

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
TOULOUSE LAUTREC**



**PLATAFORMA EDUCATIVA DIDÁCTICA E INCLUSIVA PARA
PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN LIMA**

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

AUTORES:

Franco Enrique Lulli Meyer
(ORCID: 0000-0002-0754-9595)

Enrique Alonso Meza Gómez
(ORCID: 0000-0002-6153-3607)

ASESOR:

Alicia Roxana Chávez Somoza
(ORCID: 0000-0002-6248-3779)

Lima-Perú

Octubre 2021

Resumen del Proyecto de Investigación

El proyecto de investigación busca innovar el sector educativo, específicamente la educación de calidad e inclusiva en la modalidad digital y presencial para personas con discapacidad visual en la ciudad de Lima. Ello al observar una problemática constante, ya que la discapacidad visual cuenta con un mayor número de población tanto en la capital como en el país y que no es tomada en cuenta en el ámbito educativo desde años atrás, debido a la falta de espacios físicos de estudios dedicados exclusivamente para este grupo de personas y que se ha agudizado con la pandemia que actualmente atravesamos, debido a que, desde hace más de un año al pasar a una modalidad virtual, los alumnos de los distintos niveles educativos se vieron en la obligación de abandonar su formación educativa, afectando su vida laboral y retrasando sus sueños personales.

Para ello se propuso la creación de una plataforma educativa de calidad e inclusiva que se divide en dos partes, la primera es del modo virtual, que consta de cursos digitales adaptados para entenderse al 100% sin necesidad de apoyo visual, ya que los usuarios se comunicarán con un Bot llamado Luis mediante un comando de voz y que al finalizar sus cursos los ayudará a crear y mejorar su currículum vitae con el fin de volverlos más empleables, etc. La segunda es del modo presencial o físico, que consta del uso de una oficina inteligente, la cual está diseñada de manera íntegra para personas con discapacidad visual. En esta, los usuarios llevarán los cursos presenciales y a su vez, todos los alumnos en general podrán hacer uso de todos los espacios como lo son el salón de clases, sala de cómputo, cubículos de estudio, espacios de estudio, etc.

Palabras clave: Discapacidad visual, inclusión, calidad, plataforma educativa, educación digital, educación presencial, diseño.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del proyecto de innovación	
1. Contextualización del problema.....	1
2. Justificación.....	2
3. Reto de Innovación.....	3
4. Sustento teórico.....	4
4.1 Estudios previos.....	4
4.2 Marco teórico.....	6
4.2.1 Plataforma Educativa.....	6
4.2.2 Discapacidad Visual.....	6
4.2.2.1 Clasificación de la discapacidad visual.....	7
4.2.2.2 Discapacidad Visual en el Perú.....	7
4.2.2.3 Educación para personas con discapacidad visual.....	7
4.2.3 Arquitectura Sensorial para personas con discapacidad visual.....	8
5. Beneficiarios.....	8
6. Propuesta de valor.....	9
6.1 Propuesta de valor.....	9
6.2 Segmento de clientes.....	10
6.3 Canales.....	10
6.4 Relación con los clientes.....	10
6.5 Actividades clave.....	11
6.6 Recursos clave.....	11
6.7 Aliados clave.....	11
6.8 Fuentes de ingreso.....	12
6.8.1 B2C.....	12
6.8.2 B2B.....	12
6.9 Presupuesto.....	12
7. Resultados.....	13
8. Conclusiones.....	16
9. Bibliografía.....	18
10. Anexos.....	20

ÍNDICE DE TABLAS

Anexo 1. <i>Cuadro Arquetipo</i>	20
Anexo 2. <i>Customer Journey Map</i>	20
Anexo 3. <i>Propuesta de valor</i>	21
Anexo 4. <i>Business Model Canvas</i>	21
Anexo 5. <i>Cuadro Presupuesto</i>	22

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Imagotipo de la marca</i>	26
Figura 2. <i>Logotipo de la marca</i>	26
Figura 3. <i>Isotipo de la marca</i>	26
Figura 4. <i>Personaje de la marca</i>	26
Figura 5. <i>BluePrint de la marca</i>	27
Figura 6. <i>Resultado de encuestas</i>	28
Figura 7. <i>Plataforma web</i>	35
Figura 8. <i>Renders de oficina</i>	37

1. Contextualización del Problema

En la actualidad, la COVID-19 ha provocado crisis sin precedentes en distintos rubros, llegando a afectar y cambiar radicalmente distintos ámbitos de la vida cotidiana. A raíz de esto, Perú ha sido uno de los países que en el sector educativo ha puesto en práctica la modalidad de aprendizaje a distancia a través de plataformas tecnológicas y virtuales para la enseñanza a los alumnos.

El cierre de las distintas Instituciones Educativas han afectado y marcado la salud física, mental y emocional de muchos estudiantes, especialmente en los sectores y personas más vulnerables, ya que no todos cuentan con recursos para afrontarla de la misma manera, puesto que en Perú hay niveles muy desiguales de aprendizaje, algunos estudios realizados han demostrado que alumnos en situación de pobreza, indígenas, de zonas rurales o con habilidades diferentes aprenden menos que sus pares que no tienen esas condiciones (CEPAL- UNESCO, 2020).

Las brechas existentes en cuanto al acceso a la educación e información para las personas con habilidades diferentes van más allá del proceso de aprendizaje digital actual, ya que también se les está dificultando la socialización y sobre todo en la inclusión. No solo se trata de la falta de acceso al equipamiento necesario, sino también de la falta de habilidades y conocimientos que se requieren para aprovechar la educación en medio de esta coyuntura actual que atraviesan estos estudiantes en los distintos niveles educativos, lo cual claramente los coloca en una desventaja de mayor magnitud. (UNICEF, 2020)

En Perú hay alrededor de 1,5 millones de personas con habilidades diferentes, de las cuales aproximadamente 801 mil personas presentan discapacidad visual (INEI, 2013), dentro de esta existen 4 clasificaciones: leve, moderado, grave y ceguera. Las dificultades que muchos

presentan son desde no ver con poca luz, no diferenciar colores o al leer algún texto, no percibir el tamaño ni forma de objetos lejanos, ceguera parcial, ceguera total, entre otros.

La desigualdad y falta de educación de calidad específicamente para este grupo de personas vulnerables, ha sido puesta de manifiesto aún más por la pandemia, ya que estos problemas se arrastran desde antes por el poco apoyo de la sociedad y comunidad educativa. La educación en la actual coyuntura también debería garantizar el derecho a la educación inclusiva en tanto al equipamiento para un oportuno acceso de aprendizaje, como a la provisión de una educación de calidad y adaptada a sus condiciones y necesidades.

Por ello, se plantea generar un mecanismo digital que asegure una educación de calidad inclusiva e igualitaria para este grupo vulnerable específico. Con el propósito de facilitar el acceso al aprendizaje que les permita obtener las mismas oportunidades que tienen todas las personas a lo largo de la vida y también a su vez facilitar el llevar los cursos elegidos de la plataforma virtual y los cursos que sean presenciales dentro de la oficina de la marca, esta contará con cubículos de estudios, una sala de cómputo y un salón de clases que serán diseñados especialmente para este grupo de personas, y en los que los usuarios podrán usarlo en caso no cuenten con un lugar en casa para un mejor apoyo y comodidad.

2. Justificación

Dado que la educación digital es actualmente una necesidad instaurada en las diferentes Instituciones Educativas a nivel nacional y en los distintos niveles educativos, afectando con mayor magnitud a las personas con habilidades especiales específicamente en las personas con discapacidad visual quienes no tienen las facilidades de plataformas educativas especiales que contribuyan de manera accesible, igualitaria e inclusiva en su educación, han optado por distintas opciones como dejar de lado los estudios o pausar por tiempo indefinido, retrasando el aprendizaje que han ido obteniendo a lo largo de su vida. Estos abandonos de estudio han ido

en aumento, ya que como se mencionó, es un problema latente desde hace muchos años atrás. Según investigaciones, Lima cuenta con un total de 3 centros educativos que sólo están dirigidos a personas con discapacidad visual en los niveles de primaria y secundaria, dando así a conocer la brecha existente para los estudiantes de otros niveles de educación, ya que no casi no se cuenta con centros de estudios y lugares en general que tengan una infraestructura adecuada y diseñada para satisfacer las necesidades y comodidades de ellos.

3. Reto de innovación

El reto de innovación tiene como punto principal el diseñar una mejora de la educación inclusiva de manera óptima y accesible para que las personas con discapacidad visual puedan seguir creciendo en lo personal, educativo y laboral.

En base a los estudios de investigación, encuestas realizadas, entrevistas a detalle y del taller formativo con docentes, familiares y personas cercanas al público objetivo, llegamos a la conclusión que la propuesta de solución innovadora sea el diseñar e implementar una plataforma educativa que se dividirá en dos partes, la digital y la presencial.

La parte digital será una plataforma web didáctica y exclusiva para personas con discapacidad visual en la que podrán llevar cursos de formación virtual en distintos temas de aprendizaje sin la necesidad de apoyo visual y trabajado netamente con un comando de voz, mientras que la para la parte presencial se contará con una oficina diseñada arquitectónicamente de manera íntegra para cubrir sus necesidades, en esta habrá un salón de clases, ocho cubículos de estudios y una sala de cómputo para las personas que en caso no cuenten con una computadora en casa, puedan hacer el uso de estas para sus clases virtuales. Con esta propuesta se tiene como objetivo principal el mejorar e innovar en la educación digital y presencial existente, para que sea realmente inclusiva y de calidad como merecen con el fin de obtener las oportunidades deseadas y que por muchos años vienen siendo dejadas o postergadas.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

Burgos, Rodelo y Jaramillo (2018), el objetivo de su investigación ha sido presentar estrategias de inclusión para que un niño con discapacidad visual pueda participar en la clase de Educación Física de la Institución Educativa Técnica María Inmaculada de Pital de Megua Atlántico-Colombia. Los resultados revelaron que el niño con discapacidad visual participó activamente en las clases, durante todo el proceso; y que los estudiantes tomaron conciencia de las barreras que la sociedad pone a este sector de la población para desenvolverse en igualdad de oportunidades. Este antecedente plantea la inclusión e integración de estudiantes con discapacidad visual a las clases escolares mediante la implementación de técnicas lúdicas y especiales que se adapten a sus necesidades.

Boulbaba, Cacheiro, Rodrigo y Lorenzo (2018), los objetivos de su investigación han sido identificar y valorar la accesibilidad tecnológica de los contenidos y la accesibilidad pedagógica del modelo de enseñanza a distancia junto a las grandes posibilidades que las TIC ofrecen para el colectivo de estudiantes con discapacidad visual de la UNED mediante el uso de variadas tecnologías de apoyo. Los resultados obtenidos permiten conocer la opinión de los estudiantes sobre la accesibilidad (tecnológica y pedagógica) del modelo de la UNED, el cual ha recibido una valoración positiva, especialmente de los estudiantes con problemas visuales. Este antecedente plantea dar a conocer la accesibilidad del modelo de educación a distancia, aprovechando las posibilidades que ofrecen las (TIC) para el caso concreto de los estudiantes con discapacidad visual.

Aquino, García e Izquierdo (2017), el objetivo de su investigación es identificar en qué ámbitos se deben centrar los esfuerzos para poder saber que reforzar y que finalmente las personas con discapacidad visual puedan avanzar con sus carreras. Los resultados se presentan a modo de análisis cruzado o contrastado de casos, y revelan el grado de visión como elemento

incidente en sus trayectorias, y la necesidad de apoyos en tres categorías: accesibilidad arquitectónica, tecnológicos y del personal, que se deben promover para mejorar la experiencia de los estudiantes. Este antecedente busca sentar los futuros proyectos que aborden las percepciones de los actores implicados en los procesos de la educación superior y también proveer evidencias empíricas que contribuyan al diseño de acciones e intervenciones, tanto en el ámbito institucional como en la investigación, para mejorar la calidad de la educación superior y de espacios de realización académica para las personas con discapacidad.

Párraga (2015), los objetivos de su proyecto fueron diagnosticar la realidad educativa de las personas con discapacidad visual y diseñar una guía de estrategias metodológicas para potenciar el aprendizaje de lectoescritura Braille. Los resultados determinan que existen dificultades en el aula para el trabajo de las personas con discapacidad visual, por tanto, la realización de estrategias activas para el desarrollo de la lectoescritura a personas con discapacidad visual debe ser realizada de forma técnica. Esta investigación evidencia que las personas con discapacidad visual deben participar en el desarrollo educativo y la convivencia con la sociedad y que el trabajo que la institución realice para el desarrollo de estrategias metodológicas activas para el aprendizaje de lectoescritura debe ser junto con la familia y estimulando a los estudiantes al cumplimiento de sus tareas.

Martínez (2019), el objetivo de su proyecto fue diseñar un Centro de Educación y de Integración para Invidentes, el cual se basará en una arquitectura sensorial, brindando espacios que podrán ser accesibles con elementos y diseños simples tanto en interiores como exteriores permitiéndoles desarrollarse de manera independiente. La conclusión de la investigación planteó el diseño de los espacios adecuándose a las normas del MINEDU, procediendo con la zonificación; el diagrama de relaciones funcionales, determinando accesos y flujos de circulación. Este antecedente plantea brindarle al estudiante con discapacidad visual la experiencia de poder desarrollarse independientemente desde el exterior hasta el interior del

lugar, mediante el uso de la Arquitectura sensorial pero enfocado a una arquitectura para invidentes.

4.2. Marco teórico

4.2.1 Plataforma Educativa

“Es una herramienta física, virtual o también una combinación de ambas, que brinda la capacidad de interacción con varios usuarios con fines pedagógicos. Además, estas contribuyen en la evolución de los procesos de enseñanza y aprendizaje, presentando alternativas o complementando a las prácticas de educación existentes.” (Chuc, L., May, I. y Martínez, H., 2016)

4.2.2 Discapacidad Visual

Es una discapacidad sensorial que afecta directamente la percepción de imágenes en forma total o parcial, ya sea por algún daño ocasionado en los ojos o en la parte del sistema nervioso de este. El Ministerio de Educación lo define como “la dificultad de algunas personas que presentan una disminución o pérdida de las funciones visuales, significando un obstáculo para participar en actividades de la vida cotidiana debido a las barreras presentes en el entorno en el que se desarrolla la persona.” (MINEDU, 2021)

4.2.2.1 Clasificación de la discapacidad visual

Según la Guía para la atención de estudiantes con discapacidad visual (MINEDU, 2021), se establece en cuatro niveles:

- **Ceguera Total:** Son aquellos que carecen totalmente de visión.
- **Ceguera Parcial:** Son aquellos que tienen percepción luz, bultos, a veces colores, útiles para la orientación y movilidad, sin embargo, la visión de cerca es insuficiente.
- **Deficiencia Visual Severa:** Son aquellos que mantienen un resto visual que les permite ver objetos, pero con ayudas ópticas como lentes o lupas.

- Deficiencia Visual Moderada o Débiles Visuales: Son aquellos cuyo resto visual les permite usar papel y lápiz para la comunicación escrita.

4.2.2.2 Discapacidad Visual en el Perú

En el Perú, la población con discapacidad según el Censo de 2017: XII de Población y VII de Vivienda revelan que existen 3 millones 51 mil 612 personas que padecen de alguna discapacidad y representan el 10,4% del total de la población del país. Del total de población que presenta alguna discapacidad, el 81,5% (2 millones 487 mil 690) tienen una sola discapacidad y el 18,5% (563 mil 922) dos o más discapacidades.

De acuerdo con el tipo de discapacidad, el 48,3% (1 millón 473 mil 583) presenta dificultad para ver, convirtiéndose así en la discapacidad que afecta más a las personas tanto en hombres como en mujeres.

Según departamentos, del total de población censada con alguna discapacidad, la dificultad para ver afecta en la provincia de Lima a un 53,7% (564 252), convirtiéndose así en el departamento con mayor concentración de las personas con esta discapacidad.

4.2.2.3 Educación para personas con Discapacidad Visual

Los alumnos con discapacidad visual también tienen necesidades educativas, pero debido a su impedimento para acceder a la información a través del sentido de la vista, esta población con discapacidad visual debe de profundizar, descubrir y construir el mundo por medio de otras sensaciones como el tacto, la audición, el olfato y el gusto; para desarrollar sus potencialidades y capacidades. “En el ámbito educativo, la inclusión de las personas con discapacidad tiene especial importancia para hacer realidad la integración social de cualquier país, donde el nivel superior juega un papel significativo para lograrlo” (Aquino, García e Izquierdo, 2012).

4.2.3 Arquitectura Sensorial para personas con Discapacidad Visual

“Lo que busca una arquitectura sensorial es involucrar todos los sentidos, la vista, el tacto, el olfato, el oído y hasta el gusto, de esa forma generan distintas sensaciones y experiencias según lo que percibe cada usuario.” (Martínez, 2019)

Los discapacitados visuales aprenden a desarrollar los sentidos en los que tienen posibilidad de uso, de esta forma pueden orientarse, movilizarse, reconocer objetos, entre otras actividades. Asimismo, los débiles visuales también pueden identificar la luz, por lo que, con un correcto uso de la iluminación y de color les sirve para poder orientarse mejor.

"La gran arquitectura para ciegos y deficientes visuales es como cualquier otra gran arquitectura, pero mejor: se ve y funciona de la misma forma, al tiempo que ofrece una participación más rica y mejor para todos los sentidos. Con este entendimiento ampliado, ofrezco el potencial para mejorar la experiencia en los entornos que sirven a una mayor proporción de personas con discapacidad visual" (Chris Downey, 2011)

5. Beneficiarios

De acuerdo con la investigación tenemos como arquetipo principal a Kevin Pérez, un joven de 17 años con discapacidad visual. Con la investigación realizada, concluimos que es una persona que vive junto a su familia que está conformada por su mamá y su hermana mayor, las cuales siempre han sido su apoyo y quienes lo cuidan, orientan y apoyan en las etapas de su vida. Kevin ha asistido a una escuela de Educación Básica Especial hasta cuando aprendió a leer en Braille y desenvolverse con su discapacidad, posterior a esta experiencia pasó a un colegio de Educación Básica Regular continuando con sus estudios escolares. En los años anteriores de educación presencial le ha sido muy difícil el poder adaptarse adecuadamente, ya que en algunas ocasiones ha sufrido de bullying por parte de sus compañeros y le costó demasiado avanzar al mismo ritmo que los demás, puesto que los materiales para las clases no han sido los adecuados para él. Y con la pandemia que actualmente atravesamos, pues ha tenido

que poner en pausa sus sueños de estudiar en un nivel superior, ya que su último año de estudios fue muy complicado pasarlo de manera óptima porque no se había podido adaptar a la educación virtual, ya que en casa solo contaban con una computadora y su hermana tenía que ayudarlo en todo momento, sintiendo así que perdió la autonomía que tanto le había costado obtener tiempo atrás.

Él es una persona a la cual le gusta mucho escuchar música, cantar rock y tocar la guitarra, eso ha conllevado a que desarrolle sus otros sentidos de una manera superior, por eso ha pensado en seguir de manera profesional alguna carrera que tenga que centrarse en la parte auditiva. A él le molesta mucho el no haber tenido y no tener las mismas oportunidades educativas que las demás personas y sobre todo que no haya formaciones educativas exclusivas para personas con discapacidad visual. Kevin necesita que se les considere también en esta etapa de educación digital, que se adapten las clases en los distintos niveles para que ellos puedan seguir aprendiendo como todos lo hacen y también hace un llamado a que el gobierno los apoye, ya que son un grupo muy grande de personas, aproximadamente son 1473583 de personas con discapacidad visual en el Perú y que desde antes se sienten olvidados y desean que eso cambie, ya que buscan la inclusión tanto en la educación, lo laboral y en la sociedad.

(Ver Anexo 1 y 2)

6. Propuesta de Valor

6.1. Propuesta de valor

La propuesta de valor se basa en la educación inclusiva de calidad, promoviendo y brindando distintas oportunidades a las personas con discapacidad visual para que ellas puedan seguir formándose en lo educativo y desarrollándose en lo laboral y personal. La investigación, reveló que muchas de las personas que sufren de esta discapacidad, se sienten estancadas en distintos ámbitos de sus vidas, al no contar con los suficientes medios para poder seguir aprendiendo y progresando en los diversos ámbitos de su vida.

(Ver Anexo 3)

6.2. Segmento de clientes

- Personas con discapacidad visual que deseen aprender y reforzar conocimientos para mejorar su independencia.
- Familias que quieran dar un mejor futuro a sus miembros con habilidades especiales.
- Profesores que busquen estar certificados para demostrar su preparación en el manejo de alumnos
- Empresas y/o corporaciones que tienen demuestran responsabilidad social. (Nestlé, Gloria, BCP, Alicorp, Grupo Romero)
- Marcas relacionadas a una ocupación o hobbies que deseen publicitar bajo el formato de Webinar (finanzas personales, manualidades, tejido, etc.).

6.3. Canales

6.3.1 Canales de distribución:

- Plataforma web del tipo responsive en la cual se impartirán los cursos
- Local físico

6.3.2 Canales de comunicación:

- Por medio de redes sociales: Instagram, Facebook, Twitter
- Anuncios en: YouTube, TikTok, Facebook
- Periódicos

6.4. Relación con los clientes

- Se procurará mantener una buena comunicación a través de las redes sociales, de manera constante, directa, libre y que promueva el intercambio de ideas.

- Se crearán campañas de publicidad y contenido de valor que realmente conecte con el target.
- Se brindará un servicio de soporte al cliente mediante un botón de WhatsApp dentro de la plataforma, para responder cualquier duda o inconveniente que pueda surgir.

6.5. Actividades clave

- Elaboración de cursos
- Contactos comerciales
- Búsqueda de aliados
- Mantenimientos y mejoras constantes de la web y local físico

6.6. Recursos clave

La fuente de recurso principal para este proyecto será el grupo humano, el cual estará conformado por profesionales como diseñadores gráficos, docentes calificados, programadores de aplicaciones, programadores web, diseñadores y arquitectos de interiores que lleven a cabo el desarrollo de:

- UX/UI
- Servidores
- Plataforma
- Local

6.7. Aliados clave

- Patrocinadores (Marcas involucradas con labor social).
- Docentes capacitados en educación inclusiva contratados por proyecto según experiencia previa.

- Organizaciones dentro del estado afines con el tema (MINEDU, CONADIS, MIMP)

6.8. Fuentes de ingresos

6.8.1 B2C

- Cursos virtuales pregrabados:

Se le pagará un 15% de las ventas a los profesores y la ganancia del equipo será del 85%.

- Cursos presenciales en vivo:

Se le pagará 50 por hora dictada al profesor y lo demás será ganancia del equipo del proyecto.

- E-commerce de productos para invidentes:

Se ganará una comisión por producto vendido.

6.8.2 B2B

- Becas ofrecidas por empresas:

- Cursos presenciales: Se le pagará 50 soles por hora dictada al profesor y lo demás será ganancia para el equipo del proyecto.
- Cursos pregrabados: Se le pagará un 15% de las ventas a los profesores y se ganará el 85% para el equipo del proyecto.

(Ver Anexo 4)

6.9. Presupuestos

Los costos principales serán el contrato de los recursos humanos para la creación y mantenimiento de la plataforma y local físico. También parte de los costos será la producción audiovisual de los cursos pregrabados y la renta del local físico. Además del pago a los profesores y los servidores (hosting y dominio) para el buen funcionamiento de la plataforma web.

(Ver Anexo 5)

7. Resultados

El primer paso para la implementación del proyecto fue la creación de la marca. Se buscó un nombre que sea fácil de recordar y pronunciar, a la vez divertido y que tenga algún significado importante en relación hacia el público. Es así como nace ABZU, que viene a ser el mar u océano, que es el lugar donde según mitología mesopotámica es donde los Dioses crean a las personas y en especial a las personas con discapacidad. El siguiente paso fue la realización del branding de la marca, por el que se optó por usar un imagotipo de la vectorización de la letra.

(Ver Figura 1. Imagotipo de marca)

A junto a unas ondas y la palabra Abzu, el cual también va a ser posible usarla por separado como logotipo e isotipo. Para la parte tipográfica, es con formas ovaladas simulando a las olas del océano y el vector de la letra es A como si fuera un barco navegando, el cuál simula al público como la parte más importante.

(Ver Figura 2 y 3. Isotipo y Logotipo de marca)

Para los colores de la marca, se usó una paleta de azules, verdes y grises que se enfocan a colores fríos como el mar, pero a la vez se asocia a la calma y serenidad como es el público al que nos dirigimos.

(Ver Figura 4. Personaje de marca)

Para el MVP se creó una plataforma educativa basada en dos puntos:

- Plataforma web de educación virtual: Brinda cursos digitales y cursos presenciales, adaptadas para personas con discapacidad visual y así puedan seguir con su formación educativa y por tanto en su vida profesional y laboral, hasta impulsarlos a crear sus

emprendimientos y ellos recuperen la autonomía que han ido perdiendo con el paso del tiempo.

(Ver Figura 5. BluePrint)

Los cursos están adaptados para entenderse al 100% sin necesidad de la visión, ya que los usuarios se comunicarán con un Bot llamado Luis mediante un comando de voz, así ellos podrán navegar por la plataforma con los cursos a llevar, los cuales al ser culminados tienen la opción de crear y mejorar su currículum vitae, el cual será colgado en una bolsa de trabajo, teniendo sí las facilidades para la inserción en la vida laboral y por tanto obtener la autonomía buscada. Los cursos por dictarse se dividen en tres pilares importantes, los cuales son:

- Ocupacionales: Son cursos donde se enseñan las herramientas sobre cómo desarrollarse en algún empleo o emprendimiento que vayan a realizar.
- Habilidades blandas: Son cursos que cuentan con la compilación de valores, habilidades sociales y competencias interpersonales que permiten a los individuos a comunicarse de manera efectiva con los demás.
- Sociomotrices: Son cursos que están dirigidos a controlar y conocer mejor su propio cuerpo con respecto a sus demás sentidos y también a aumentar su capacidad de interacción con el entorno, para favorecer su desarrollo integral a través de las habilidades motrices y destrezas a nivel intelectual, emocional y social.

(Ver Figura 6. Plataforma Web)

- Plataforma de educación presencial: Se plantea que la sede presencial estará en las oficinas de la marca, la cual está arquitectónicamente diseñada de manera íntegra para personas con discapacidad visual e incluso hacia otras discapacidades. Siendo este un

lugar que cumple con los requisitos mínimos basados en el Reglamento Nacional de Edificaciones del Perú. Esta es una oficina inteligente, ya que cuenta con un sistema de automatización llamado inmiótica, el cual permite que los espacios se adapten a las necesidades de los usuarios mejorando su confort y productividad, al tiempo que se benefician de una mayor seguridad y eficiencia energética (Rangel, 2019), utilizando las nuevas tecnologías que estarán acompañadas de la mano de los asistentes virtuales, ya que con estos se puede controlar todos los dispositivos instalados en cada espacio con simples comandos de voz a través de Google Home Mini o Alexa de Amazon. La oficina cuenta con un área de 176 m², los cuales cuentan con 10 espacios interiores, los cuales están divididos en:

- Ingreso: el paso del exterior al interior de un espacio.
- Recepción: es el espacio contiguo al ingreso y por el cual los usuarios deben pasar.
- Sala de espera: espacio donde las personas se sientan o permanecen de pie hasta que el hecho que está esperando ocurre.
- Cubículos de estudio: son espacios para la realización de tareas y diversos trabajos.
- Salón de clases presenciales: es el espacio donde se desarrolla el proceso de enseñanza y aprendizaje formal.
- Sala de cómputo: Son un conjunto de ordenadores situados en un espacio a la libre disposición de los estudiantes.
- Espacios de relajación: Lugares para poder compartir distintos momentos entre las personas.
- Baños de hombres y mujeres: Espacios privados para la higiene de los usuarios

- Baño para silla de ruedas: Espacio privado diseñado para la higiene y exclusivamente para las personas con esta condición.
- Almacén: Espacio físico destinado para el almacenaje de distintos bienes.

(Ver Figura 8. Renders)

Luego de experimentar y aprender sobre cada punto de la propuesta de valor y pruebas de validación del prototipo, decidimos que las próximas acciones sería trabajar el marketing de la marca a través de las cuentas de redes sociales, en específico de Instagram y Facebook. A su vez también lanzar distintas campañas de anuncios y publicidad en las redes sociales, para que pueda tener el alcance deseado con el mercado y público objetivo.

8. Conclusiones

Desde la investigación realizada pudimos darnos cuenta de que actualmente las personas con discapacidad visual suelen abandonar sus estudios debido a que no tienen accesibilidad a una educación física y virtual adaptada a sus necesidades, lo cual se ha hecho más notorio debido a la pandemia. Por lo cual, gracias a las validaciones y preguntas de investigación, concluimos que efectivamente sí se han cumplido los objetivos planteados en el reto de innovación, las cuales están plasmadas en los siguientes puntos:

- Por medio de los resultados de las encuestas, obtuvimos que el 71.7% de personas encuestadas, conoce o tiene algún familiar con discapacidad visual y considera a base de su experiencia que en la actualidad en el país no hay suficiente inversión y enfoque en la educación para personas con discapacidad visual y por tanto se complique la continuación de su formación educativa. Y que también como dato importante, un 73.6% de personas encuestadas considera que la educación en el Perú no es inclusiva con las personas que tienen alguna discapacidad.

- Realizamos un taller generativo con la participación de familiares de personas con discapacidad, docentes de Educación Básica Regular y Educación Básica Especial, en el cual se evidenció la falta de acceso a educación virtual por parte de este grupo, ya que en el contexto actual que se atraviesa, ellos deben ingresar a las plataformas de educación virtual con un apoyo constante y supervisión de algún tercero, lo cual los afecta emocionalmente al no sentirse aptos para valerse por sí mismos.

Mientras que, en años anteriores, cuando la educación era presencial, notaban que muchos de ellos abandonaron los estudios por temas de falta de tiempo en la familia, el bullying que recibían por parte de los demás escolares, el no tener los materiales necesarios y adecuados para ellos y por temas económicos.

- A través de las entrevistas, pudimos evidenciar el deseo de las personas con discapacidad visual por seguir formándose académicamente. En estas se nos sugirió que sea una propuesta virtual y presencial personalizada para ellos, ya que era una falta latente en el tiempo y aún más por esta pandemia, también nos dimos cuenta de que debemos enfocarnos en sus necesidades para que la propuesta sea realmente diseñada para ellos. Y, por último, desde estas entrevistas surgió la idea de agregar algunas funcionalidades extra como un E-commerce para invidentes, ya que sería más factible poder encontrar todo en un solo lugar.
- Por último, realizamos una validación mediante una dinámica virtual, en la cual invitamos a diferentes personas, dentro de ellas familiares y conocidos de personas con discapacidad incluídas las visuales, público en general a taparse los ojos con una venda y nosotros hacer como si fuésemos Luis (el Bot) y así puedan “navegar” por la plataforma. También lo realizó una persona con discapacidad visual y participó con un poco de temor, ya que, en sí, se está tocando un tema muy sensible y que a nivel personal y emocional desearía que se implemente, por ello tuvimos mucho cuidado en el llevado de este proceso. Fueron aproximadamente 20 personas en total, recibiendo después de

completar la experiencia virtual, comentarios y feedbacks positivos de la idea de negocio que se plantea y nos mostraron el agrado de esta, ya que estamos tomando muy en cuenta un público al que se les suele tener olvidados.

9. Bibliografía

- CEPAL-UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) (2020). La educación en tiempos de la pandemia de COVID-19 [en línea] https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45904/1/S2000510_es.pdf
- UNICEF (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia) (2020). *COVID-19 y educación primaria y secundaria: repercusiones de la crisis e implicaciones de política pública para América Latina y el Caribe*. [en línea] <https://www.unicef.org/lac/media/16851/file/CD19-PDS-Number19-UNICEF-Educacion-ES.pdf>
- INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática) (2013) *En el Perú 1 millón 575 mil personas presentan algún tipo de discapacidad*. [en línea] [https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-el-peru-1-millon-575-mil-personas-presentan-
alg/#:~:text=El%20Instituto%20Nacional%20de%20Estad%C3%ADstica%20e%20Inform%C3%A1tica%20inform%C3%B3%20que%20801,8%25%20en%20el%20C3%A1rea%20rural.](https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-el-peru-1-millon-575-mil-personas-presentan-alg/#:~:text=El%20Instituto%20Nacional%20de%20Estad%C3%ADstica%20e%20Inform%C3%A1tica%20inform%C3%B3%20que%20801,8%25%20en%20el%20C3%A1rea%20rural.)
- INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática) (2019) *Capítulo II: Características Sociales de la población censada*. [en línea] https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/cap02.pdf
- Martínez, G. (2019). *Centro de educación y de integración para invidentes y deficientes visuales*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú. <https://doi.org/10.19083/tesis/625824>
- Chuc, L., May, I. y Martínez, H. (2016). *Evolución de una plataforma educativa como herramienta de evaluación y formación de ingenieros*. Revista ANFEI Digital. Recuperado de: <https://anfei.mx/revista/index.php/revista/article/view/136/497>
- MINEDU (Ministerio de Educación del Perú) (2021). *Guía para la atención de estudiantes con discapacidad visual*. [en línea] <http://www.minedu.gob.pe/minedu/archivos/a/002/05-bibliografia-para-ebe/4-guia-para-la-atencion-de-estudiantes-con-discapacidad-visual.pdf>

- Burgos, F., Rodelo, R. y Jaramillo, M. (2019). *Inclusión escolar: un estudio de casos de niños con discapacidad visual*. (Proyecto de Investigación) Revista Electrónica Actividad Física y Ciencias Año 2019, vol. 11, N°2. Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Recuperado de:
<http://revistas.upel.edu.ve/index.php/actividadfisicayciencias/article/view/8882/5428>
- Boulbaba, O., Cacheiro M., Rodrigo C. y Lorenzo V. (2018). *Accesibilidad del Modelo de Educación a Distancia para Estudiantes con Discapacidad Visual*. (Proyecto de Investigación) Revista Nacional e Internacional de Educación Inclusiva ISSN: 1889-4208.; e-ISSN 1989-4643. Volumen 11, Número 1, junio 2018. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6542207>
- Aquino, García, Izquierdo (2017) *La inclusión educativa de ciegos y baja visión en el nivel superior. Un estudio de caso* (Proyecto de Investigación) Sinéctica versión On-line ISSN 2007-7033 versión impresa ISSN 1665-109X Sinéctica No.39 Recuperado de:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-109X2012000200007
- Párraga, R. (2015). *Realidad de las personas con discapacidad visual y escolaridad inconclusa en “san pablo” de manta y propuesta de guía de estrategias metodológicas para potenciar el aprendizaje de lectoescritura*. (Tesis Maestría). Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador. Recuperado de:
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10032/1/UPS-GT000857.pdf>
- Martínez, G. (2019). *Centro de Educación y de Integración para Invidentes y Deficientes Visuales* (Tesis de licenciatura). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado de:
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/625824>
- Olortegui, R. y Méndez, A. (2020). *Desarrollo de mejoras para el sistema Inmótico de luminarias y sistemas de control de los sótanos, laboratorios y aulas en la Universidad Tecnológica del Perú de su campus Lima centro* (Trabajo de investigación para grado de Bachiller). Universidad Tecnológica del Perú. Recuperado de:
<https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3342/Rangel%20Olortigue%20Anibal%20Mendez%20Trabajo%20de%20Investigacion%20Bachiller%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

10. Anexos

Anexo 1- Arquetipo

KEVIN PÉREZ

17

👁️

👆

Vivo con mamá y mi hermana mayor en un departamento en el distrito de Lince. Antes de la pandemia, asistía al colegio, pero tuve que dejarlo porque no pude adaptarme a la era tecnológica, ya que fue de un momento a otro. Aunque espero poder retomarlo pronto.

Me encanta escuchar música, especialmente el rock porque puede sentir más las vibraciones del sonido.

Quiero ser una persona que tenga un estudio superior, porque deseo ser alguien reconocido y con éxito en lo que haga.

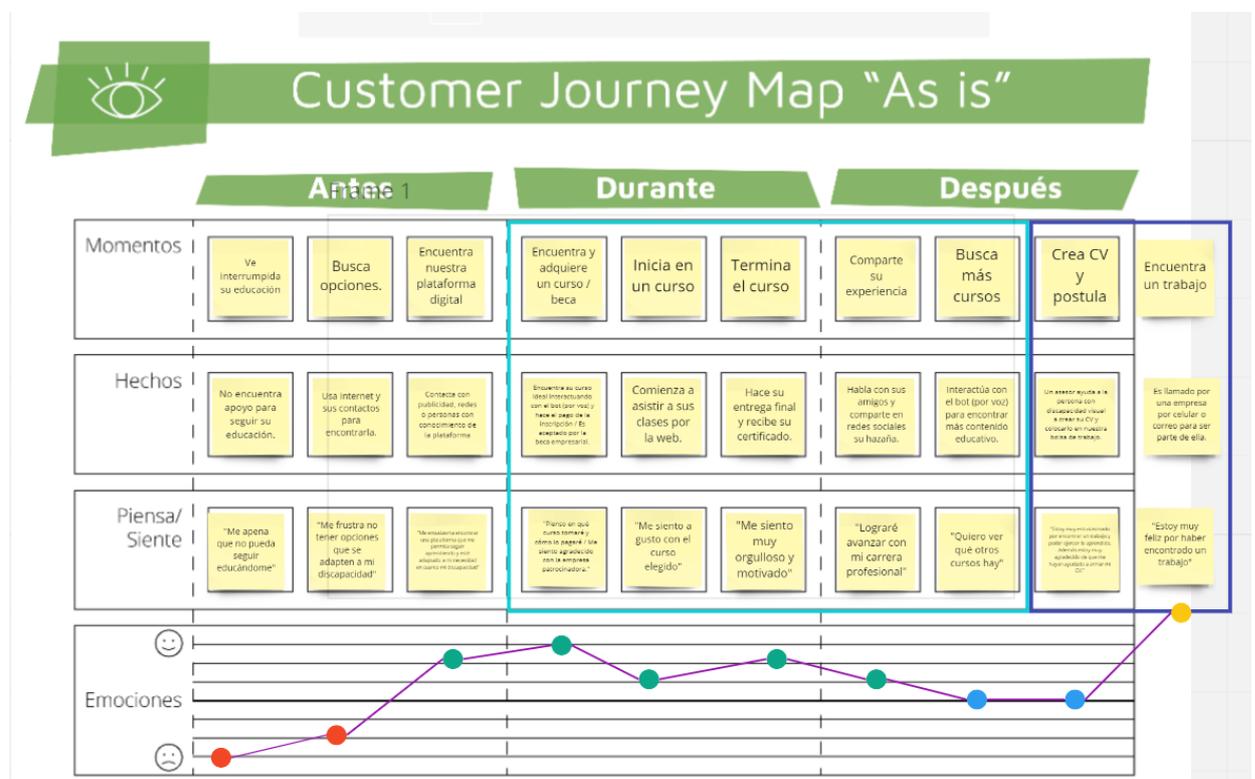
Si bien no me he adaptado del todo a la era tecnológica, si uso algunos aparatos electrónicos como el celular. Mi hermana me ha ayudado a bajar una app que me ayuda a usarlo a través de comandos de voz. Con eso me distraigo y siempre uso Facebook, Tiktak, Instagram y Spolify.

Lo que me molesta es no tener las mismas oportunidades educativas que las demás personas, que no haya formaciones educativas exclusivas para PCD Visual como yo. Me frustra haber dejado mis estudios por no tener acceso a las herramientas digitales necesarias para seguir aprendiendo, porque mi familia no puede ayudarme siempre y no quiero depender de ellos todo el tiempo.

Lo que necesito es que se considere también esta educación digital a las PCD Visual, que la adapten para poder seguir aprendiendo como todos lo vienen haciendo. También que el gobierno apoye a las PCD en general, ya que desde antes nos sentimos olvidados y queremos que eso cambie, necesitamos inclusión en la educación y en la sociedad.

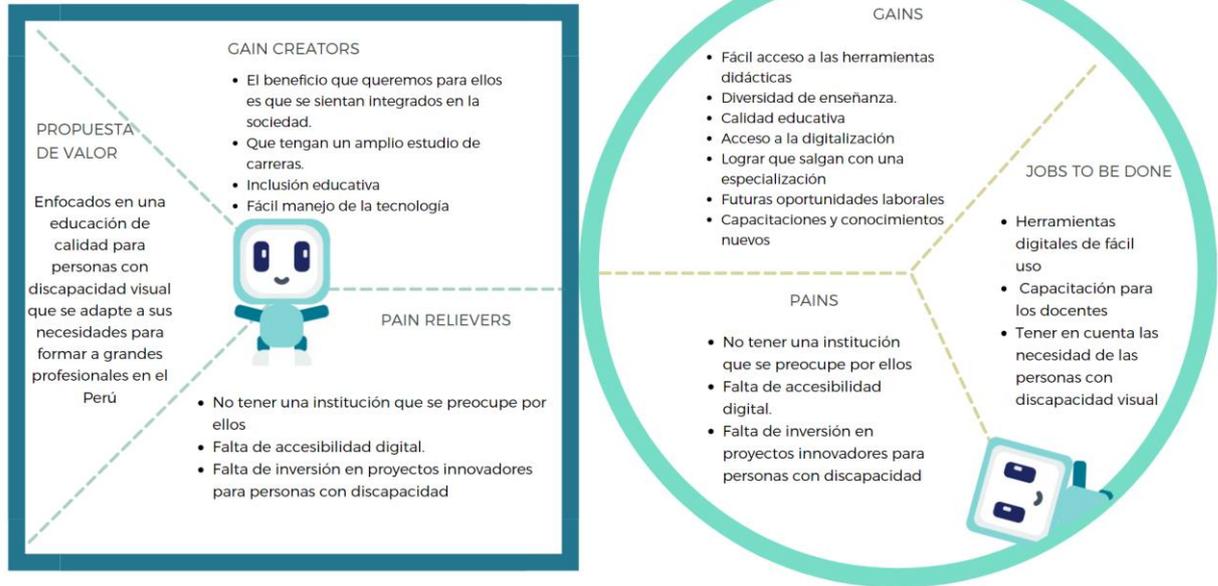



Anexo 2 - Customer Journey Map

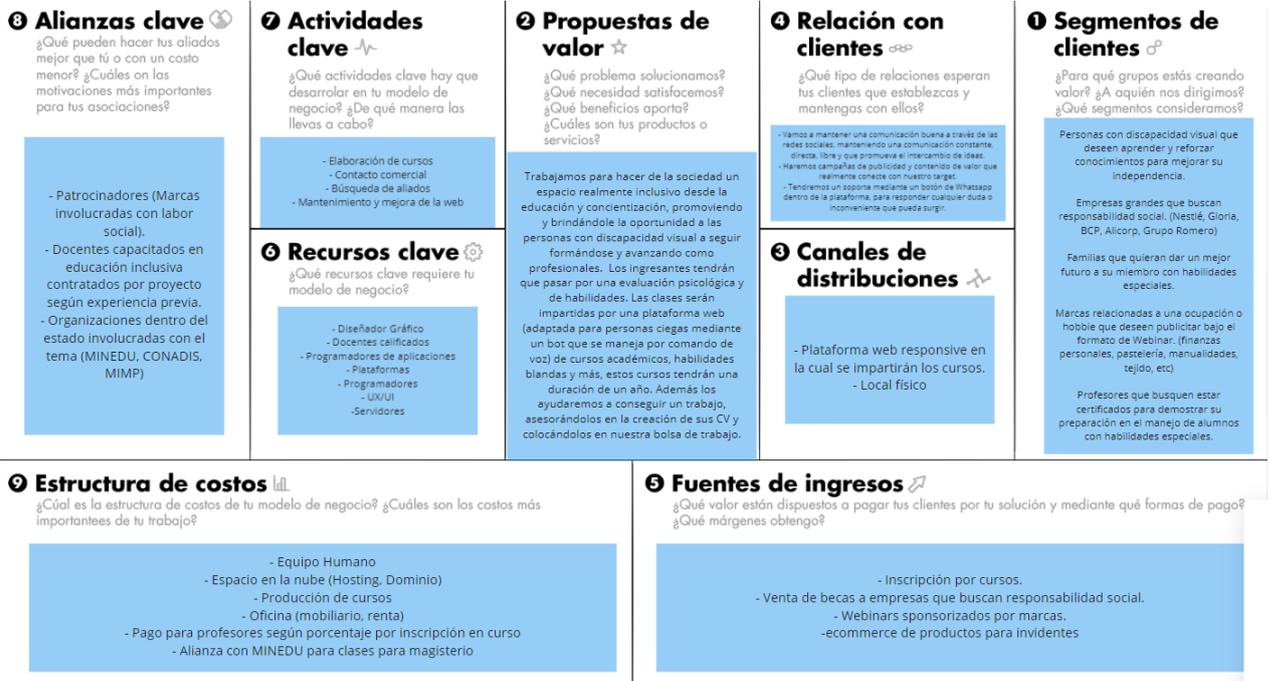


Anexo 3 - Propuesta de Valor

PROPUESTA DE VALOR



Anexo 4 - Business Model Canvas



Anexo 5 - Cuadro de Presupuestos

VENTAS

RESULTADOS PRIMER SEMESTRE										
	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo	
Ventas	S/.	26,560	S/.	28,350	S/.	36,140	S/.	43,430	S/.	55,020
Costos Fijos	S/.	29,850	S/.	29,850	S/.	29,850	S/.	29,850	S/.	29,850
Costos Variables	S/.	20,384	S/.	20,574	S/.	20,764	S/.	21,554	S/.	21,294
Utilidad	S/.	-23,674	S/.	-22,074	S/.	-14,474	S/.	-7,974	S/.	3,876
Margen		-89%		-78%		-40%		-18%		7%

RESULTADOS SEGUNDO SEMESTRE														
	Junio		Julio		Agosto		Setiembre		Octubre		Noviembre		Diciembre	
Ventas	S/.	63,510	S/.	74,800	S/.	93,090	S/.	96,280	S/.	99,470	S/.	102,660	S/.	105,850
Costos Fijos	S/.	29,850												
Costos Variables	S/.	22,084	S/.	23,074	S/.	23,864	S/.	24,054	S/.	24,244	S/.	24,434	S/.	24,624
Utilidad	S/.	11,576	S/.	21,876	S/.	39,376	S/.	42,376	S/.	45,376	S/.	48,376	S/.	51,376
Margen		18%		29%		42%		44%		46%		47%		49%

Mercado B2C												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Cursos Virtuales	7,200	8,800	10,400	12,000	20,400	24,700	29,400	34,500	37,500	40,500	43,500	46,500
Cantidad de Alumnos inscritos por curso	8	8	8	8	12	13	14	15	15	15	15	15
Cantidad de Cursos virtuales	9	11	13	15	17	19	21	23	25	27	29	31
Precio por curso	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Cursos Presenciales	9,600	9,600	9,600	9,600	9,600	9,600	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000
Cantidad de Alumnos inscritos por curso	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
Cantidad de Cursos Presenciales	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5
Precio por curso	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Mercado e-commerce	5,260	5,450	5,640	5,830	6,020	6,210	6,400	6,590	6,780	6,970	7,160	7,350
REIZEN lupa de bolsillo	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
Precio unitario	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
EZ magnibar	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Precio unitario	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Bastón plegable de 5 secciones	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Precio unitario	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130
Altavoz inteligente Amazon	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Precio unitario	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Cursos Profesores	3,000	3,000	3,000	7,000	4,000	8,000	8,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
Nro de Cursos	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2
Precio unitario	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Cantidad de Alumnos inscritos por curso	15	15	15	35	20	20	20	30	30	30	30	30

Mercado B2B												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Cursos Virtuales	0	0	6,000	6,000	12,000	12,000	12,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
Cantidad de Alumnos inscritos por curso			60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Cantidad de Cursos virtuales			2	2	2	2	2	3	3	3	3	3
Cantidad de empresas en alianza			1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
Precio por curso			50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Publicidad	1,500	1,500	1,500	3,000	3,000	3,000	3,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Cantidad de servicios vendidos	1	1	1	2	2	2	2	4	4	4	4	4
Precio unitario	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500

VENTAS B2C + B2B

INGRESOS TOTALES	26,560	28,350	36,140	43,430	55,020	63,510	74,800	93,090	96,280	99,470	102,660	105,850
------------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	---------	---------

SUELDOS

Gerente General - Giovanna Navarro	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldo (mensual)	S/. 4.500,00											
Total (Sueldo + Gratificación + CTS Anual)	S/. 5.625,00											
Total Mes	S/. 5.625,00											
Jefe del Área de diseño - Giovanna Moy	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldo (mensual)	S/. 4.000,00											
Total (Sueldo + Gratificación + CTS Anual)	S/. 5.000,00											
Total Mes	S/. 5.000,00											
Gerente de Tecnología - Franco Lulli	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldo (mensual)	S/. 4.000,00											
Total (Sueldo + Gratificación + CTS Anual)	S/. 5.000,00											
Total Mes	S/. 5.000,00											
Gerente de Marketing - Enrique Meza	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Numero de Personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldo (Mensual)	S/. 4.000,00											
Total (Sueldo + Gratificación + CTS Anual)	S/. 5.000,00											
Total Mes	S/. 5.000,00											
TOTAL SALARIOS GERENCIA	S/. 20.625,00											

ALQUILER

Gastos de Alquiler	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Alquiler mensual	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
Locales necesarios	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Total Alquiler	4.000,00											

Publicado hace 27 días | 10 visualizaciones

Oficina · 176m² · 1 Estacionamiento

Hacienda Urbana 1076, Jesús María, Lima

176 m² Total · 16 m² Techado · 3 Baños · 1 Estacionamiento · 20 Antigüedad

Casa Para Oficina Administrativa

Se alquila hermosa casa, muy bien ubicada, para oficinas administrativas, zonificación C2, a una cuadra del mercado principal de Jesús María, cerca a Bancos, Supermercados, Centros Comerciales, Restaurantes, etc.
Casa de dos pisos, con rejas, en el primer nivel cuenta con un área amplia, cocina con muebles bajos, un baño completo, una oficina, patio, ingreso principal y puerta falsa, un estacionamiento interno, en el segundo nivel un área amplia de distribución, oficina principal amplia con baño completo, dos oficinas y un baño completo adicional, cuenta con una azotea

Alquiler
S/ 4,000

Mensaje Solicitar visita

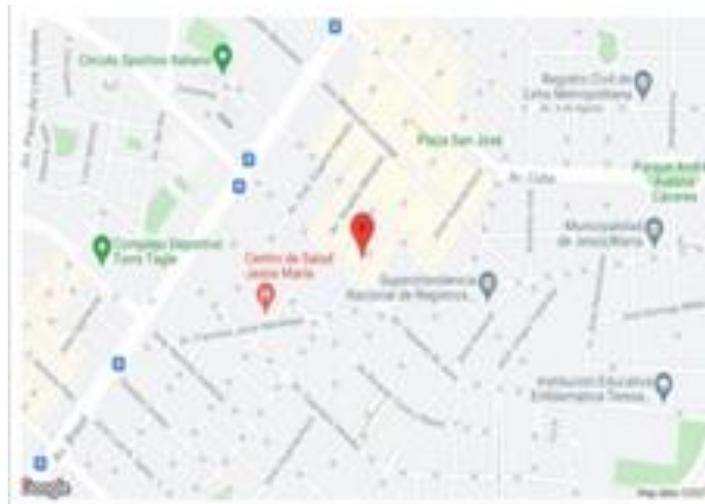
Envíame un mensaje

Nombre:

Apellido:

Correo:

Nota: no tenemos esta inmueble que el no coincide y quiero que me contacten Gracias



COSTOS

Ítem \ Año	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Luz												
Facturacion de luz al año	S/400,00											
Agua												
Facturacion de agua al año	S/200,00											
Telefono e Internet												
Costo	S/600,00											
Gasto servicios basicos	S/1.200,00											

OTROS COSTOS MENSUALES - Ejemplo: Materiales

Producción Clases	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
Publicidad	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
LICENCIAS DE ADOBE	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
LICENCIA DE OFFICE	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
LICENCIA DE NOD 32	544	544	544	544	544	544	544	544	544	544	544	544
MANTENIMIENTO	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
KIT DE LIMPIEZA	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Costo de profesores	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Comisión de tutores especializados	450	450	450	1.050	600	1.200	1.200	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800

Costo de inventarios

REIZEN lupa de bolsillo	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
Costo unitario	70	S/70,00										
EZ magnibar	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Costo unitario	120	S/120,00										
Bastón plegable de 5 secciones	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Costo unitario	130	S/130,00										
Altavoz inteligente Amazon	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Costo unitario	250	S/250,00										

Gasto servicios basicos	S/19.784,00	S/19.974,00	S/20.164,00	S/20.954,00	S/20.694,00	S/21.484,00	S/22.474,00	S/23.264,00	S/23.454,00	S/23.644,00	S/23.834,00	S/24.024,00
--------------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

CONTENIDO DE CURSOS

VENTAS DIRECTAS Y PERSUASIÓN

ACERCA DEL CURSO

En este curso de ventas directas aprenderás a usar la metodología Inbound en el proceso de ventas; es decir, conocerás los fundamentos que transforman el concepto de venta en algo más humano que comercial. De esta forma sabrás cómo vender generando una experiencia personalizada y así crear vínculos más duraderos con tus clientes.

INFORMACIÓN DEL CURSO

- DURACIÓN: 3h 30m
- NIVEL INTRODUCTORIO
- APRENDIZAJE ONLINE
- APRENDIZAJE ESPECIALIZADO
- CERTIFICADO AL TERMINAR

TEMARIO DEL CURSO 6 Módulos — 52 Clases — 3h 13m de duración total

1	INTRODUCCIÓN - 4 CLASES - 1h 10m	1	FUNDAMENTOS DEL EMBUDO - 7 CLASES - 2h 10m
1.1 ANTES DE COMENZAR	7m	1.1 EL CÍRCULO DE LOS NEGOCIOS	7m
1.2 TU PROYECTO EN EL CENTRO	7m	1.2 PROPÓSITO DE LA METODOLOGÍA INBOUND	7m
1.3 PROYECTO FINAL	7m	1.3 DESARROLLANDO TU ESTILO INBOUND EN VENTAS	7m
1.4 BREAR Y LLEVAR A CABO VENTAS EN VENTAS	7m	1.4 ENTRENAMIENTO EN TU NEGOCIO	7m
1.5 SOCIAL MEDIA Y CROSSLINKING	7m	1.5 METODOLOGÍA	7m
2	TIPO DE VENTAS Y NEGOCIANDO - 6 CLASES - 1h 10m	2	FLUJO IDEAL - 3 CLASES - 30 MIN
2.1 LOS TRES TIPOS DE NEGOCIOS Y NEGOCIOS	7m	2.1 EL CÍRCULO DE LOS NEGOCIOS	7m
2.2 LOS TRES PRINCIPALES NEGOCIOS	7m	2.2 AVANZA: ¿CÓMO SE VE EN TU NEGOCIO?	7m
2.3 NEGOCIANDO EN NEGOCIOS	7m	2.3 METODOLOGÍA DEL EMBUDO	7m
2.4 COMO ACCIONAR EN NEGOCIOS EXISTENTES	7m	2.4 PUNTO DE FRICCIÓN Y TALLERES	7m
2.5 LA AUTOMATIZACIÓN EN VENTAS EN VENTAS	7m	2.5 AVANZA: ¿CÓMO SE VE EN TU NEGOCIO?	7m
3	INSTRUMENTOS Y ANÁLISIS - 10 CLASES - 1h 10m	3	MANOS A LOS PUNTOS - TERCERA CLASE - 1 HORA
3.1 COMO USAR EL CRM	7m	3.1 ANTES DE COMENZAR	30 MIN
3.2 COMO USAR LOS CRM	7m	3.2 PUNTO DE FRICCIÓN EN EL CENTRO	30 MIN
3.3 COMO USAR LOS CRM	7m	3.3 MANOS A LOS PUNTOS	30 MIN
3.4 COMO USAR LOS CRM	7m	3.4 APRENDIZAJE PUNTOS	30 MIN
3.5 COMO USAR LOS CRM	7m	3.5 PUNTOS PERFECCIONADOS	30 MIN
3.6 COMO USAR LOS CRM	7m	3.6 MANOS A LOS PUNTOS - CUARTA CLASE - 1 HORA	1 HORA
3.7 COMO USAR LOS CRM	7m	3.7 APRENDIZAJE PUNTOS COMPLETOS	30 MIN
3.8 COMO USAR LOS CRM	7m	3.8 PUNTOS PERFECCIONADOS	30 MIN
3.9 COMO USAR LOS CRM	7m	3.9 EMPRECIAMOS EL BOTO - QUINTA CLASE - 1 HORA	1 HORA
3.10 COMO USAR LOS CRM	7m	3.10 ESCUCHARSIN PRIMERA VEZ	1 HORA
3.11 COMO USAR LOS CRM	7m	3.11 EMPRECIAMOS EL BOTO - SEXTA CLASE - 1 HORA	1 HORA
3.12 COMO USAR LOS CRM	7m	3.12 AVANZANDO TU PRIMERA VEZ	1 HORA
3.13 COMO USAR LOS CRM	7m	3.13 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.14 COMO USAR LOS CRM	7m	3.14 AVANZA: ¿CÓMO SE VE EN TU NEGOCIO?	1 HORA
3.15 COMO USAR LOS CRM	7m	3.15 RESPUESTA POST VENTAS	1 HORA
3.16 COMO USAR LOS CRM	7m	3.16 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.17 COMO USAR LOS CRM	7m	3.17 ENSEÑANZA TU NEGOCIO - 14 ESTADÍSTICAS	1 HORA
3.18 COMO USAR LOS CRM	7m	3.18 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.19 COMO USAR LOS CRM	7m	3.19 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.20 COMO USAR LOS CRM	7m	3.20 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.21 COMO USAR LOS CRM	7m	3.21 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.22 COMO USAR LOS CRM	7m	3.22 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.23 COMO USAR LOS CRM	7m	3.23 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.24 COMO USAR LOS CRM	7m	3.24 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.25 COMO USAR LOS CRM	7m	3.25 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.26 COMO USAR LOS CRM	7m	3.26 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.27 COMO USAR LOS CRM	7m	3.27 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.28 COMO USAR LOS CRM	7m	3.28 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.29 COMO USAR LOS CRM	7m	3.29 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.30 COMO USAR LOS CRM	7m	3.30 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.31 COMO USAR LOS CRM	7m	3.31 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.32 COMO USAR LOS CRM	7m	3.32 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.33 COMO USAR LOS CRM	7m	3.33 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.34 COMO USAR LOS CRM	7m	3.34 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.35 COMO USAR LOS CRM	7m	3.35 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.36 COMO USAR LOS CRM	7m	3.36 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.37 COMO USAR LOS CRM	7m	3.37 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.38 COMO USAR LOS CRM	7m	3.38 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.39 COMO USAR LOS CRM	7m	3.39 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.40 COMO USAR LOS CRM	7m	3.40 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.41 COMO USAR LOS CRM	7m	3.41 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.42 COMO USAR LOS CRM	7m	3.42 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.43 COMO USAR LOS CRM	7m	3.43 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.44 COMO USAR LOS CRM	7m	3.44 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.45 COMO USAR LOS CRM	7m	3.45 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.46 COMO USAR LOS CRM	7m	3.46 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.47 COMO USAR LOS CRM	7m	3.47 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.48 COMO USAR LOS CRM	7m	3.48 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.49 COMO USAR LOS CRM	7m	3.49 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.50 COMO USAR LOS CRM	7m	3.50 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.51 COMO USAR LOS CRM	7m	3.51 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.52 COMO USAR LOS CRM	7m	3.52 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.53 COMO USAR LOS CRM	7m	3.53 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.54 COMO USAR LOS CRM	7m	3.54 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.55 COMO USAR LOS CRM	7m	3.55 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.56 COMO USAR LOS CRM	7m	3.56 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.57 COMO USAR LOS CRM	7m	3.57 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.58 COMO USAR LOS CRM	7m	3.58 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.59 COMO USAR LOS CRM	7m	3.59 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.60 COMO USAR LOS CRM	7m	3.60 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.61 COMO USAR LOS CRM	7m	3.61 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.62 COMO USAR LOS CRM	7m	3.62 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.63 COMO USAR LOS CRM	7m	3.63 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.64 COMO USAR LOS CRM	7m	3.64 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.65 COMO USAR LOS CRM	7m	3.65 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.66 COMO USAR LOS CRM	7m	3.66 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.67 COMO USAR LOS CRM	7m	3.67 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.68 COMO USAR LOS CRM	7m	3.68 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.69 COMO USAR LOS CRM	7m	3.69 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.70 COMO USAR LOS CRM	7m	3.70 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.71 COMO USAR LOS CRM	7m	3.71 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.72 COMO USAR LOS CRM	7m	3.72 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.73 COMO USAR LOS CRM	7m	3.73 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.74 COMO USAR LOS CRM	7m	3.74 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.75 COMO USAR LOS CRM	7m	3.75 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.76 COMO USAR LOS CRM	7m	3.76 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.77 COMO USAR LOS CRM	7m	3.77 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.78 COMO USAR LOS CRM	7m	3.78 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.79 COMO USAR LOS CRM	7m	3.79 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.80 COMO USAR LOS CRM	7m	3.80 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.81 COMO USAR LOS CRM	7m	3.81 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.82 COMO USAR LOS CRM	7m	3.82 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.83 COMO USAR LOS CRM	7m	3.83 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.84 COMO USAR LOS CRM	7m	3.84 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.85 COMO USAR LOS CRM	7m	3.85 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.86 COMO USAR LOS CRM	7m	3.86 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.87 COMO USAR LOS CRM	7m	3.87 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.88 COMO USAR LOS CRM	7m	3.88 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.89 COMO USAR LOS CRM	7m	3.89 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.90 COMO USAR LOS CRM	7m	3.90 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.91 COMO USAR LOS CRM	7m	3.91 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.92 COMO USAR LOS CRM	7m	3.92 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.93 COMO USAR LOS CRM	7m	3.93 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.94 COMO USAR LOS CRM	7m	3.94 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.95 COMO USAR LOS CRM	7m	3.95 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.96 COMO USAR LOS CRM	7m	3.96 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.97 COMO USAR LOS CRM	7m	3.97 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.98 COMO USAR LOS CRM	7m	3.98 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.99 COMO USAR LOS CRM	7m	3.99 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
3.100 COMO USAR LOS CRM	7m	3.100 TERCERAS Y OTRAS CLASES	1 HORA
4	CONCLUSIONES - 1 CLASE - 30 MIN	4	TEJIDOS Y MÁS - SEPTIMA CLASE - 1 HORA
4.1 CONSIDEROS FINALES Y PRÓXIMOS PASOS	30 MIN	4.1 PUNTOS FINALES	1 HORA

TÉCNICAS DE TEJIDO CON CROCHET

ACERCA DEL CURSO

En este curso presencial descubrirás cómo aprender a tejer con puntos básicos y estructuras. Conoce las técnicas y puntos clave para poder hacer una prenda a crochet.

INFORMACIÓN DEL CURSO

- DURACIÓN: 6 HORAS
- NIVEL INTRODUCTORIO
- APRENDIZAJE PRESENCIAL
- APRENDIZAJE ESPECIALIZADO
- CERTIFICADO AL TERMINAR

TEMARIO DEL CURSO 4 Módulos - 8 clases - 1 mes de clase - 1hr. por sesión

1	INTRODUCCIÓN - PRIMERA CLASE - 1 HORA	1	INTRODUCCIÓN - SEGUNDA CLASE - 1 HORA
1.1 ANTES DE COMENZAR	30 MIN	1.1 AJUSTE DEL CROCHET	30 MIN
1.2 PUNTO EN EL CENTRO	30 MIN	1.2 AJUSTES DEL TEJIDO	30 MIN
2	MANOS A LOS PUNTOS - TERCERA CLASE - 1 HORA	2	MANOS A LOS PUNTOS - CUARTA CLASE - 1 HORA
2.1 APRENDIZAJE PUNTOS	30 MIN	2.1 APRENDIZAJE PUNTOS COMPLETOS	30 MIN
2.2 PUNTOS PERFECCIONADOS	30 MIN	2.2 PUNTOS PERFECCIONADOS	30 MIN
3	EMPRECIAMOS EL BOTO - QUINTA CLASE - 1 HORA	3	EMPRECIAMOS EL BOTO - SEXTA CLASE - 1 HORA
3.1 ESCUCHARSIN PRIMERA VEZ	1 HORA	3.1 AVANZANDO TU PRIMERA VEZ	1 HORA
4	TEJIDOS Y MÁS - SEPTIMA CLASE - 1 HORA	4	TEJIDOS Y MÁS - OCTAVA CLASE - 1 HORA
4.1 PUNTOS FINALES	1 HORA	4.1 ENSEÑANZA TU NEGOCIO - 14 ESTADÍSTICAS	1 HORA

RECURSOS PARA MANEJO DEL CONFLICTO

ACERCA DEL CURSO

En este curso online descubrirás cómo manejar el conflicto adquiriendo y potenciando herramientas para identificar problemas laborales de una manera sana y constructiva.

INFORMACIÓN DEL CURSO

- DURACIÓN: 6 HORAS
- NIVEL INTRODUCTORIO
- APRENDIZAJE PRESENCIAL
- APRENDIZAJE ESPECIALIZADO
- CERTIFICADO AL TERMINAR

TEMARIO DEL CURSO 4 Módulos - 29 clases - 97M 72S DURACIÓN TOTAL

1	INTRODUCCIÓN - PRIMERA CLASE - 27 MIN	1	INTRODUCCIÓN - SEGUNDA CLASE - 25 M 45 S
1.1 ANTES DE COMENZAR - POSTERIORES ANÁLISIS	27 MIN	1.1 INFORMACIÓN GENERAL Y LA COMUNICACIÓN	25 M 45 S
1.2 MANEJAR EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.2 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.3 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.3 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.4 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.4 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.5 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.5 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.6 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.6 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.7 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.7 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.8 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.8 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.9 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.9 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.10 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.10 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.11 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.11 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.12 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.12 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.13 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.13 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.14 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.14 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.15 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.15 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.16 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.16 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.17 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.17 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.18 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.18 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.19 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.19 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.20 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.20 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.21 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.21 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.22 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.22 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.23 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.23 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.24 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.24 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.25 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.25 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.26 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.26 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.27 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.27 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.28 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.28 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.29 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.29 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.30 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.30 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.31 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.31 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.32 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.32 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.33 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.33 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.34 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.34 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.35 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.35 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.36 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.36 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.37 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.37 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.38 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.38 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.39 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.39 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.40 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.40 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.41 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.41 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.42 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.42 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.43 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.43 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.44 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.44 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.45 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.45 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.46 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.46 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.47 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.47 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.48 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.48 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.49 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.49 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.50 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.50 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.51 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.51 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.52 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.52 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.53 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.53 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S
1.54 COMO EN EL CONFLICTO	27 MIN	1.54 DECISIONES Y NEGOCIACIÓN	25 M 45 S

Branding Empresa



Figura 1. *Imagotipo de la marca*



Figura 2. *Isotipo de la marca*



Figura 3. *Logotipo de la marca*



Figura 4. *Personaje de la marca*

Tabla BluePrint

FASES ETAPAS	PLANNING		DEFINICIÓN			
	PLATAFORMA	FONDOS ECONÓMICOS	CURSOS	PROFESORES	MARKETING	CENTRO DE ESTUDIOS
TOUCHPOINTS	Se harán entrevistas a los profesores basándose en sus habilidades	Nos moveremos por las redes sociales así las personas nos podrán encontrar	Buscaremos un lugar en Urbania
FRONT END						
BACK END	Se creará una plataforma en base a las necesidades de las personas con discapacidad visual	Se crea una lista de gastos	Se escogerán los cursos en base a sus necesidades	Se escogerán a los profesores en base a su experiencia laboral y sus estudios en educación inclusiva	Alquilaremos un local que sea adecuado para centro de estudio
HECHOS	Se creará una plataforma en base a las necesidades de las personas con discapacidad visual, lo desarrollará un diseñador web. plataforma de educación virtual adaptada al 100% para invidentes, en la cual ellos pueden navegar sin necesidad de apoyo de alguien externo y aprender con cursos hechos a la medida	Se utilizará una tabla de excel donde registraremos todos los cursos que impartiremos, ingresando el costo por cada curso e E-Commerce, para sacar un cálculo de ingresos	Se escogen los cursos en base sensorial, ocupacional, habilidades blandas y emprendimientos, que serán dictados de forma virtual o presencial	Cuando los profesores hayan pasado por un proceso de elección, trabajaremos con los profesores calificados en la enseñanza para personas con discapacidad, teniendo en cuenta su experiencia	En nuestra página principal de Instagram y otras redes, se promocionarán los cursos que impartiremos, teniendo en cuenta nuestras alianzas estratégicas con las empresas.	Se plantea que la sede presencial estará en las oficinas de la marca, la cual está arquitectónicamente diseñada de manera íntegra para personas con discapacidad visual e incluso hacia otras discapacidades. Siendo este un lugar que cumple con los requisitos mínimos basados en el Reglamento Nacional de Edificaciones del Perú. Esta es una oficina inteligente, ya que cuenta con un sistema de automatización llamado inmiótica, el cual permite que los espacios se adapten a las necesidades de los usuarios mejorando su confort y productividad
ACTORES	TODOS LOS INTEGRANTES DISEÑADOR	TODOS LOS INTEGRANTES CONTADOR	TODOS LOS INTEGRANTES	TODOS LOS INTEGRANTES	TODOS LOS INTEGRANTES GRUPO MARKETING	Giovanna Navarro Giovanna Moy
ARTEFACTOS				Llamadas telefónicas Videollamadas Zoom Meet	Videollamadas Zoom Meet Redes sociales	Videollamadas Zoom Meet Autocad Sketch up/ V-ray
FRONT END						
BACK END	Videollamadas Zoom Meet Miro Whatsapp	Videollamadas Zoom Meet Excel Whatsapp	Videollamadas Zoom Meet Miro Whatsapp	Videollamadas Zoom Meet Miro Whatsapp/Encuestas	Videollamadas Zoom Meet Redes sociales	Videollamadas Zoom Meet Autocad Sketch up/ V-ray

Figura 5. BluePrint Plataforma Digital

Proceso de Validación

Encuestas Realizadas

61 respuestas



Se aceptan respuestas

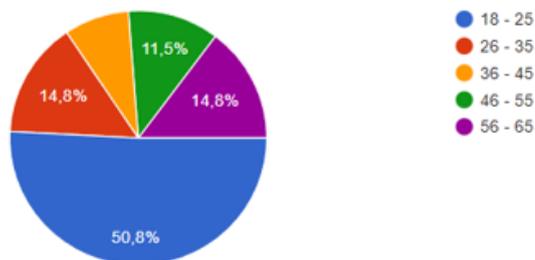
Resumen

Pregunta

Individual

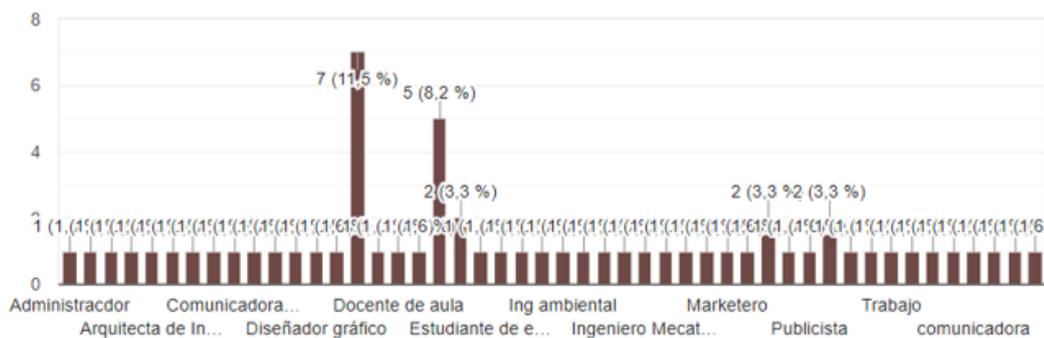
Edad

61 respuestas



Trabajo o Profesión

61 respuestas



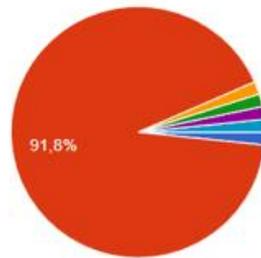
¿Qué piensas sobre la educación en el Perú?

61 respuestas

- Que es mala
- Pienso que estamos en pañales en la educación
- sectorizada y mediocre
- Es un sistema educativo muy retrógrada. Hay muchos maestros no muy bien capacitados, la educación no es descentralizada, el gobierno tiene proyectos de ley para potenciarla, pero malgastan el dinero. Tiene muchos aspectos por qué mejorar.

¿Piensas que el Perú invierte lo necesario para los distintos niveles de educación?

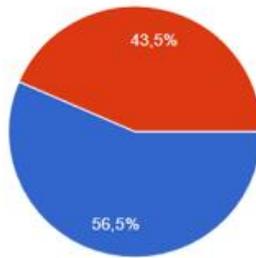
61 respuestas



- Si
- No
- Tal vez
- Diría que sí, pero que a su vez existe mala gestión.
- hay inversión, pero a veces es difícil aumentar la inversión (desde el estado). A mi parecer falta más acción y meno...
- No se trata de inversión, sino de atracción de competencia privada

Llenar esta pregunta solo si eres DOCENTE: ¿En sus años de trabajo ha enseñado a personas con habilidades especiales?

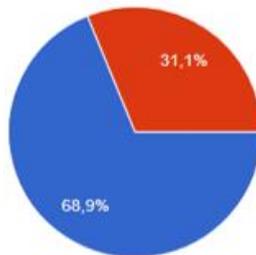
23 respuestas



- Si
- No

¿Conoces a alguna persona con habilidades especiales?

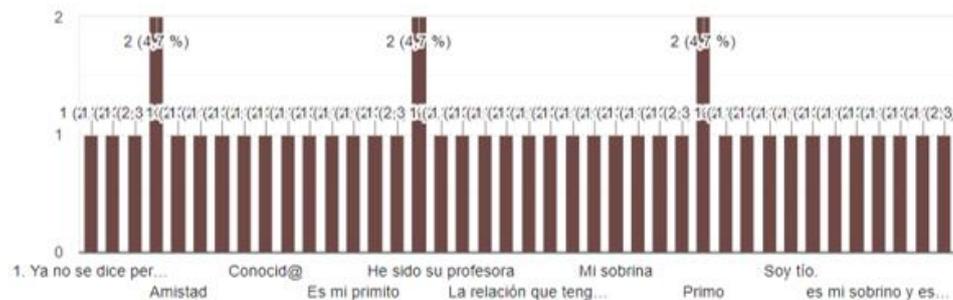
61 respuestas



- Si
- No

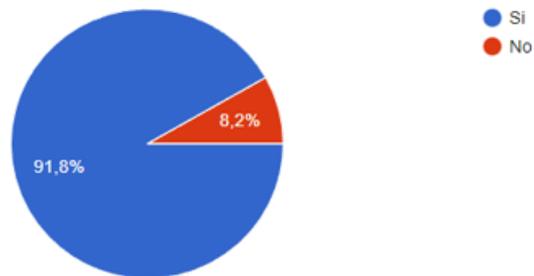
Solo si conoces a una persona con habilidades especiales, ¿Qué relación tienes con esa persona?

43 respuestas



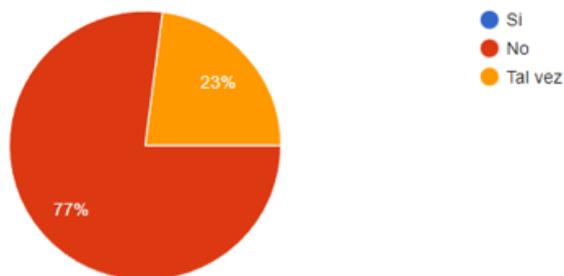
¿Alguna vez ha escuchado sobre la educación inclusiva?

61 respuestas



¿Piensas que en el Perú la educación inclusiva es de calidad?

61 respuestas



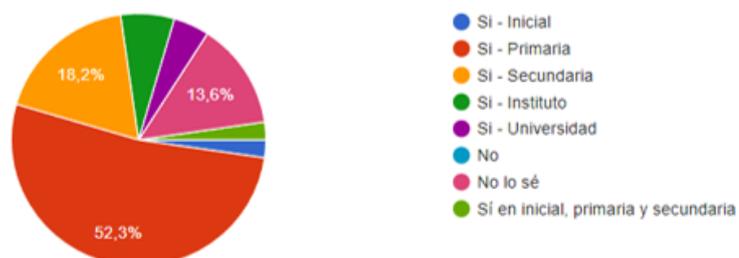
¿Consideras que las escuelas cuentan con los equipos necesarios para el aprendizaje adecuado de los alumnos con habilidades especiales?

61 respuestas



Solo si conoces a una persona con habilidades especiales, ¿Sabes si ha tenido acceso a algún tipo de educación?

44 respuestas



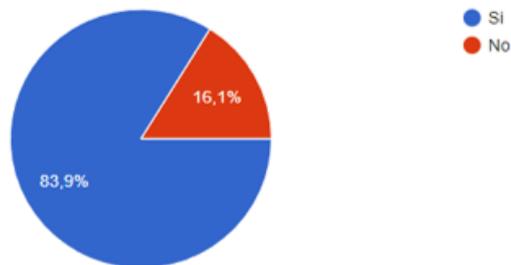
Si tuvieras que trabajar o haz trabajado con una persona con habilidades especiales, ¿Cómo te sentirías o sentiste?

62 respuestas

Sentiría impotencia al no tener herramientas adecuadas para su educación
tienes que tener paciencia y mucho cariño
He estado en una clase con una persona así, me sentí bien porque su desempeño y modales fueron muy buenos.
Si he trabajado con una persona con habilidades diferentes y me he sentido normal, aunque en algunas situaciones sentía que el trato era diferente.
Me sentiría normal , hay que ser empaticos y entender a los otros , solo así se logra una buena comunicación y de esa manera podría realizar bien mi labor
Debería tener mucha paciencia
Mal
Muy emocionada de poder aportar a su vida y hacerle sentir comod@

¿Crees que las personas con habilidades diferentes deberían tener el mismo trato que las demás personas?

62 respuestas



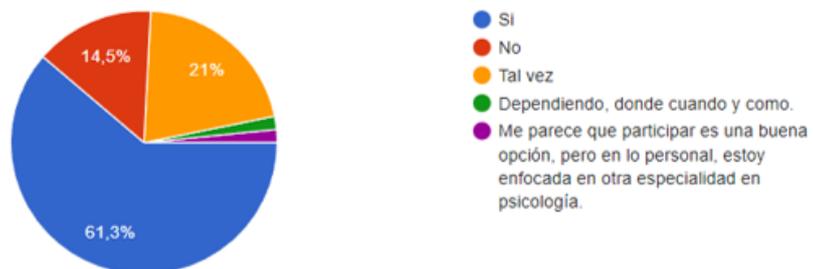
¿Qué crees que puedes hacer tú para promover la inclusión de las personas con habilidades diferentes en el Perú?

62 respuestas

Charlas informativas
enseñar a dejar de desvalorizarlas y tomarlas como iguales
Campañas por redes sociales y creación de conciencia por programas inclusivos.
Promover que el trato sea con igualdad
Iniciativa de cómo ellos ven y entienden ellos procesos , ya que muchos desconocen o no se informan , y ahora todos los niños y jóvenes pese a no leer libros , siempre están atentos a las noticias en las redes sociales , sea cual sea el motivo como política , deporte, farandula, memes de los campos anteriores
Concientizar a las personas tratando de ver qué una persona con habilidades diferentes no es diferente de los demás, son personas que merecen el respeto debido
No
Tratarla como una persona normal

¿Participarías de un voluntariado en una ONG o proyecto para contribuir con la inclusión en el Perú?

62 respuestas



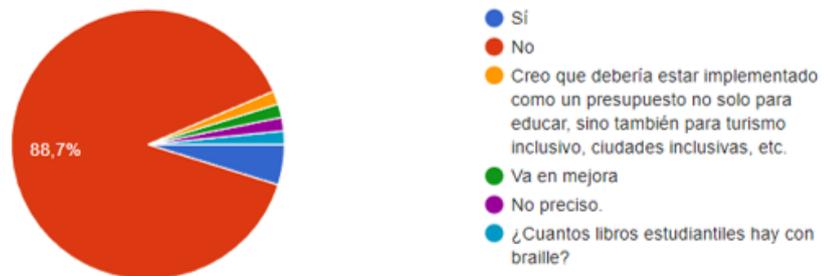
¿Qué piensas sobre las oportunidades académicas y laborales que tienen las personas con discapacidad visual en Perú?

62 respuestas

Muy pocas
Pienso que son muy bajas
son pocas
Son muy malas. La tasa de empleabilidad de las personas con discapacidad es baja e incluso, según ley, las personas con discapacidad tienen derecho a un trabajo dentro de una empresa, pero en la mayoría de los casos no las hay.
Que son minoritarias
Las considero limitadas
Muy buenas
No las he visto

¿Consideras que en el Perú hay suficiente inversión y enfoque en la educación para personas con discapacidad visual?

62 respuestas



¿Qué tan difícil crees que ser una persona con discapacidad visual en Perú?

62 respuestas

Muy difícil
Muy difícil
Muy difícil
No hay comodidades para ellos
considero que seria una tortura y muy dificultoso
Del 1 al 10, diría que un 9 cercano al 10
Debe ser muy complicado muy aparte de si la persona estuviera en cualquier país.
Si el tráfico vehicular es horroroso , no me imagino lo que puede ser el tráfico peatonal para esa persona
Muy difícil pero adaptable

¿Sabes qué es el CONADIS?

62 respuestas

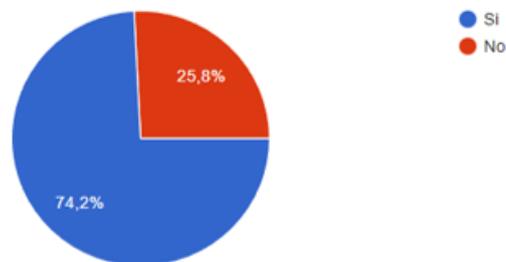


Figura 6. *Resultado de encuesta*

Plataforma Digital

Un mundo más inclusivo comienza con la educación.

Iniciar con Luis

Inicio manual

¡Hola! ¿Que deseas hacer hoy?

- Ver mis cursos
- Pedir ayuda



Mis cursos

Ventas directas y persuasión

Ingresar

Introducción a la locución

Ingresar

Comunicación asertiva

Ingresar

¿Qué curso quieres estudiar ahora?

- Ventas directas y persuasión
- Comunicación asertiva
- Introducción a la locución



Curso: Ventas directas y persuasión

Capítulo 1: Introducción

- Clase: Fundamentos de estrategia comercial ▶
- Clase: Tu prospecto en el centro
- Clase: ¿Cómo empezar en ventas B2B?

Capítulo 2: Tipos de Ventas y Escenarios

- Clase: Ventas directas en B2B y B2C
- Clase: Vende soluciones y valor
- Clase: Romper el hielo.



Anterior clase | Siguiente clase

Curso: Ventas directas y persuasión

Capítulo 1: Introducción

- Clase: Fundamentos de estrategia comercial ▶
- Clase: Tu prospecto en el centro
- Clase: ¿Cómo empezar en ventas B2B?

Capítulo 2: Tipos de Ventas y Escenarios

- Clase: Ventas directas en B2B y B2C
- Clase: Vende soluciones y valor
- Clase: Romper el hielo.

Ya te encuentras en tu curso de Ventas directas y persuasión. ¿Deseas comenzar?

Si
No

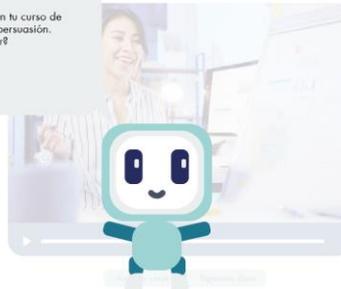
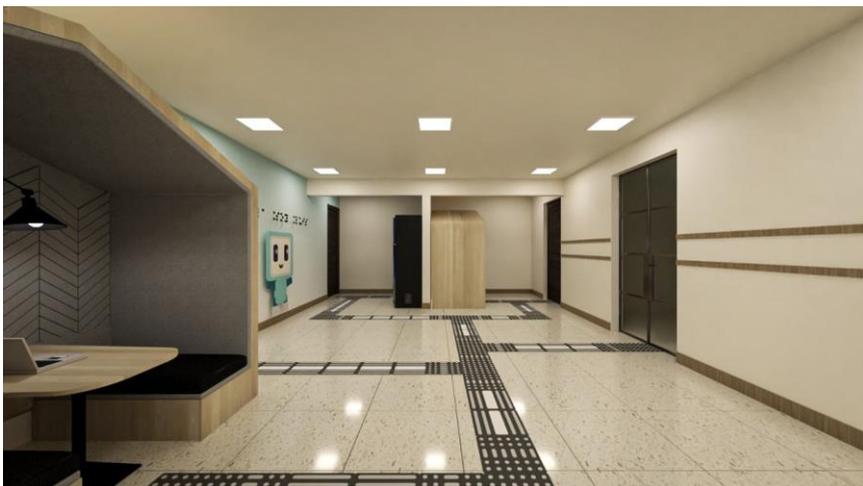
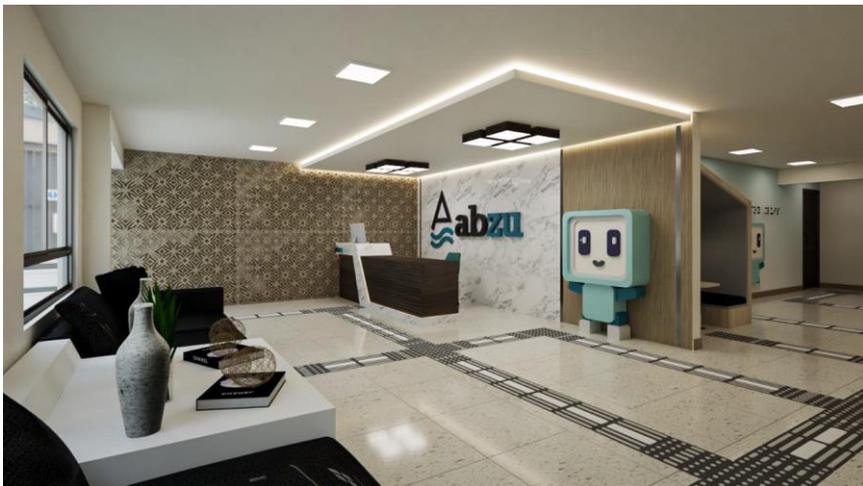


Figura 7. Plataforma Web

Renders







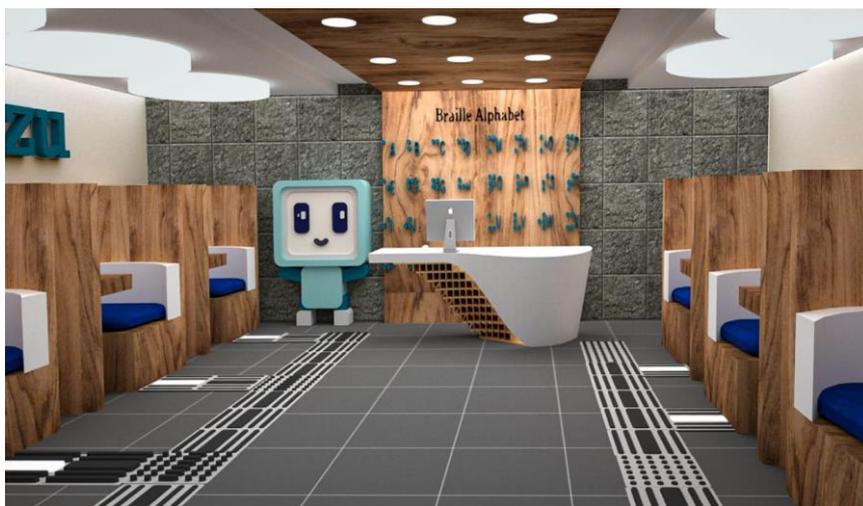


Figura 7. Renders de oficina