al 15% en 2022-2023. El segmento intermedio, que dominaba claramente con el 84% en 2021-2022, vio reducido su porcentaje al 74% en el período siguiente. Por otro lado, el segmento económico, que solo representaba el 3% en 2021-2022, experimentó un notable aumento, alcanzando el 11% en 2022-2023.

Estos cambios indican una reestructuración interesante en la dinámica de los segmentos del mercado de condones durante este período.

SEGMENTO	Prom. 2021-2022	Prom. 2022-2023	Variación	%Part. 2020-2021	%Part. 2022-2023
PREMIUM	10,152,312	12,921,855	2,769,543	12%	15%
INTERMEDIO	68,807,657	64,501,800	-4,305,857	84%	74%
ECONÓMICO	2,669,540	9,317,472	6,647,932	3%	11%
Total General	81,629,509	86,741,127	5,111,619	100%	100%

Para el sector privado, la introducción de una nueva marca elevó el número total de marcas de 21 a 22 durante el período 2022-2023.

El market share de la marca Piel disminuyó en 8 puntos porcentuales, pasando del 60% en el período 2021-2022 al 52% en el período 2022-2023. A pesar de esta reducción, la marca sigue siendo líder en la participación del mercado privado de condones. Destacando el liderazgo entre las 8 marcas que compiten en el segmento intermedio de precios.

Segmentos de Mercados:

El 69% del mercado privado de condones se concentra en siete segmentos específicos: lisos, texturizados, retardantes, sensitivos, saborizados, texturizados mixtos y gruesos. En cada uno de estos segmentos, la marca Piel ocupa el liderazgo, con participaciones que superan el 58%.

NICHOS	Piel	% Piel	Competencia	% Comp.	Total	% Nicho
Lisos	23,015,232	51%	22,362,009	49%	45,377,241	52%
Texturizados	5,545,152	56%	4,430,883	44%	9,976,035	12%
Retardantes	5,504,544	50%	5,514,168	50%	11,018,712	13%
Sensitivos	4,890,240	67%	2,377,326	33%	7,267,566	8%
Saborizados	3,225,312	66%	1,660,104	34%	4,885,416	6%
Texturizado mixto	1,987,200	61%	1,254,690	39%	3,241,890	4%
Ultradelgado	0	0%	565,296	100%	565,296	1%
Gruesos	611,712	57%	12,921,855	43%	1,077,348	1%
Otros 5 nichos (+)	0	0%	465,636	100%	3,331,623	4%
Total	44,779,392	58%	3,331,623	55%	86,741,127	100%





MARKETING & COMUNICACIONES

Marketing on line

Estrategias digitales

Facebook

Instagram

Youtube

Tik tok

Página web

Facebook



Fan page

464,488

Nuevos fans

66,413
(2023 vs 2022)

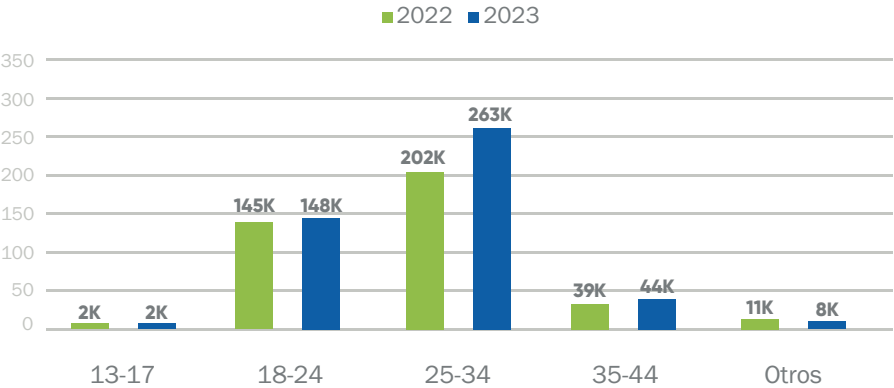
Alcance publicitario

190 millones de
impactos

Edades y género

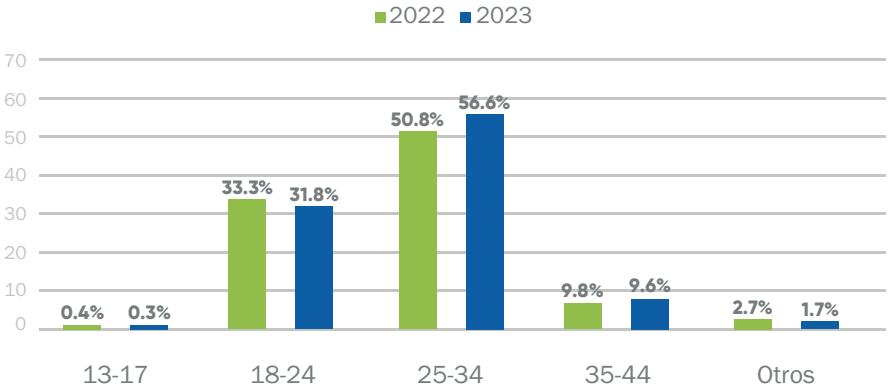
En el transcurso de este año, hemos logrado alcanzar al 87% de la comunidad del segmento de edades entre 18 y 34 años. En cuanto a los demás grupos, no se han registrado cambios significativos en sus niveles de participación porcentual.

COMUNIDAD POR EDADES N° DE PERSONAS



Hemos registrado un notable aumento del 57% en el rango de edad de 25 a 34 años, lo que evidencia nuestra estrategia exitosa de impactar a grupos demográficos más maduros en esta red social. Este enfoque se alinea con las tendencias globales en el ámbito de las redes sociales, consolidando nuestra posición como pioneros en la industria del marketing digital.

COMUNIDAD POR EDADES N° PARTICIPACIÓN



GÉNERO VARIACIÓN

GÉNERO				
EDADES	2022	2023	VARIACIÓN	2022
13-17 años	1,593	1,625	32.00	0%
18-24 años	144,805	147,834	3,029.38	32%
25-34 años	202,305	262,941	50,635.65	57%
35-44 años	39,209	44,490	5,280.78	10%
Otras edades	10,563	7,999	2,564.00	2%
	198,475	464,888		



MARKETING & COMUNICACIONES

Marketing on line

Estrategias digitales

Facebook

Instagram

Youtube

Tik tok

Página web

Instagram



Fan page

57,098 seguidores /
45,981 seguidores en
el 2022

Nuevos seguidores

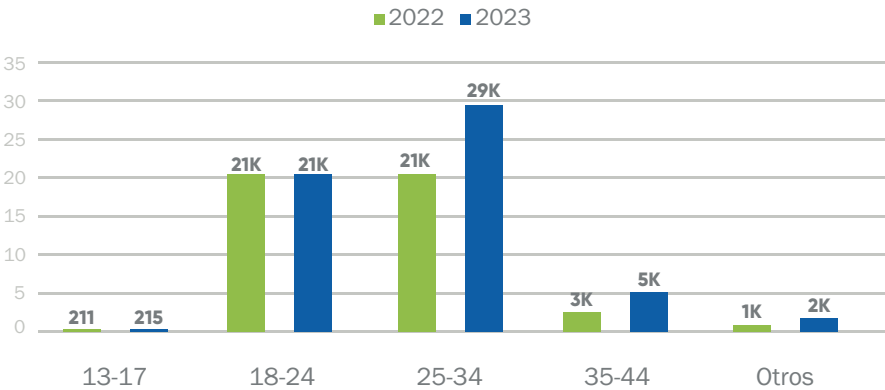
11,117
(2022 vs 2023)

Alcance publicitario

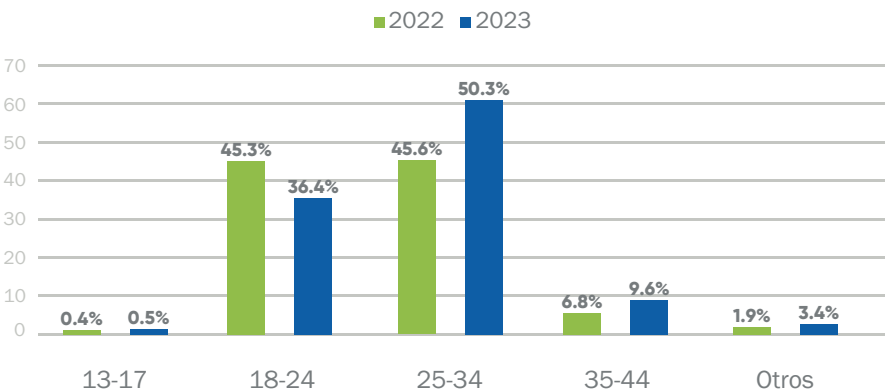
9.8 millones de
impactos

Edades y género

COMUNIDAD POR EDADES N° DE PERSONAS



COMUNIDAD POR EDADES N° PARTICIPACIÓN



Destacamos un significativo aumento del 50% en el grupo demográfico de 25 a 34 años, tanto en términos porcentuales como absolutos. Estas variaciones reflejan una tendencia similar a la observada en Facebook, respaldando nuestra estrategia de marca para alcanzar una amplia gama de edades a través de múltiples plataformas de redes sociales.

GÉNERO VARIACIÓN

GÉNERO				
EDADES	2022	2023	VARIACIÓN	2022
13-17 años	211	215	4.00	0%
18-24 años	20,784	20,760	-24.00	36%
25-34 años	20,917	28,709	7,791.87	50%
35-44 años	3,115	5,470	2,354.99	10%
Otras edades	364	1,944	1,080.00	3%
	45,891	57,097		



MARKETING & COMUNICACIONES

Marketing on line

Estrategias digitales

Facebook

Instagram

Youtube

Tik tok

Página web

Youtube



Suscriptores 4,010

Vistas 1.0 millón

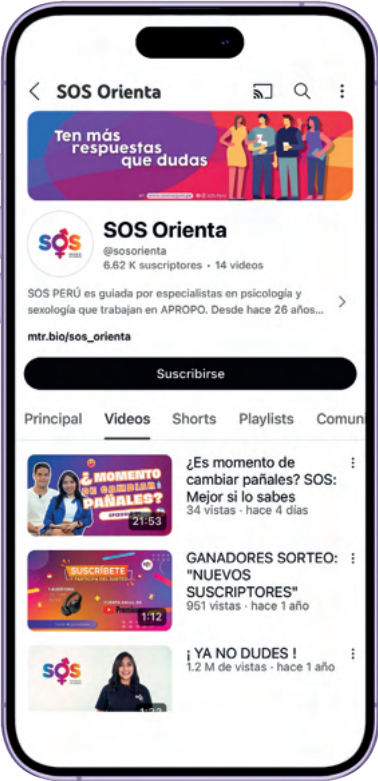
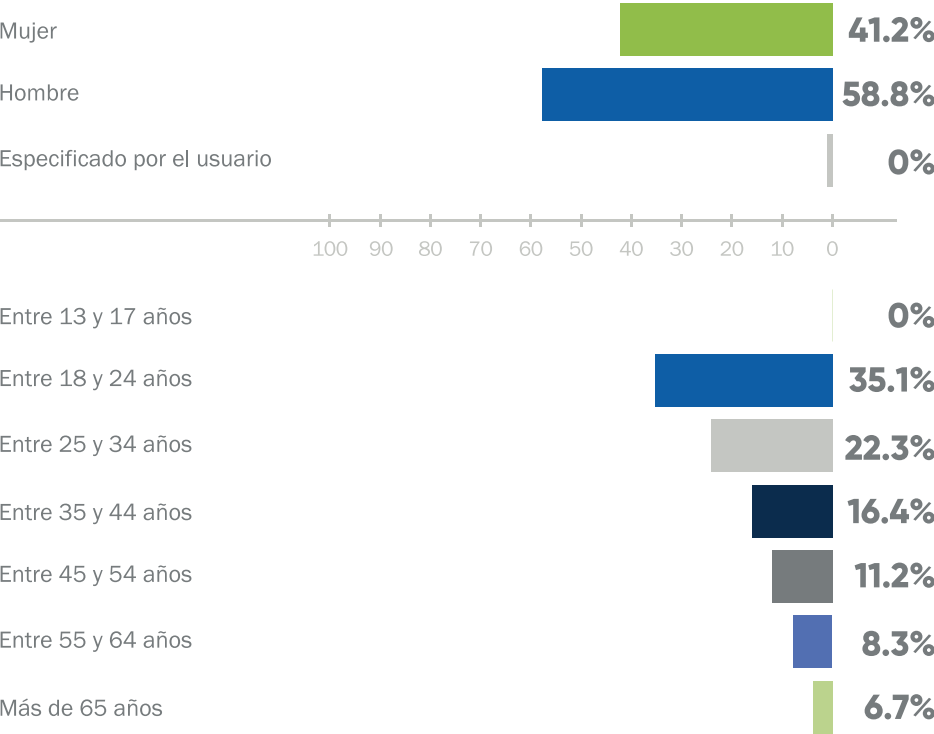
Horas de reproducción 21.5 mil

Edades y género

Durante el último año, hemos observado que el público masculino ha tenido una mayor participación en nuestro canal, representando el 63% del total de visualizaciones, mientras que el público femenino ha representado el 37% restante.

EDAD Y SEXO

Visualizaciones 2023





MARKETING & COMUNICACIONES

Marketing on line

Estrategias digitales

Facebook

Instagram

Youtube

Tik tok

Página web

Tik Tok



Seguidores 34,928

Interacciones 78,560

Reproducciones 2855,238

Visitas perfil 14,802

Audiencia alcanzada 2,190,943

Desde 2021, adoptamos una decisión estratégica de incorporar el canal de TikTok para promover nuestra misión y alcanzar un público más amplio. Desde entonces, nuestras actividades en TikTok se han integrado plenamente en nuestra estrategia de comunicación y marketing.

Nos complace informar que este año nuestra presencia en TikTok ha sido recibida positivamente y ha mostrado un crecimiento progresivo. Durante el año 2023, hemos trabajado diligentemente para establecer una sólida presencia en la plataforma y conectar con nuestra audiencia objetivo, logrando resultados significativos.



“
Logramos
conectar
efectivamente
con nuestra
audiencia en
TikTok.”



MARKETING & COMUNICACIONES

Marketing on line

Estrategias digitales

Facebook

Instagram

Youtube

Tik tok

Página web

Desde 2022, el lanzamiento de nuestra página web representó un hito significativo en nuestra estrategia de comunicación. Conscientes de la importancia de alcanzar de manera efectiva a nuestro público objetivo, nos comprometimos a desarrollar contenido claro, conciso y accesible. Este enfoque nos permitió, durante el año 2023, llegar a una audiencia más amplia y fomentar una participación activa con nuestro público, generando los siguientes resultados:



Visitar realizadas 484,657

Usuarios únicos 285,550

SERENA: LA ASISTENTE VIRTUAL DEL SOS



Significado de su nombre

Serena connota tranquilidad, calma, sosiego y equilibrio; por este motivo, se eligió el nombre, ya que muchas de las emociones que se quieren transmitir a los usuarios del servicio SOS están relacionadas con este significado (un espacio donde no hay que sentir vergüenza, donde se pueden disipar miedos y fomentar la confianza).

¿Quién es Serena y cómo es?

Serena es una mujer de 29 años, nacida en Lima, Perú. Es licenciada en psicología y trabaja como consultora en SOS. Su lengua nativa es el español y tiene interés en aprender quechua. A nivel familiar, es muy cariñosa con su familia y amigos. Aunque aún vive en casa de sus padres, es una adulta responsable que contribuye económicamente y se involucra activamente en su hogar. Serena no está sola, tiene una pareja desde hace algunos años; su relación es estable y armoniosa. Les gusta viajar juntos, ver películas y salir a comer a distintos lugares. En el ámbito profesional, se caracteriza por su apertura y ausencia de prejuicios o estereotipos, sintiéndose incómoda al juzgar a las personas por sus intereses personales; ella cree que cada persona es única y valiosa, y que todos merecen tiempo y confianza para compartir sus historias y miedos.

Serena usa activamente las redes sociales para desarrollar su trabajo en los canales de consulta de SOS, pero también disfruta y se divierte viendo videos en TIK TOK. Publica activamente en Instagram y sigue a influencers relacionados con su carrera y la moda.

La edad seleccionada para Serena responde al hecho de que la mayoría de los usuarios que realizan consultas tienen entre 19 y 25 años, por lo que era importante mantener una distancia de edad que no la hiciera parecer mayor, pero que le permitiera tener experiencia relevante. Su profesión está directamente relacionada con el servicio que brinda SOS.

Se decidió añadir una pareja a la historia de Serena para que su conocimiento en el campo sexual sea tanto práctico como teórico, fortaleciendo así el nivel de consejo y asesoría que brinda. Es importante mencionar que, aunque su lengua materna es el español, quiere aprender quechua para ayudar a ampliar el alcance de SOS a todas las regiones.

Marketing off line: Acciones BTL





Piel

condones

MARKETING & COMUNICACIONES

Marketing off line.

Actividades BTL.



IMPACTO POR SAMPLING A NIVEL NACIONAL:

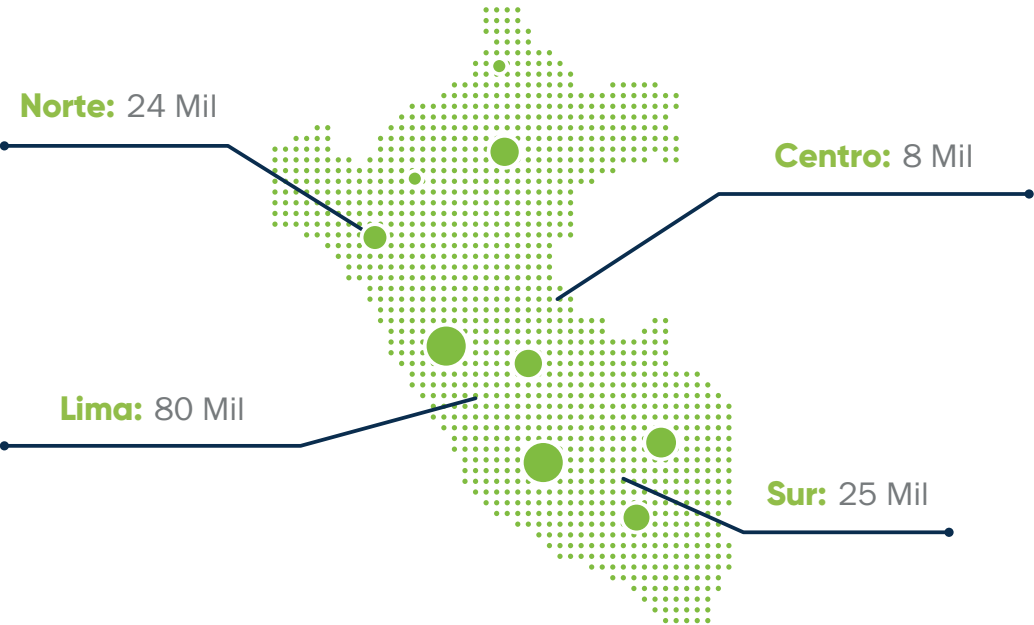
137 Mil muestras distribuidas.





El resultado de alcance obtenido en 2023 representó un crecimiento del 27% en comparación con el año anterior, lo cual refleja un progreso significativo en las estrategias de promoción y alcance de público. Se llevaron a cabo acciones estratégicas en lugares clave donde el público objetivo suele congregarse, como playas, discotecas, conciertos, call centers y otros espacios de alto tráfico. Esta focalización permitió maximizar la visibilidad de la marca y llegar de manera efectiva a la audiencia.

Participamos en dos eventos masivos de reguetón, que congregaron a más de 35 mil personas en cada evento. Estas participaciones no solo brindaron la oportunidad de promocionar la marca, sino también de interactuar directamente con el público objetivo y consolidar la conexión con este.



Piel
condones

MARKETING & COMUNICACIONES

Marketing on line

Estrategias digitales

Facebook

Instagram

Youtube

Tik tok

Página web

Facebook



Fan page 718,008

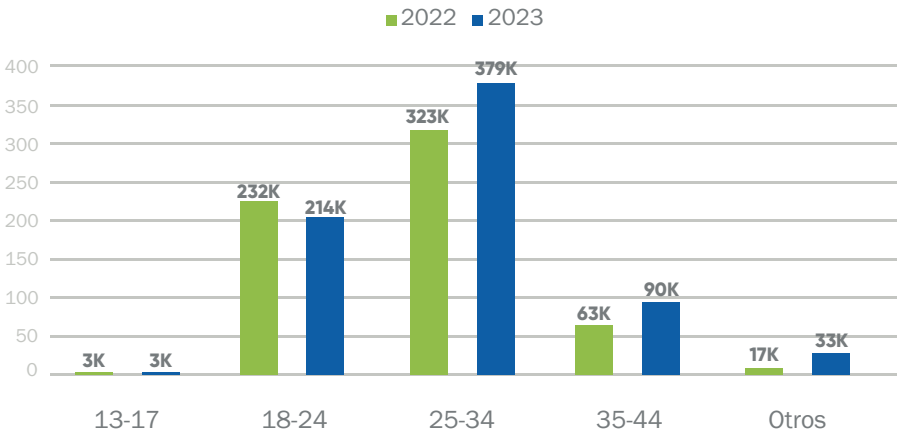
Nuevos fans 80,957
(2023 vs 2022)

Alcance publicitario 143 millones de
impactos

Edades y género

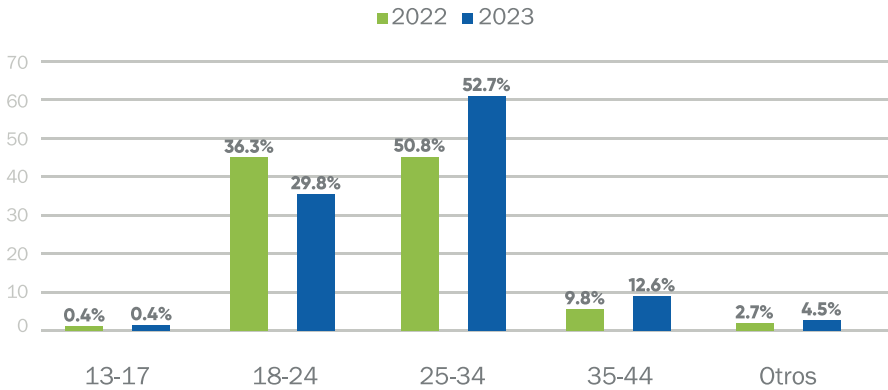
Durante el año 2023, alcanzamos una participación del 83% en el segmento de edades comprendidas entre los 18 y 34 años. Además, nos complace informar que los demás grupos de edad han mantenido sus niveles de participación porcentuales.

COMUNIDAD POR EDADES N° DE PERSONAS



Destacamos un notable incremento del 50% en el rango de edad de 25 a 34 años, lo que subraya nuestra capacidad para impactar a grupos demográficos más maduros en esta red social. Este fenómeno se alinea con y refleja las tendencias globales en el ámbito de las redes sociales, consolidando nuestra posición como líderes en la adaptación a las dinámicas del mercado digital.

COMUNIDAD POR EDADES % PARTICIPACIÓN



GÉNERO VARIACIÓN

GÉNERO				
EDADES	2022	2023	VARIACIÓN	2022
13-17 años	2,548	2,800	232.23	0%
18-24 años	231,505	213,823	-17,682.22	30%
25-34 años	323,432	378,606	55,173.62	53%
35-44 años	62,686	90,254	27,567.61	13%
Otras edades	16,883	32,526	15,643.00	5%
	637,054	718,008		

Piel

condones

MARKETING & COMUNICACIONES

Marketing on line

Estrategias digitales

Facebook

Instagram

Youtube

Tik tok

Página web

Instagram



Fan page

48,412 seguidories
38,872 seguidores

Nuevos fans

9610
(2023 vs 2022)

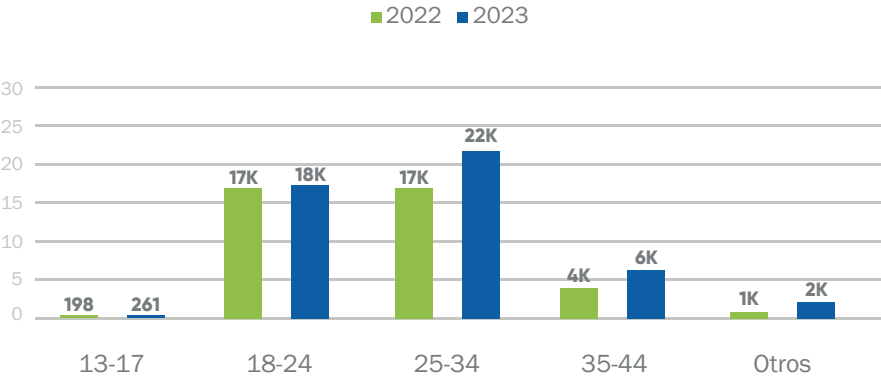
Alcance publicitario

12.3 millones de
impactos

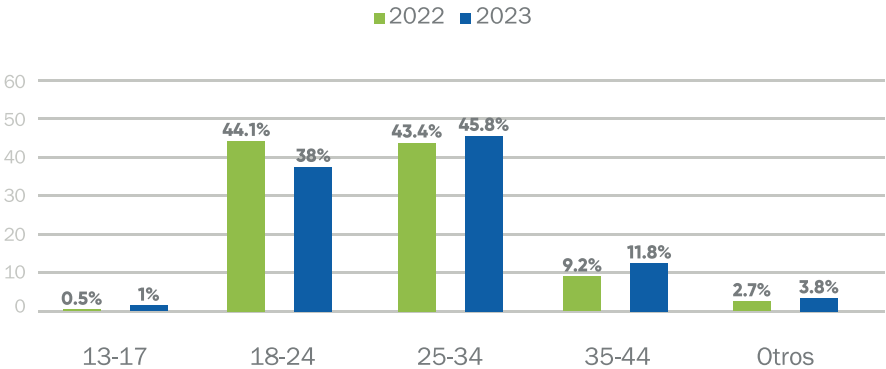
Edades y género

Destacamos un notable aumento del 46% en el segmento de edad de 25 a 34 años, tanto en términos porcentuales como absolutos. Estas variaciones reflejan una tendencia similar a la observada en Facebook, lo que respalda nuestra estrategia de marca para impactar diversos grupos demográficos a través de distintas plataformas de redes sociales.

COMUNIDAD POR EDADES N° DE PERSONAS



COMUNIDAD POR EDADES % PARTICIPACIÓN



GÉNERO VARIACIÓN

GÉNERO				
EDADES	2022	2023	VARIACIÓN	2022
13-17 años	198	261	63,42	1%
18-24 años	17,146	18,416	1,269,92	38%
25-34 años	16,866	22,173	5,306,70	46%
35-44 años	3,595	5,722	2,127,30	12%
Otras edades	1,067	1,840	773,00	4%
	38,872	718,008		

Piel condones

MARKETING & COMUNICACIONES

Marketing on line

Estrategias digitales

Facebook

Instagram

Youtube

Tik tok

Página web

Youtube



Suscriptores 3,804

Vistas 798,000

Horas de reproducción 23mil

La implementación del canal de YouTube durante 2023 tuvo como objetivo abarcar espacios de consumo digital masivo, ofreciendo a la marca una oportunidad única para conectarse de manera diferente con su público objetivo. Además, con la introducción de la publicidad en Google AdWords, hemos potenciado el alcance de cada contenido, llegando a espacios previamente inexplorados. Nuestras producciones de verano tuvieron una gran acogida y generaron picos de reproducciones.

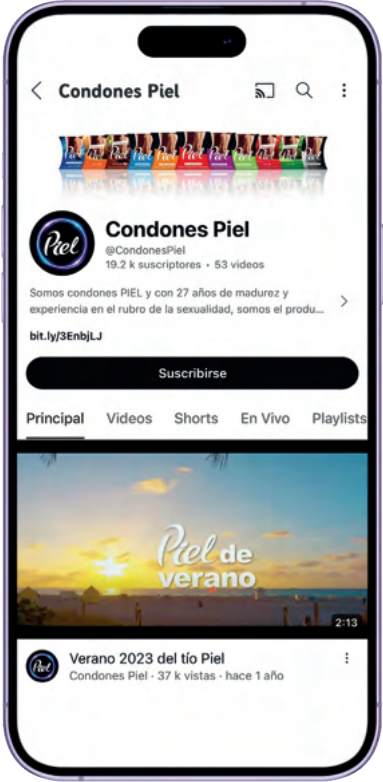
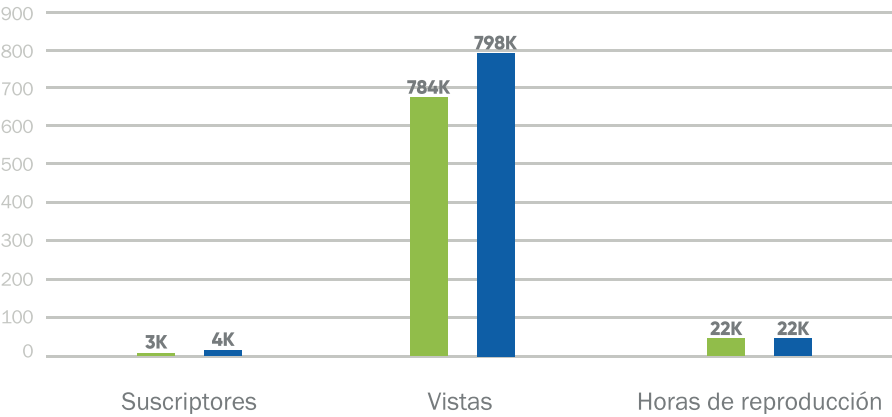
La aceptación del canal ha sido constante y progresiva. Durante el año 2023, hemos logrado alcanzar:

Edades y género

Durante el último año, hemos observado que el público masculino ha mostrado una mayor participación en nuestro canal, representando el 62% del total de visitas, mientras que el público femenino ha representado el 38% restante.

YOU TUBE

■ 2022 ■ 2023



Piel

condones

MARKETING & COMUNICACIONES

Marketing on line

Estrategias digitales

Facebook

Instagram

Youtube

Tik tok

Página web

Nos complace anunciar que nuestra incursión en este canal ha sido recibida de manera sumamente positiva y ha crecido progresivamente. A lo largo del último año, hemos trabajado incansablemente para consolidar nuestra presencia en la plataforma y conectar efectivamente con nuestra audiencia. Para adaptar nuestro contenido al público objetivo y optimizar la publicidad pagada, recibimos asesoría personalizada y colaboramos con influencers, quienes han sido muy bien recibidos.

Tik Tok



Seguidores 68,903

Interacciones 436,088

Reproducciones 7,101,286

Visitas perfil 117,187

Audiencia alcanzada 4,961,258



MARKETING & COMUNICACIONES

Marketing on line

Estrategias digitales

Facebook

Instagram

Youtube

Tik tok

Página web

Lanzado en marzo de 2019, el sitio web de PIEL introdujo espacios de interacción como el blog “Hablemos de sexo”, que aborda temas de sexualidad en un tono íntimo, y “Novedades”, que informa sobre eventos, lanzamientos y concursos. Además, este año aprendimos la importancia de reformular el diseño de estos espacios para enriquecer el contenido y ofrecer una comunicación renovada, aumentando así el valor para nuestra audiencia.

Web



Visitas realizadas 2,733,943

Usuarios únicos 460,893

EVENTOS INSTITUCIONALES

PRIDE 2023:

VIVE TU SEXUALIDAD PROTEGIDA, PLENA Y EN LIBERTAD. EL AMOR NO SE OCULTA, SE PROTEGE.

Este año, APROPO participó por primera vez en un evento que nos permitió alcanzar a 10,000 personas a nivel nacional. En Lima, participamos en una caminata que partió desde el Campo de Marte hasta la Plaza Alameda 28 de Julio, acompañados por nuestra batucada, "Condomes al Rescate", el reconocido tik toker Josi Martínez y colaboradores de la institución. En las ciudades de Arequipa y Piura, estuvimos presentes junto a otras organizaciones, distribuyendo condones Piel y merchandising.





“

Día Mundial de la lucha contra el VIH - SIDA: Primero mi condón, luego la acción. ¡Líbrate del VIH!

El 1 de diciembre, que se conmemora el Día Internacional de la Lucha contra el VIH/SIDA, APROPO transmite mensajes de prevención con el fin de informar a través de sus diferentes marcas y canales. Esta acción es una de las estrategias más importantes de la institución para potenciar su principal propósito: informar a adolescentes y jóvenes sobre la correcta toma de decisiones para que cumplan sus proyectos de vida. Por segundo año consecutivo, se utilizó el mismo lema de campaña con el único propósito de generar un alto impacto sobre la importancia del uso del condón, como el único método que previene el VIH.

Esta actividad fue cubierta por los principales medios de comunicación, ya que un día antes del evento central, APROPO participó en la formación de un lazo humano junto con otras organizaciones. El 1 de diciembre también se tuvo presencia en el evento organizado por el MINSA, donde la institución destacó con actividades como la presencia de sus “condones al rescate”, batucada, colaboradores, la imagen de campaña: Ernesto Pimentel y tiktokers reconocidos por los jóvenes, como El Chico de las Noticias y Dakiur. El stand de APROPO ofreció información, orientación y muestras de condones Piel para transmitir nuestro mensaje de prevención. Se logró alcanzar a un total aproximado de 10 mil personas a nivel nacional.

ESTADOS FINANCIEROS

RESUMEN DE

LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE APROPO DURANTE EL AÑO

Análisis Financiero a los EEFF de 2023:

APROPO presenta una salud financiera sólida, con buena liquidez y una estructura de capital equilibrada. Aún hay oportunidades para optimizar los costos operativos y mejorar la rentabilidad operativa, mantener un enfoque prudente en la gestión del capital de trabajo y el endeudamiento a largo plazo, y explorar oportunidades para diversificar los ingresos y mejorar la eficiencia operativa, lo cual impulsará el crecimiento y la rentabilidad a largo plazo.

Análisis de la Estructura de Capital:

APROPO tiene una inversión moderada en activos fijos y otros activos no tangibles. El pasivo no corriente, que representa la deuda financiera a largo plazo, indica una estructura de capital con un componente de endeudamiento a largo plazo equilibrado. El patrimonio total, compuesto por resultados acumulados positivos, refleja una sólida base de capital propio.

Análisis de Liquidez:

La institución cuenta con un activo corriente significativo, lo que indica una buena liquidez operativa. El pasivo corriente, cubierto principalmente por cuentas por pagar a proveedores, sugiere una gestión de deuda a corto plazo manejable.

Análisis de Rentabilidad:

La institución muestra un flujo constante de ingresos por actividades comerciales. La eficiencia en la gestión de adquisiciones de mercancías es buena, como lo indica el margen bruto. Los gastos operativos, aunque representan una proporción significativa de los ingresos totales, sugieren un control adecuado de los costos operativos. Sin embargo, el margen operativo es estrecho, lo que indica la necesidad de optimizar aún más los costos y gastos operativos. Aun así, APROPO refleja una rentabilidad neta positiva en su estado de ingresos y gastos al 31 de diciembre de 2023.

ESTADO DE ACTIVOS, PASIVOS Y
PATRIMONIO INSTITUCIONAL

al 31 de diciembre de 2023 (en miles de soles)

ACTIVO	2022	%	2023	%
ACTIVO CORRIENTE	12,524	76%	13,977	77%
ACTIVO NO CORRIENTE	3,977	24%	4,215	23%
TOTAL ACTIVO NETO	16,502	100%	18,193	100%

PASIVO Y PATRIMONIO	2022	%	2023	%
PASIVO CORRIENTE	3,810	23%	6,512	36%
PASIVO NO CORRIENTE	3,226	20%	2,004	11%
TOTAL PASIVO	7,036	43%	8,516	47%
PATRIMONIO INSTITUCIONAL	9,465	57%	9,676	53%
PATRIMONIO INSTITUCIONAL	16,502	100%	18,193	100%

ESTADO DE INGRESOS Y GASTOS

Periodo del 01 de enero al 31 de diciembre de 2023
(En miles de soles)

	2022	%	2023	%
VENTAS NETAS	25,293	100%	23,458	100%
COSTOS VARIABLES Y GASTOS OPERATIVOS	-21,810	-86%	-19,831	-85%
RESULTADO DE OPERACIÓN	3,483	14%	3,627	15%
INVERSIÓN SOCIAL	-2,773	-11%	-3,468	-15%
SUPERAVIT DESPUÉS DE LA INVERSIÓN SOCIAL	710	3%	160	1%
OTROS INGRESOS, GASTOS E IMPUESTO	13	0%	160	1%
SUPERAVIT Y RESULTADOS INTEGRALES DEL AÑO	723	3%	320	1%

ESTADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO INSTITUCIONAL NETO

Por el periodo terminado al 31 de diciembre de 2023
(En miles de soles)

OPERACIONES	Capital	Reserva	Resultados acumulados	Total S/
SALDOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021	0	0	8,742	8,742
Superavit del ejercicio			723	723
Ajustes con cargo a cuenta de resultados			0	0
SALDOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022	0	0	9,465	9,465
Superavit del ejercicio			320	320
Ajustes con cargo a cuenta de resultados			-109	-109
SALDOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2023	0	0	9,676	9,676

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Periodo del 01 de enero al 31 de diciembre de 2023
(En miles de soles)

MÉTODO DIRECTO	2022 S/	2023 S/
FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	1,585	736
FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	-238	-384
FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	-2,504	-1,230
VARIACIONES DEL FLUJO	-1,157	-879
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DEL EJERCICIO ANTERIOR	3,427	2,270
FLUJO EFECTIVO AL FINAL DEL PERIODO ACTUAL	2,270	1,392
SALDO DE EFECTIVO Y EQUIVALENTE DEL PERIODO ACTUAL	2,270	1,392

CONSEJO DIRECTIVO Y ASOCIADOS

Consejo Directivo

1. Zuloaga Gomez Velásquez de Ballón Elsa - **Presidenta.**
2. Valdez Torero César Ignacio - **Vicepresidente.**
3. Piana Carozzi Manlio - **Tesorero.**
4. Sotomarinero Maturo Neride - **Secretaria.**
5. Voysest Madueño Hernán Augusto - **Vocal.**
6. De Rivero Bramosio Sandra María del Carmen - **Vocal.**
7. Prialé Valle María Angela - **Vocal.**

Asociados y Comité Consultivo*

1. Aguilar Goncalves Clara Luisa
2. Álvarez Rodrich Enrique
3. Araoz de Jahnsen Areli
4. Arias Schreiber Wiese Sylvia María
5. Ardiles Marian
6. Arévalo de Lau Mónica
7. Baca Sánchez Brunela Alejandra
8. Baertl Montori Francisco Augusto
9. **Baertl Montori José Antonio ***
10. Balarezo Sánchez Camilo
11. Balarezo Sánchez Pino André
12. Barrera Huamán Patricia
13. Bazán Lara Jorge
14. Becerra Marsano Ana María
15. Becerra Vega, Ernesto Martín
16. Belmont Anderson Eduardo
17. Bellina Lynch de Hidalgo Elsa Gabriela
18. Bjelke Hansen Jorgen
19. Bonifaz Chirinos Mónica
20. Borneck Vega María Angélica

21. **Bravo Villarán Luis ***
22. Buendia Giribaldi Atilio
23. Bustamante Ibarra Martín Alberto
24. Cain de Novoa Patricia
25. Calderón Carbajal Margot
26. Campos Cassinelli Cecilia
27. Canepa Huerta Steffane Jackelin
28. Cannock Torero Geoffrey
29. Carranza Arévalo Manuel José
30. Castañón Seoane de Masías Elsa
31. Castro Morán de Hoyle Sonia
32. Cathelat Rieuf Marie France
33. Chang Chiang Alejandro
34. Cross Luque Lillian María
35. Cuenca Canal Luis Ernesto
36. Dávila García Rosa María
37. De Lambarri Samanez María del Pilar
38. Díaz Díaz Ana María
39. Díaz Huaco Juan Guillermo
40. Díaz Osores David Camilo
41. Dibós Villarán Rafael Mauro
42. Díez Canseco Carrasco Carlos
43. Domínguez Díaz Paola
44. Durán Talledo Pedro José
45. **Escardó de la Fuente Enrique ***
46. Escardó de la Fuente Eduardo
47. Falcón Lizaraso Yolanda Carolina
48. Fernández Carrera de Tori Mariana
49. Flores Hernández Alfredo
50. Foppiano Rabinovich Pierina
51. Gallagher Málaga Ricardo
52. García Gómez Francisco
53. Gianella Malca Camila
54. Gianella Silva Jaime
55. Giannoni de Baertl Pilar

56. Goldenberg Pravatiner Sonia
57. Gonzáles de Mc Bride Marta
58. Gómez Espinoza Edgar
59. Gómez Saavedra Harold Augusto
60. Goyzueta Cavassa Mirtha
61. Guevara Dodds Raul
62. Guiulfo Suarez Oscar Alfredo
63. Hidalgo Fuster José Manuel
64. Holgado Sánchez Claudia
65. Hurtado Miller Juan Carlos
66. Hume Hurtado María Jesús
67. Kessel Del Rio Alan
68. Kisic Wagner Drago Guillermo
69. La Rosa de los Ríos Alonso Francisco
70. La Rosa Musante Francisco Victor
71. Lira Villanueva Juan
72. Luna Flores de Testino Itala
73. Luque La Rosa Álvaro
74. Macedo Álvarez Ricardo
- 75. Málaga Checa Fernando ***
76. Maldonado Azañedo Eduardo Omar
77. Mantilla Cruzatti José Antonio
78. Marmanillo Lazo Waldo Orestes
79. Masías Castañón Camila
80. Masías Claux Carmen
81. Mastrokalos Viñas Alfredo
82. Mayer Michele Diane
83. Medina Carruitero Juan Carlos
84. Mesones de Galarcep Luisa Victoria
85. Morales Azurin María Catalina
86. Mosi Capurro Alba
87. Muñoz Rodríguez Juan Fernan
88. Nabetalto Alberto S.
89. Obando de Jaramillo Violeta

90. Obando Guimet Rene Juan
91. Olivos García Telmo
- 92. Ortiz de Zevallos Madueño Teresa ***
93. Ossio Ruiz de Somocurcio Juan Luis
94. Otero Bossano Raúl
95. Paucar Amado Eduarth Jorge
96. Pérez Monteverde Martin
97. Pesantes Villa Micaela
98. Prado Rey Enrique
99. Reinafarje Gonzales María
100. Revoredo de Dibós Paula Gabriela
101. Rivera Casareto Vanessa
102. Rodríguez Brandon de Reyes Blanca
103. Romero Sanjines Carlos Alfredo
104. Salazar Tafur Luis
105. Samaniego López Carlos
106. Saona Figari Pedro
107. Sattler Finazzi Giorgio
108. Schwalb Helguero Matilde
109. Simon Chavez Silvana
110. Torero Musante María Rosa †
111. Torres Guerra Jorge Luis
112. Túllume Salazar Jimmy
113. Vainstein Poilisher Jack
114. Valdez Torero José Félix
115. Valdez Torero María Emma
116. Vargas Escalante Jean Luis
117. Velarde Carpio Manuel
118. Velasco Guido Alberto Andrés
119. Villa de De Monzarz María
120. Villa de Málaga Liliana
121. Villanueva Pinto Guillermo
122. Valencia Mau de Obando Neishih
123. Van Oordt de Tittinger Dora

124. Webb Duarte Richard
125. Weinberger Villarán Karen
126. Westhoff de Vico Margit
127. Woodman Cortes Rafael Alfredo
128. Zapff Dammert de Carter Gisela
129. Zuloaga Gomez Velásquez Teresa

MEMORIA ANUAL 2023

Apoyo a Programas de Población

Apoyo a Programas de Población – APROPO
Av. Canaval y Moreyra 345 INT. PS3 - San Isidro, Perú.
E-mail: apropo@apropo.org.pe

Contenido: APROPO
Fotos: APROPO
Corrección de estilo: APROPO

Diseño, diagramación e impresión:
BLUE PC PROJECT S.A.C.

Tiraje:
100 ejemplares. 1era. Edición 2024/1. Lima – Perú
Fecha de edición mayo 2024.

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2024-04042
Apoyo a Programas de Población – APROPO

Todos los derechos reservados. Se autoriza la reproducción total o parcial
de esta publicación, bajo la condición de que se cite la fuente.





Av. Canaval y Moreyra 345, San Isidro, Lima - Perú / Telf.: 204 5308

Servicio de Orientación y Sexualidad:

WhatsApp: 987 960 760

www.apropo.org.pe

www.sosorienta.pe