ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA "TOULOUSE LAUTREC"

CREACIÓN DE UN SERVICIO DE CAFETERÍA "EL RINCÓN DELAPRENDIZ" QUE AYUDE A LA FALTA DE MOTIVACIÓN EN EL PROCESO DE ALFABETIZACIÓN EN ADULTOS MAYORES EN LIMA METROPOLITANA

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en Arquitectura de Interiores

AUTOR:

SHARON APRILARANDA BAZALAR

https://orcid.org/0000-0002-0886-3631

ASESOR:

LENY PERCCA TREJO

https://orcid.org/0000-0002-8363-8354

Lima-Perú

2021

SHARON APRILARANDA BAZALAR - T_INVEST.pdf

ENVIO 52 - REPOSITORIO

ENVIO 52 - REPOSITORIO

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::11391:467009471

Fecha de entrega

14 jun 2025, 4:11 p.m. GMT+2

Fecha de descarga

14 jun 2025, 4:28 p.m. GMT+2

Nombre de archivo

SHARON APRILARANDA BAZALAR - T_INVEST.pdf

Tamaño de archivo

13.1 MB

49 Páginas

11.607 Palabras

57.631 Caracteres

19% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado

Exclusiones

- N.º de fuente excluida

Fuentes principales

16% Fuentes de Internet
5% Publicaciones
13% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

Texto oculto
474 caracteres sospechosos en N.º de páginas
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Resumen del Trabajo de Investigación

La investigación se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de salud y bienestar social y la actividad económica de Enseñanza y comercio, busca resolver la falta de motivación en el proceso de alfabetización; teniendo como población beneficiaria a adultos mayores de 65 a 80 años en Lima Metropolitana.

Se aplicó las herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual; como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

Para los resultados, el primer paso para la implementación de nuestra propuesta de valor fue la creación y distribución de las zonas en el local: Zona de juegos, zona de talleres, zona de lectura y zona de cafetería, creando un espacio cómodo seguro para que los usuarios puedan desenvolverse con total tranquilidad. Luego, mediante el blueprint se diseñó la experiencia del cliente en nuestro servicio Café “El rincón del aprendiz’’, el flujo del servicio lo dividimos en 10 etapas enfocados en 4 diferentes tipos de clientes: primerizo analfabeto, el cliente habitual, el que va solo, el que va con amigos, así poder observar y analizar diferentes tipos de reacciones, actitudes y cómo se desenvuelven en él lugar para poder ir mejorando y brindarles cada día servicio de calidad y sobre todo que puedan seguir aprendiendo con el dinamismo del lugar.

Palabras clave:
Alfabetización, Adulto mayor, Motivación, Café lúdico.

TABLA DE CONTENIDO

1. Contextualización del Problema ……8
2. Justificación ……12
   2.1. Justificación Social ……..12
   2.2. Justificación Práctica ……...13
   2.3. Justificación Metodológica ……..13
3. Reto de innovación ……..14
   3.1. Objetivo General……..14
   3.2. Objetivos Específicos ……..14
4. Sustento Teórico ……..……15
   4.1. Estudios previos ……15
   4.2. Marco teórico ……17
      1. Creación de servicios de cafetería ……17
         1.1. Conceptualización de servicios de cafetería ……18
         1.2. Características de un servicio de cafetería ……..18
            1.2.1. Voluntariado……18
            1.2.2. Accesibilidad e inclusión……18
         1.3. Tipos de espacios ……18
            1.3.1. Zonas de cafetería ……18
            1.3.2. Zonas de talleres ……..19
            1.3.3. Zona de lectura ……19
            1.3.4. Zonas de juegos ……...19
         1.4. Construcción ……19
         1.5. Diseño de mobiliario……20
         1.6. Decoración y otros elementos……..21
         1.7. Estrategia de publicidad……...21
            1.7.1. Marketing Digital……21
            1.7.2. Radio……22
            1.7.3. TV ……22
            1.7.4. Anuncios publicitarios ……22

1.8. Importancia de crear un servicio café ……..22
5. Beneficiarios ……23
5.1. Directos ……23
5.2. Indirectos ……23
5.2.1. Arquetipo del cliente……23
5.2.2. Customer Journey Map……24
5.2.3. Cantidad de beneficiarios…….24
6. Propuesta de valor……25
6.1. Segmento de clientes ……...25
6.2. Canales…….25
6.3. Relación con los clientes……..25
6.4. Actividades clave ……25
6.5. Recursos clave …….26
6.6. Aliados clave ……26
6.7. Fuentes de ingresos ……26
6.8. Presupuestos ……27
7. Resultados……29
7.1. Experimentación …… 30
7.2. Blueprint ……..……32
8. Conclusiones……33
9. Bibliografía ……..……34
10. Anexos ……..……38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. *Resultados*

……27

Tabla 2. *Ventas*

……27

Tabla 3. *Costos*

……28

Tabla 4. *Sueldos*

……28

Tabla 5. *Alquiler*

……29

Tabla 6. *Inversiones*

……29

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. *Cafetería*

……30

Figura 2. *Adulto mayor desarrollando la sopa de letras*

……31

Figura 3. *Sopa de letras*

……31

1. Contextualización del Problema

En la actualidad se sabe que la edad no es impedimento para aprender, por este motivo cuando se llega a la tercera edad después de la jubilación muchas personas se plantean terminar estudios no concluidos, estudiar una carrera universitaria, aumentar sus conocimientos o simplemente tener una visión distinta del mundo.

Sin embargo, no se toma en cuenta a los adultos mayores analfabetos, que no tuvieron la oportunidad por diversos factores de poder ir a la escuela o se retiraron antes de culminar primaria.

Sobre los adultos mayores analfabetos se estima que:

> El 18,3% de la población de 60 y más años de edad no sabe leer ni escribir. Esta situación es más elevada en las mujeres, el 28,0% de adultas mayores son analfabetas, siendo más de tres veces que en sus pares los hombres (7,5%). (INEI, 2020, p. 5)

De acuerdo a los datos obtenidos en Lima Metropolitana según proyecciones del INEI en el 2020, el 6.8% del total de la población de adultos mayores presentan condición de analfabetismo. Esta cifra comparando desde el 2015 no ha subido ni ha bajado, se ha mantenido en un rango cercano.

Siendo uno de los factores del analfabetismo la lengua materna que incide mayormente en la población que tiene lengua materna nativa, ya que se trata de la lengua quechua, aimara o alguna de las lenguas amazónicas.

El INEI, (2018) indicó que:

> En el año 2018 alcanzó al 15,5% de la población con lengua nativa, mientras los que hablan castellano fue 3,3%. Por sexo, el 24,6% de las mujeres que aprendieron en su niñez una lengua nativa son analfabetas, mientras que en los hombres es el 6,1%. (p. 139)

En esta cita se observa que la lengua nativa es un factor importante del aumento de analfabetismo en adulto mayor y que el porcentaje en mujeres es más alto que en los varones y puede ser que se deba a las costumbres que se tienen en las

diferentes comunidades la dificultad de no poder aprender castellano y la desmotivación por la edad.

Se pudo encontrar que ‘’El 68,1% de la población de 60 y más años de edad tiene como lengua materna el castellano y el 31,6% el quechua, aimara u otra lengua nativa’’. (INEI, 2020, p. 6)

En esta cita se puede observar que la tercera parte de la población de adulto mayor analfabeto tiene otra lengua nativa y casi el 70% el castellano.

Por otro lado, la depresión en los adultos mayores está ligada al analfabetismo, así como el lugar de residencia y pobreza.

Muñoz L., (2019) indicó:

> Se estima que los adultos mayores representarán 8,7 millones de peruanos. Sin embargo, este proceso de envejecimiento puede verse afectado negativamente por discapacidades físicas y mentales, una de las más notables es la depresión. La población de estudio estuvo constituida por 4917 adultos mayores, entre quienes la prevalencia de depresión fue de 14,2%.
>
> El sexo predominante fue el femenino, tanto en el grupo con depresión (67,6%) como en el grupo sin depresión (51,1%). Además, el 40,5% de adultos mayores de 75 años tuvieron depresión. Más de la tercera parte de los adultos mayores con depresión (37,4%) no tenían algún grado de instrucción. Más aún, dos tercios de los adultos mayores con depresión vivían en condiciones de pobreza (66,9%).
>
> Los factores socio demográficos asociados a depresión fueron el sexo femenino, la edad mayor a 75 años, la ausencia de nivel de instrucción, el lugar de residencia rural y pobreza. (p. 48-50)

Además, se observa que el analfabetismo afecta más a los pobres y principalmente a las mujeres, se pudo hallar que “Este problema afectó al 14,5% de la población más pobre (quintil I) y al 1,2% del quintil más rico (quintil V).”(INEI, 2018,p. 138)

El analfabetismo constituye no sólo una limitación, sino también una barrera sociocultural que impide la plena realización e integración social de las personas, agudizando la vulnerabilidad de las personas adultas mayores, pues dificulta el conocimiento de sus derechos, incrementa su marginación. Por ende, afecta su autoestima, es un problema que ha estado siendo trabajado por entidades como la MINEDU y sus programas de alfabetización. Sin embargo, el porcentaje de analfabetismo aún se mantiene tras los años según estadísticas de la INEI ya sea por desconocimiento de estos programas, resignación, falta de interés, falta de tiempo, barreras de lengua y depresión.

Otra de las causas identificadas es la desmotivación por diversos factores en los adultos mayores ante los cambios que se dan cuando se llega a la edad adulta.

Cuenca E., (2011) indicó que:

> En las personas mayores, la motivación supone lograr que el aprendizaje se mantenga en su experiencia formativa. Es preciso conservar y crear condiciones adecuadas que despierten la motivación, tanto intrínseca como extrínseca. La madurez juega un papel importante a la hora de determinar el tipo de motivos que impulsan el aprendizaje en los mayores. Los motivos intrínsecos destacan en esta etapa al ser estimulados desde la propia persona con mayor conocimiento de ello. (p. 241)

La motivación hacia el aprendizaje en las personas mayores queda definida por las siguientes características:

La motivación intrínseca con el objeto de alcanzar una satisfacción personal a través del aprendizaje. Del mismo modo, influyen las relaciones interpersonales.

Por último él deseo de aprender puede estar marcado por las actividades y trabajo que van a realizar y la situación en la se dará el aprendizaje y las metas establecidas.

De forma tal que todo esto supone un desarrollo personal y aumenta su autonomía del adulto mayor analfabeto. Del mismo modo, la autoestima alta, la capacidad sociabilización, y el sentirse útil se ve disminuido por la falsa creencia de que en esta etapa de la vida está todo hecho. Por ello, la motivación en las personas mayores para aprender forma parte de un proceso optimista cuyos objetivos van encaminados a: Fomentar la autonomía de las personas mayores. Conseguir vivir de forma independiente es una meta a perseguir en esta etapa. El mayor tiene la percepción negativa de que no va a poder seguir con su vida sin depender de los demás.(Cuenca E.,2011)

Con base en lo redactado anteriormente, partiendo de la carrera de arquitectura de interiores y comunicación audiovisual multimedia se propone un servicio cafetería llamado el Rincón del Aprendiz que consiste en un espacio donde los adultos mayores analfabetos y se puedan sentir incluidos y seguros, que se preste a formar vínculos entre ellos y los demás usuarios, que se motivan unos a otros a seguir estudiando y practicando. Generando un ambiente en el que puedan expresar su opinión sin temor y puedan sentirse libres e independientes.

Habrá diferentes actividades dentro de la cafetería la primera será zona de cafetería dividida en 2 espacios, techado donde se puedan a su vez dar lugar a una zona lúdica y lectora, y de terraza que combinarán funciones con zona de talleres según se requiera, estos diferentes espacios se proporcionarán para el uso de talleres de alfabetización de los adultos mayores los cuales serán dictados por docentes voluntarios una vez a la semana.

En conclusión, para solucionar el problema a la falta de motivación debido a diferentes factores que evita que los adultos mayores analfabetos desarrollen sus habilidades de lectoescritura, planteamos la creación de un servicio de cafetería llamado El Rincón del Aprendiz que brindara inclusión y confianza a los adultos

mayores para así motivarlos a seguir el camino del aprendizaje referente a la lectoescritura.

2. Justificación

En el presente trabajo de investigación se puede evidenciar que la falta de educación en el Perú es un problema actual. Se tiene como meta la optimización de enseñanza para las nuevas generaciones, pero no se toma en cuenta a las personas que ya tienen una edad más avanzada como los adultos mayores. De los cuales hay un número considerable que son analfabetos, además de sufrir varios prejuicios referentes a sus habilidades; esto les genera una baja autoestima y también dependencia, ya que necesitan apoyo.

El proyecto de innovación ayuda a los adultos mayores comprendidos desde los 65 años a más que tengan condición de analfabetismo. Se buscará una forma de motivarlos a reanudar los estudios que no pudieron finalizar, hacerlos sentir que no son la generación olvidada y que aún tienen la capacidad de aprender. Logrando proporcionar una mejor calidad de vida, un bienestar psíquico y social, y generando oportunidades para una vida armónica en su familia y comunidad.

2.1.Justificación Social

La investigación propuesta se realiza con el propósito de alfabetizar a la persona de la tercera edad con la finalidad de mejorar la calidad de vida armónica en su familia y comunidad, es por ello que se propone para este proyecto un café bar que les estimule y motive a desarrollar sus habilidades de lectoescritura, es necesario resaltar que será un espacio donde los adultos mayores puedan socializar, cambiar de ambiente de lo rutinario; además se les proveerá de libros sencillos, individuales con ejercicios y diferentes actividades dinámicas creando un entorno seguro donde empiezan a dar sus opiniones y se sientan libres y sobre todo cómodos.

Sobre la inclusión para los adultos mayores se afirma que:

> Si bien la agenda mundial Educación 2030 incluye ahora a los niños y niñas en la primera infancia, a los jóvenes y a los adultos, carece de indicadores claros respecto de los adultos mayores. Ese grupo constituye un importante y cada vez más numeroso sector de la población. Los adultos mayores aprenden de manera distinta debido a su trayectoria laboral y su experiencia de vida, y prefieren los ambientes de aprendizaje donde puedan compartir con otros compañeros y donde el trabajo en red forme parte del desarrollo de su aprendizaje. Los adultos mayores deben ser incluidos en la educación, para así evitar que se produzca una brecha digital y al mismo tiempo garantizar la sostenibilidad. Las comunidades se beneficiarán al contar con una población adulta que comprenda la diversidad cultural regional.(Kuan, T., 2017)

En el caso de las personas de la tercera edad, podemos considerar que su calidad de vida depende, en gran medida, de su capacidad de ser autosuficientes, que se sientan valorados y queridos y que tengan la posibilidad de relacionarse con el resto.(Blog, M. Soluciona, 2020)

2.2.Justificación Práctica

Este proyecto se realiza porque existe la necesidad de alfabetizar a los adultos mayores desarrollando sus habilidades de lectoescritura, asimismo los resultados que se obtendrá del proyecto les dará oportunidades de poder aprender nuevas cosas, integrarse en su comunidad, ser autosuficientes y sobre todo tener bienestar emocional.

2.3.Justificación Metodológica

En el proceso de investigación se han utilizado diversas metodologías y herramientas de innovación como: El Design Thinking, el cual nos ayudó a profundizar a fondo y conocer el tema desde todos los ángulos usando herramientas como: mapa de problemas, mapa de actores, mapa radar, lienzo de propuesta de valor y lienzo de modelo de negocio. El Toulouse Thinking nos

ayudó a indagar más en nuestros arquetipos, en hacernos preguntas y llegar a Insight que nos ayudaran a resolver las necesidades y dolores que tengan. Centradas en las personas tales como: mapas de problemas, de actores y arquetipos. Además, se hizo una exhaustiva investigación de escritorio que consistió en buscar y analizar data estadística de la población a quien nos dirigimos en temas, demográficos, políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, y ambientales. Que nos permitió analizar y comprender el contexto en torno a la problemática planteada desde los puntos de vista de diversos factores. Así mismo las entrevistas se hicieron con el fin de entender a profundidad los pensamientos y necesidades de los diferentes actores en la problemática. También hicimos uso de encuestas realizadas a 98 personas de la población en general para conocer la opinión de jóvenes y adultos y nivel de conciencia sobre el analfabetismo en los adultos mayores. Además de 7 entrevistas a personas analfabetas o que son cercanas a una persona analfabeta para conocer el punto de vista cercano de estas personas sobre la problemática y en torno a su vida diaria.

3. Reto de innovación

Falta de motivación en el proceso de alfabetización en adultos mayores en Lima metropolitana.

A partir del problema nos planteamos la siguiente pregunta:

¿Cómo podríamos ayudar a la falta de motivación en el proceso de alfabetización en adultos mayores en Lima metropolitana?

3.1. Objetivo General

Crear un servicio de cafetería “El Rincón Del Aprendiz” que ayude a la falta de motivación en el proceso de alfabetización en adultos mayores en Lima metropolitana.

3.2.Objetivos Específicos

1. Identificar qué recursos se necesitan para crear un servicio de cafetería “El Rincón Del Aprendiz” que ayude a la falta de motivación en el proceso de alfabetización en adultos mayores.
2. Estudiar cuáles son los tipos de motivación y técnicas que mejoren el aprendizaje en adultos mayores.
3. Diseñar actividades dinámicas en donde se relacionen palabras del idioma nativo con las del castellano con temáticas a elección.
4. Validar la creación de un servicio café con actividades dinámicas que ayudará a motivar el proceso de alfabetización en adultos mayores.

4. Sustento Teórico

4.1.Estudios previos

Huamán, Y. Castañeda, S.y Krederdt, S (2020). *Motivación y calidad de vida en un Centro del adulto mayor.* Para la Revista Científica De Enfermería Vol. 9 N.º 4. Universidad Norbert Wiener.

El objetivo fue determinar la relación entre motivación y calidad de vida de los adultos mayores en la asistencia al CAM Comas. Fue un estudio cuantitativo, descriptivo, transversal, correlacional, en una muestra conformada de 100 adultos mayores a los que se les entrevistó, y se les aplicó dos escalas de calificación: Escala de motivación ML 96, y Escala de Fumat.

Los resultados de la investigación concluyen que la motivación total de los adultos mayores a la asistencia al CAM COMAS es alta en poco más de la mitad, agregado a ello que, poco más del tercio expresa mediana motivación, lo que representa que la mayoría de adultos mayores estén motivados al asistir al CAM Comas. En las dimensiones de motivación de los adultos mayores, hay alto predominio por la afiliación en poco más de la mitad, que significa en los adultos mayores la búsqueda de ser parte de un grupo, para interactuar y salvaguardar sus necesidades que implica la calidad de vida.

La utilidad de la tesis es que gran parte de los adultos mayores se siente bien al asistir a un centro del adulto mayor, tienen ganas de socializar con otros adultos mayores y pertenecer a un círculo social.

Rodríguez Torres, Ángel Freddy y otros (2016). *Influencia de las actividades físico-recreativas en la autoestima del adulto mayor*. Para la Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas Vol.35 N.º.4. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Ecuador.
El objetivo del presente estudio demuestra la importancia de realizar actividades físico recreativas como medio para mejorar la autoestima en los adultos mayores.
Los resultados de la investigación concluyen que las actividades físico-deportivas y de recreación contribuyen a regular el proceso de forma positiva dado que, entre otros aspectos, incrementa la percepción de competencia y de relación con el medio, poseyendo un efecto motivacional lo que conlleva a impactar positivamente en la calidad de vida del adulto mayor.
La utilidad de la tesis es que las actividades físicas deportivas y de recreación ayudan a mejorar la autoestima de los adultos mayores, lo que nos da idea de que tipo de actividades podríamos plantear para nuestro servicio.

Alomoto, M. M. (2018). *Intervención con actividad físico-recreativa para la ansiedad y la depresión en el adulto mayor.* Para la Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas Vol.37 N.º.1. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Ecuador.
El objetivo consiste en mejorar los niveles de ansiedad y depresión del adulto mayor a través de un programa físico-recreativo
Como resultados se demostró una disminución significativa de los niveles de ansiedad y depresión en los adultos mayores sometidos a estudio, concluyendo que las actividades físico-recreativas contribuyen como tratamiento coadyuvante en la disminución de los niveles de ansiedad y depresión en adultos mayores.

La utilidad de la tesis es que las actividades físico recreativas pueden generar un impacto en el estado emocional y psicológico de los adultos mayores.

Galleguillos, C.D. (2015). *Inclusión social y calidad de vida en la vejez.* Para optar al título de antropología social. Universidad de Chile facultad de ciencias sociales departamento de antropología. Chile.

El objetivo consiste en centrarse en una de las tantas aristas de este fenómeno y es conocer la relación entre inclusión social y la autopercepción que tienen las personas mayores de su calidad de vida.

Como resultados de la investigación, estuvo enfocada a en dos aspectos de la vejez que son importantes en el desarrollo integral de una persona mayor, por un lado, la autopercepción de la calidad de vida y por otro la participación y como estos dos factores están relacionados entre sí, este guiado por los conceptos de la Inclusión Autorreferida e Inclusión Secundaria que aluden al capital psicológico de las personas y al capital social respectivamente según el enfoque sociopolítico.

La utilidad de la tesis es que la inclusión social y la calidad de vida es muy relevante para que los adultos mayores generen un ambiente cómodo y sobre todo seguro para su plena convivencia.

4.2.Marco teórico

1. Creación de servicios de cafetería

En este espacio los adultos mayores analfabetos podrán desarrollar sus habilidades de lectoescritura como estimular la memoria y flexibilidad, también socializar con otros adultos mayores e incluir a las personas de otra lengua nativa y mejorar su calidad de vida, igualmente aumentar su autoestima reducir los índices de depresión, ansiedad y aislamiento social logrando aumentar su motivación para nuevas metas.

1.1. Conceptualización de servicios de cafetería

Las cafeterías son establecimientos en los que sirven bebidas y aperitivos, compartiendo algunas características con un bar y otros restaurantes. Define la RAE (2020) “Cafetería: Despacho de café y otras bebidas, donde a veces se sirven aperitivos y comidas.”. (versión 23.5 en línea, https://dle.rae.es). Principalmente, se caracteriza por tener una barra donde se hace el pedido directamente o con varias mesas donde los clientes se sientan y aguardan a que un camarero se acerque a tomarles el pedido. También se pueden encontrar cafeterías dentro de instalaciones con gran afluencia de personas donde se puede consumir algún alimento o solo descansar.

1.2. Características de un servicio de cafetería

1.2.1. Voluntariado

Para el voluntariado se hará una convocatoria para participar en las áreas propuestas en el servicio a brindar como profesores, psicólogos, jóvenes que deseen aportar y ayudar a los adultos mayores también estarán adultos mayores.

1.2.2. Accesibilidad e inclusión

El espacio como unidad funcional influye en la vida y el comportamiento del hombre es por eso que buscamos que los adultos mayores se puedan integrar y logren interactuar en el lugar, se sientan cómodos y seguros de poder desenvolverse y sentirse autosuficientes.

1.3. Tipos de espacios

1.3.1. Zonas de cafetería

En esta zona se encontrarán los elementos necesarios tales como la barra, mostrador, dispensador, caja y el ingreso a la cocina, que permitan la venta del los aperitivos y comidas, incluyendo el mobiliario adecuado para que los clientes puedan sentarse a disfrutar de los alimentos, será diseñada de forma

multifuncional, toda esta zona será distribuida en los dos ambientes principales y se adaptará según las actividades que se darán dentro del servicio de cafetería.

1.3.2. Zonas de talleres

Habrá dos tipos de talleres principales los que estén relacionados directamente con las habilidades de lectoescritura y los que son relacionados con sus intereses ya sean como taichi, tejer, yoga, origami, etc., mobiliarios y materiales necesarios para la impartición de los talleres estarán en la zona de almacenaje. La mayoría de estos se darán en el área de terraza y estará a la vista de los demás forma que invite a participar a los que deseen

1.3.3. Zona de lectura

Será una zona en la que se pondrá a disposición libros, revistas, periódicos a cualquier a quien desee de una buena lectura lo cual los ayudará a practicar lo aprendido en las clases y también los que sepan algún otro idioma podrán encontrar libros en ese mismo.

1.3.4. Zonas de juegos

Será una zona en la que se pondrá a disposición juegos o puzzles que tengan fichas que se deban mover o que incluyan el uso del lápiz de modo que puedas ejercitar la flexibilidad de la mano y practiquen el uso de un lápiz lo que les ayudará a hacer el proceso de aprendizaje más sencillo.

1.4. Construcción

Como se señala:

> La zonificación adecuada del área le permitirá utilizar con eficacia el espacio disponible sin violar la proximidad del producto de los productos utilizados, lo que garantiza un almacenamiento de alta calidad de los fondos utilizados para la limpieza. Esta última es una violación frecuente, la primera que observan los organismos de inspección. (blog, furniture.technoluxpro, 2020)

Para la construcción de la cafetería se hizo la zonificación correspondiente para delimitar cada área, en el primer nivel se ubica la zona interior donde pueden sentar y compartir, luego está la zona de aprendizaje como zona lúdica y lectora, al costado estará la barra y cocina, en la parte de atrás se ubicará el almacén y también contará con una amplia terraza para poder realizar otro tipo de actividades.

Los servicios higiénicos estarán ubicados en la zona interior siendo de fácil acceso para el público

En el segundo nivel estarán ubicadas las oficinas que incluirá una sala de reuniones para la coordinación de las actividades y capacitación del personal y voluntarios

El aforo en la zona interior será para 50 personas y en terraza el aforo será para 40 personas.

1.5. Diseño de mobiliario

Los muebles correctamente seleccionados para la cafetería son un factor importante, ya que garantizarán la comodidad de los visitantes.
Como se menciona en (Blog, iniciar una cafetería,2020):

> Entre las ideas para decorar una cafetería está el mobiliario. Algo común al decorar una cafetería es preguntarse: «¿Qué mobiliario debo comprar?». Es conveniente que adquieras tanto asientos (bancos, sillones y sillas) como mesas que contrastan perfectamente con los colores del local.

Se utilizará algunos muebles que ya estaban en uso, los demás serán comprados, el área del vestíbulo está equipada con asientos que se pueden ubicar tanto a lo largo de los mostradores de la barra como alrededor de los muebles, estos deben ser cómodos y ligeros para que los clientes se sientan a gusto.

También se contará con muebles en la zona de ventas (barra de bar, consola de caja, armarios, estanterías para vajilla, productos, vitrinas, térmicas, frías, un armario de calefacción para almacenar productos semiacabados).

En la zona de terraza contará con mesas, sillas y banquetas plegables sobre todo donde los clientes puedan acomodarse a beber sus bebidas, comer los alimentos y realizar las actividades que desean (como puede ser leer, escribir, aprender).Y también pueda realizar yoga u otras actividades de esparcimiento.

1.6. Decoración y otros elementos

El estilo que se eligió para el diseño de la cafetería será clásico rústico, el piso de madera, las paredes tendrán 2 colores claro oscuro para que haya contraste.

Creando un ambiente cálido y reconfortante para los adultos mayores.

1.7. Estrategia de publicidad

1.7.1. Marketing Digital

> Según Habyb Selman (2017), ‘’El Marketing Digital es un conjunto de estrategias de mercadeo que ocurren en la Web (en el mundo online) y que buscan algún tipo de conversación por parte del usuario’’ (p.06).

Haremos una campaña digital usando las redes sociales tales como: Facebook, Instagram y Página web.

En las redes sociales iniciaremos con publicaciones orgánicas (no pagadas) y una vez alcancemos una buena cantidad de contenido intercalamos con las publicaciones pagadas. Para la página web utilizaremos las estrategias de SEO y SEM. Esto será para captar a un público en general, hacer conocido el servicio y mediante recomendaciones llegar a los adultos mayores.

1.7.2. Radio

Haremos marketing radial para dar a conocer nuestro servicio. Serán cuñas publicitarias de 10 a 15 segundos. Estará dirigido a un público segmentado en

adultos y adultos mayores en general en Lima metropolitana en un horario de Mañana y tarde (7:00 am - 1:00 pm). Unas de las emisoras candidatas sería Radio la inolvidable.

1.7.3. TV

Haremos publicidad televisiva para dar a conocer nuestro servicio. Usaremos Spots (de 15 a 20 segundos) y Bartering (mención y promoción de nuestro servicio en programas de TV) para dar posicionamiento al Café. Será mayormente en horarios de Tarde y noche (1:00 pm - 11:00 pm). Los canales candidatos serían: ATV y Latina. Aprovecharemos las novelas emitidas para en los intermedios incluir nuestros spots publicitarios y llegar a un público Adulto y adulto mayor en general.

1.7.4. Anuncios publicitarios

Según Martínez, A. (2021), ‘’Los anuncios publicitarios de productos o servicios son un soporte visual, auditivo o audiovisual breve que transmite un mensaje, limitado a un hecho fundamental o conocimiento, con carácter publicitario’’. (p.1).

Utilizaremos los anuncios publicitarios para dar a conocer nuestro servicio. Ya sean con flyers entregados a personas en general, banners en los paraderos y paredes, además de carteles publicitarios en las calles.

1.8. Importancia de crear un servicio café

Es importante la creación de nuestro servicio café, ya que crea muchos beneficios a los adultos mayores Analfabetos quienes son olvidados por la sociedad y también a adultos mayores en general como un espacio en el que puedan tomar el lonche y sentirse cómodos. Nuestro café brinda inclusión y un momento para relajarse.

5. Beneficiarios

5.1.Directos

El servicio de cafetería “El Rincón del Aprendiz" está enfocado directamente hacia los adultos mayores analfabetos del nivel socioeconómico C De 65 a 80 años de edad que quieran desarrollar sus habilidades de lectoescritura, aumentar su autoestima, sentirse incluidos socialmente y mejorar su calidad de vida.

5.2.Indirectos

Los beneficiarios indirectos de la cafetería “El Rincón del Aprendiz" son los adultos mayores, familiares, amigos y los voluntarios que buscan la manera de motivar, apoyar generando un espacio seguro y cómodo para los adultos mayores analfabetos.

5.2.1. Arquetipo del cliente

Los beneficiarios son hombres y mujeres de 65 a 80 años de edad, que se encuentran en Lima metropolitana. Son personas que quieren mejorar y desarrollar sus habilidades de lectoescritura, sentirse autosuficientes y tener un mejor estilo de vida. Además, disminuir el índice de depresión, ansiedad y aislamiento social. Por último necesitan motivarse para lograr nuevas metas y ser ejemplo de superación y que para aprender no existe límite de edad.

Pablo Sánchez 65 años de edad, trabaja como pescador artesanal en el puerto del Callao junto con otros miembros de su familia, nació en la selva intento ir a la escuela, pero solo llego hasta 2.º grado de primaria porque su maestro le pegaba por no responder bien, ya no quiso asistir más, sus padres tampoco le animaron y como no tienen recursos económicos, se dedicó a trabajar. Viajó a Lima joven para encontrar un mejor trabajo y solventar a su familia, se casó y tuvo 3 hijos, ahora vive con su hija mayor de 40 años y su nieta, aún está lleno de energía y es una persona saludable, a veces su nieta le pide ayuda con sus trabajos de la escuela, sin embargo, se siente mal porque no puede, eso le produce inseguridad

y a veces se desmotiva porque piensa que es tarde para aprender, en sus tiempos libres le gusta salir a caminar y ver películas de vaqueros, está pensando en jubilarse pronto por la edad y quizás poder empezar algo nuevo o retomar sus estudios.

5.2.2. Customer Journey Map

Con base en nuestro arquetipo trabajado, se usó la herramienta customer journey map para realizar cada una de las etapas por las que atraviesa el cliente. A continuación un ejemplo que se divide en 3 etapas:

Etapa 1 “En busca de clases para aprender a leer y escribir”: El adulto mayor vive una rutina en donde necesita ayuda de alguien para leer y escribir en sus quehaceres diarios. Mediante publicidad en la radio, TV y recomendación de familiares y amistades conoce del Café “El rincón del aprendiz’’ y decide ir.

Etapa 2 “Durante sus actividades de lectoescritura”: El adulto mayor encuentra variedad de formas de aprender, además de varias actividades físico recreativas y lúdicas que le proporcionan bienestar y confort. Tras ver todas las opciones decide la que más le guste en donde pueda aprender lo que desee y al ritmo que quiera sin presiones ni apuros.

Etapa 3 “después de sus clases de lectoescritura”: El adulto mayor regresa a su casa de una buena experiencia, Después de varias sesiones ya puede aplicar lo aprendido en sus quehaceres diarios además que ahora tiene un nuevo círculo social en el cual pueda sentirse integrado.

5.2.3. Cantidad de beneficiarios

El presente proyecto va enfocando a adultos mayores de 65 a 80 años de Lima Metropolitana. Son personas que quieren mejorar y desarrollar sus habilidades de lectoescritura, sentirse autosuficientes y tener un mejor estilo de vida. Además, reducir el índice de depresión, ansiedad y aislamiento social.

6. Propuesta de valor

Se tiene como propuesta de valor diseñar diferentes zonas dentro de nuestro café lúdico para adultos mayores de Lima metropolitana en donde puedan divertirse, motivarse, aprender, crear nuevos círculos sociales y al ritmo que deseen.

6.1.Segmento de clientes

Como actores centrales, tenemos a los adultos mayores analfabetas de 65 a 80 años de Lima metropolitana, en actores directos a adultos mayores en general y en indirectos a familiares, amistades, profesores y voluntarios.

6.2.Canales

Nuestros medios de comunicación con nuestros clientes y con los cuales también nos daremos a conocer serán mediante: Radio, TV, anuncios publicitarios, marketing digital por redes sociales y recomendaciones por parte de familiares y amistades.

6.3.Relación con los clientes

El tono de comunicación con el cual nos dirigiremos a nuestros clientes será: Empático e inspiracional para hacerlos sentir incluidos y motivarlos a volver a estudiar.

6.4.Actividades clave

Las actividades clave que realizaremos en nuestro Servicio de café son: talleres semanales de lectoescritura, juegos de mesa, servicio de cafetería y actividades físico-recreativas.

6.5.Recursos clave

Dividimos los recursos claves en 2:

Recursos humanos: voluntarios, psicólogos, geriátricos y profesores.

Recursos físicos: insumos alimentarios y material didáctico (puzzles, juegos de mesa y libros).

6.6.Aliados clave

Nuestros aliados claves son: MINEDU, MIMP, ONG 's, Programas de alfabetización CEBAS, Geriátricos, clubes del adulto mayor, proveedores de insumos y voluntariados.

6.7.Fuentes de ingresos

Obtendremos ingresos mediante nuestros talleres, merchandising, y cafetería.

Los talleres estarán divididos en 2, talleres de lectoescritura y talleres personalizados. Los talleres de lectoescritura se dictarán por un profesor para enseñar a los adultos mayores a leer y escribir. Los talleres personalizados serán dictados por talleristas donde vinculamos la lectoescritura con temas como, origami, tejido, taichi, yoga, entre otros. Se darán 3 veces a la semana en 2 turnos cada día cada uno, y tendrán un precio de entrada de 3.00 y 7.00 soles respectivamente.

Sobre la cafetería, subcontrataremos a una empresa y venderemos sus productos en nuestro local quienes nos remuneran por prestarles el local.

Sobre el merchandising, venderemos libretas, lápices, lápices ecológicos, libros de crucigramas y pupiletras, en el caso de estos 2 últimos estarán relacionados con la lectoescritura.

6.8.Presupuestos

Para realizar el presupuesto se tomó en cuenta el pago para los permisos, planimetría, render por cada espacio y la ejecución de obra, también remuneración de aliados el pago al personal, costos de recursos clave y gastos generales que se está tomando en cuenta para realizar el proyecto como la ambientación del local y el marketing y merchandising.

Tabla 1

Resultados

RESULTADOS.

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas	S/. 22.070,00	S/. 22.904,00	S/. 23.738,00	S/. 24.850,00	S/. 25.962,00	S/. 27.074,00	S/. 28.186,00	S/. 29.298,00	S/. 30.688,00	S/. 32.078,00	S/. 33.468,00	S/. 34.858,00
Costos Fijos	S/. 16.645,00	S/. 16.645,00	S/. 16.645,00	S/. 16.645,00	S/. 16.645,00	S/. 16.645,00	S/. 16.645,00	S/. 16.645,00	S/. 16.645,00	S/. 16.645,00	S/. 16.645,00	S/. 16.645,00
Costos Variables	S/. 5.496,29	S/. 5.588,43	S/. 5.680,57	S/. 5.803,42	S/. 5.926,26	S/. 6.049,11	S/. 6.171,96	S/. 6.294,81	S/. 6.448,37	S/. 6.601,93	S/. 6.755,49	S/. 6.909,05
Utilidad	**S/. -71,29**	**S/. 670,57**	**S/. 1.412,43**	**S/. 2.401,59**	**S/. 3.390,74**	**S/. 4.379,89**	**S/. 5.369,04**	**S/. 6.358,19**	**S/. 7.594,63**	**S/. 8.831,07**	**S/. 10.067,51**	**S/. 11.303,95**
Margen	**0%**	**3%**	**6%**	**10%**	**13%**	**16%**	**19%**	**22%**	**25%**	**28%**	**30%**	**32%**
periodo de recuperación de la inversión		13 meses										

Tabla 2

Ventas

VENTAS

productos y servicios

Factor crecimiento mensual: 5%

Rubro/Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Talleres normales	10920	11424	11928	12600	13272	13944	14616	15288	16128	16968	17808	18648
Precio estimado	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
cantidad de talleres a la semana	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
semanas al mes	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cantidad estimada:	65	68	71	75	79	83	87	91	96	101	106	111
Talleres Lectoescritura	4680	4896	5112	5400	5688	5976	6264	6552	6912	7272	7632	7992
Precio estimado	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
cantidad de talleres a la semana	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
semanas al mes	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cantidad estimada:	65	68	71	75	79	83	87	91	96	101	106	111
Cafetería	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000
Precio estimado	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000
Cantidad estimada:	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Merchandising:	2470	2584	2698	2850	3002	3154	3306	3458	3648	3838	4028	4218
Precio estimado	47,5	47,5	47,5	47,5	47,5	47,5	47,5	47,5	47,5	47,5	47,5	47,5
Cantidad estimada:	52	54,4	56,8	60	63,2	66,4	69,6	72,8	76,8	80,8	84,8	88,8
Ingreso total	**22.070,00**	**22.904,00**	**23.738,00**	**24.850,00**	**25.962,00**	**27.074,00**	**28.186,00**	**29.298,00**	**30.688,00**	**32.078,00**	**33.468,00**	**34.858,00**

Tabla 3

Costos

Ítem \ Año	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Luz												
Facturación mensual	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00
Agua												
Facturación mensual	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00	S/200,00
Internet												
Facturación mensual	S/70,00	S/70,00	S/70,00	S/70,00	S/70,00	S/70,00	S/70,00	S/70,00	S/70,00	S/70,00	S/70,00	S/70,00
Gasto servicios básicos	**S/470,00**	**S/470,00**	**S/470,00**	**S/470,00**	**S/470,00**	**S/470,00**	**S/470,00**	**S/470,00**	**S/470,00**	**S/470,00**	**S/470,00**	**S/470,00**
OTROS COSTOS MENSUALES - Ejemplo: Materiales												
profesores (2)	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00
talleristas (2)	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00	S/1.500,00
costo de adquisición - Merchandising	S/1.996,29	S/2.088,43	S/2.180,57	S/2.303,42	S/2.426,26	S/2.549,11	S/2.671,96	S/2.794,81	S/2.948,37	S/3.101,93	S/3.255,49	S/3.409,05
Costo Marketing digital	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00
Gasto servicios básicos	**S/5.096,29**	**S/5.188,43**	**S/5.280,57**	**S/5.403,42**	**S/5.526,26**	**S/5.649,11**	**S/5.771,96**	**S/5.894,81**	**S/6.048,37**	**S/6.201,93**	**S/6.355,49**	**S/6.509,05**

Tabla 4

Sueldos

Rosa - recursos humanos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldo (mensual)	S/. 3.500,00	S/. 3.500,00	S/. 3.500,00	S/. 3.500,00	S/. 3.500,00	S/. 3.500,00	S/. 3.500,00	S/. 3.500,00	S/. 3.500,00	S/. 3.500,00	S/. 3.500,00	S/. 3.500,00
Total (Sueldo + Gratificación + CTS Anual)	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00
Total Mes	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00	S/. 4.375,00

Sharon - Servicio al cliente	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldo (mensual)	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00
Total (Sueldo + Gratificación + CTS Anual)	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00
Total Mes	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00

Misael - Marketing	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de personas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Sueldo (mensual)	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00	S/. 2.000,00
Total (Sueldo + Gratificación + CTS Anual)	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00
Total Mes	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00

TOTALES SALARIOS GERENCIA	**S/. 9.375,00**	**S/. 9.375,00**	**S/. 9.375,00**	**S/. 9.375,00**	**S/. 9.375,00**	**S/. 9.375,00**	**S/. 9.375,00**	**S/. 9.375,00**	**S/. 9.375,00**	**S/. 9.375,00**	**S/. 9.375,00**	**S/. 9.375,00**

Personal de atención	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de personas	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Sueldo (Mensual)	S/. 1.000,00	S/. 1.000,00	S/. 1.000,00	S/. 1.000,00	S/. 1.000,00	S/. 1.000,00	S/. 1.000,00	S/. 1.000,00	S/. 1.000,00	S/. 1.000,00	S/. 1.000,00	S/. 1.000,00
Total (Sueldo + Gratificación + CTS Anual) x UND	S/. 1.250,00	S/. 1.250,00	S/. 1.250,00	S/. 1.250,00	S/. 1.250,00	S/. 1.250,00	S/. 1.250,00	S/. 1.250,00	S/. 1.250,00	S/. 1.250,00	S/. 1.250,00	S/. 1.250,00
Total Mes	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00	S/. 2.500,00

TOTALES SALARIOS ADMINISTRATIVOS	**11.875,00**	**11.875,00**	**11.875,00**	**11.875,00**	**11.875,00**	**11.875,00**	**11.875,00**	**11.875,00**	**11.875,00**	**11.875,00**	**11.875,00**	**11.875,00**

Tabla 5

Alquiler

ALQUILAR

Gastos de Alquiler	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Alquiler de terreno	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00
Alquiler oficina	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Total	4.700,00	4.700,00	4.700,00	4.700,00	4.700,00	4.700,00	4.700,00	4.700,00	4.700,00	4.700,00	4.700,00	4.700,00

Tabla 6

Inversiones

Materiales	Cantidad	Precio	Total
Escritorios	3	600	1.800
Sillas de escritorio	3	200	600
Sillas de visita	6	80	479
Estante	8	160	1.279
Laptops	4	4.000	16.000
Impresora	1	2.000	2.000
celulares	3	650	1.950
Engrampadoras	2	26	51
Papel (Paquete de 500 hojas)	10	15	150
Máquina de café	1	2.089	2.089
Aire acondicionado	4	2.399	9.596
Mesas para interior	40	349	13.960
Vitrina	1	1.000	1.000
Cocina	1	379	379
Horno	1	1.399	1.399
refrigeradora	1	1.249	1.249
Microondas 20ml Rmd-b20	1	229	229
Caja registradora	1	1.335	1.335
Libros	1	1.000	1.000
Juegos de mesa	1	1.000	1.000
Licuadora	1	89	89
Mesa de apoyo	1	76	76
Mesa de acero (lavadero)	1	302	302
refrigeradora 250l platinum	1	1.599	1.599
Campana extractora	1	899	899
Librero Cali	3	659	1.977
Equipo de limpieza	1	500	500
Pizarra acrilica 120x80	1	159	159
Sillas para interior fijo iso negro	70	80	5.593
Materiales de escritura	1	500	500
sillas de ratan con respaldo (exterior)	32	57	1.824
Maceta de plantas	8	50	399
Mesas armable de aluminio	40	103	4.120
Logo de nuestra marca	1	600	600
Lámparas	2	153	306
paredes	10	198	1.980
luces	6	200	1.200
deco			6.000
TOTAL			S/. 85.668

7. Resultados

El primer paso para la implementación de nuestra propuesta de valor fue la creación y distribución de las zonas en el local: Zona de juegos, zona de talleres, zona de lectura y zona de cafetería. La elección del local fue en el distrito de San

Juan de Miraflores debido a la cantidad de adultos mayores y al porcentaje de analfabetismo.

7.1.Experimentación

Sobre la experimentación del producto mínimo viable, diseñamos un pupiletras específicamente para adultos mayores analfabetos, este consistía en un cuadro de 7x7 con imágenes de palabras entre 3 y 4 letras las cuales se tienen que buscar en el pupiletras. Lo pusimos en práctica con una adulta mayor en 2 escenarios. El primero fue en un Café-pastelería, el cual era un ambiente tranquilo, había música, sillones con mesa y el decorado de las paredes era de pasteles y dulces. La adulta mayor al inicio tuvo dificultad para completar la primera palabra, pasaron aproximadamente 1 minuto y medio, pero entonces cuando logró encontrarla, sé automotivó a sí misma y logró encontrar las otras 4 palabras en 2 minutos. Luego en el segundo escenario, fue en un parque, como ya le había agarrado ritmo pudo completarlo en 2 minutos, el único detalle fue que la bulla que hacían los niños le molestaba un poco.

Figura 1

Cafetería

foto tomada por Misael Chávez



Figura 2

Adulto mayor desarrollando la sopa de letras

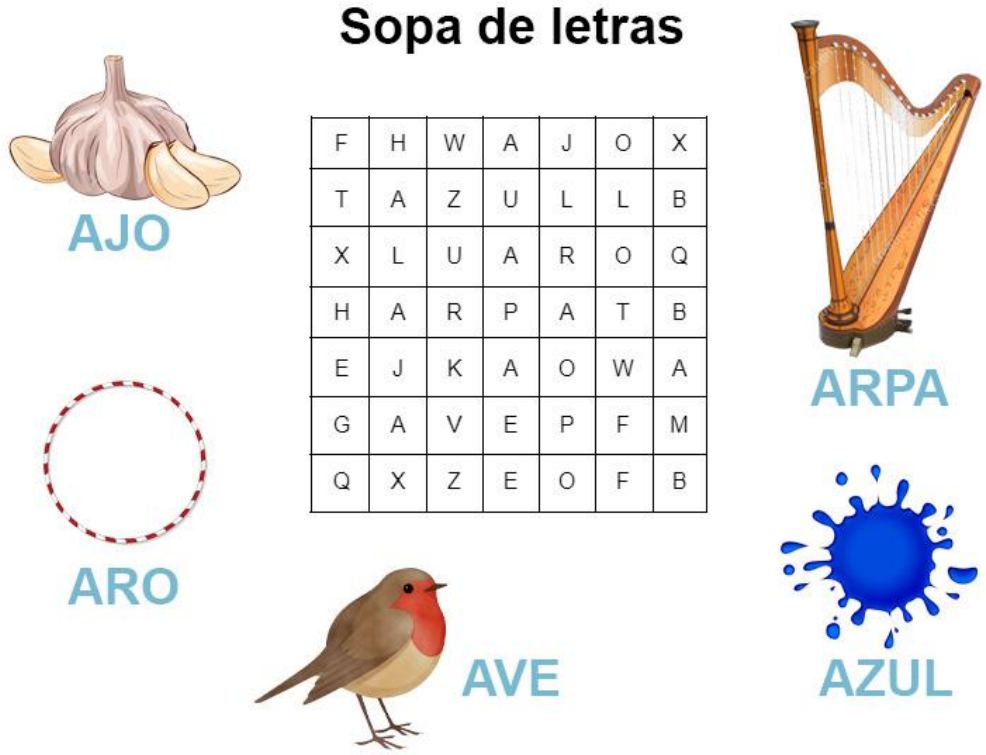
foto tomada por Misael Chávez



Figura 3

Sopa de letras

foto diseñada por Misael Chávez



7.2. Blueprint

Luego, Mediante la herramienta blueprint diseñamos el recorrido del cliente a través de nuestro servicio Café ‘’El rincón del aprendiz’’. El flujo del servicio lo dividimos en 10 etapas enfocados en 4 diferentes tipos de clientes: primerizo analfabeto, el cliente habitual, el que va solo, el que va con amigos.

El primerizo analfabeto Primero, Entra al local, suena una campana y percibe un olor a café y comida recién horneada, después observa el lugar y se acerca a la barra, luego pregunta por los servicios, luego el personal le muestra las diferentes actividades disponibles y el cliente decide a cuál ir, más tarde llega a la zona de talleres de lectoescritura, seguidamente habla con el profesor y es integrado a la clase, luego termina sus clases y le invitan a otra sesión en otro día, posteriormente conversa con sus nuevos compañeros, luego pide un café mientras conversa y al terminar paga y finalmente se retira del local contento.

El cliente habitual Primero entra al local, suena una campana y percibe un olor a café y comida recién horneada, luego observa el lugar y se acerca a la barra, después pide un producto del menú, luego espera a sus amigos en la zona lectora, seguidamente llegan y van al taller juntos, luego habla con el profesor y es integrado a la clase, luego termina sus clases y le invitan a otra sesión en otro día, luego conversa con sus amigos, más tarde se sientan a jugar en la zona lúdica y finalmente se retira del local contento.

El que va solo Primero entra al local, suena una campana y percibe un olor a café y comida recién horneada, luego observa el sitio y se acerca a la barra, posteriormente pide un producto del menú, seguidamente el personal le muestra las diferentes actividades disponibles y el cliente decide a cuál ir, luego se va a la zona de mesas de la cafetería, después nota que el individual tiene un mini crucigrama, luego recibe su orden un cachito de mantequilla con café pasado, luego llena el crucigrama y lo deja en su lugar, luego se sientan a jugar en la zona lúdica y finalmente se retira del local contento.

El que va con amigos Primero entra al local, suena una campana y percibe un olor a café y comida recién horneada, luego se va a guardar sitio mientras sus amigos se acercan a pedir a la barra, después pide un préstamo de los juegos lúdicos, luego el personal le muestra los diferentes juegos lúdicos y el cliente elige, luego terminan de jugar y van nuevamente a la barra para ordenar, seguidamente devuelven los juegos prestados, luego notan que hay un mini crucigrama en el individual y se ayudan para completarlo, más tarde picotean sus comidas mientras conversan, luego se organizan para pagar y finalmente se retira del local contento.

8. Conclusiones

Sé cumplió el reto de innovación en un 75% debido a la falta de experimentación en más usuarios para comprobar más a profundidad la efectividad de nuestra propuesta de valor que consta de un servicio Café llamado el rincón del aprendiz. Los estímulos externos influyeron en la motivación y rendimiento del adulto mayor para desarrollar el pupiletras sin estresarse, aquellos estímulos fueron: el ambiente del Café, la decoración, música, comida, palabras de ánimo y tranquilidad del lugar.

Se concretó que el aprendizaje lúdico en adultos mayores, evita que se estresen y los anima a seguir aprendiendo, además que un café garantiza un ambiente seguro y cómodo para su aprendizaje. Lo que no se cumplió el reto de innovación fue el probar que las actividades físico-recreativas ayudan positivamente en la motivación de los adultos mayores al momento de desarrollar sus habilidades de lectoescritura.

Los resultados se deben a la investigación que hicimos de por medio, la elección del juego lúdico a desarrollar y que estímulos ejercer.

9. Bibliografía

Alomoto M. M., Calero M. S., & Vaca G. M. (2018). Intervención con actividad físico-recreativa para la ansiedad y la depresión en el adulto mayor. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*. Cuba(Ciudad de la Habana). ISSN 1561-3011, 37(1), 366-374.
Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-03002018000100005&script=sci_arttext&tlng=en

Baldeón M. P., Muñoz L., Mendoza C. S., & Correa L. L. (2019). Depresión del adulto mayor peruano y variables sociodemográficas asociadas: análisis de ENDES 2017. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, 19(4), 47-52.
Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2308-05312019000400008&script=sci_arttext

Calero M. S., Klever D. T., Caiza C.M., & otros (2016). Influencia de las actividades físico-recreativas en la autoestima del adulto mayor. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas.* Cuba(Ciudad de la Habana). ISSN 1561-3011, 35(4), 366-374. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03002016000400007

Carbajal D. (2019). *Calidad de vida en el adulto mayor del centro integral de La Molina.* (Tesis para optar el título profesional de licenciado en tecnología médica en la especialidad de terapia física y rehabilitación, Universidad Nacional Federico Villarreal). Recuperado de

http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/2792/UNFV_DIEGO_CARBAJAL_LAZARO_TITULO%20PROFESIONAL_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Carhuavilca B. D. (2021) Informe Técnico Situación de la Población Adulta Mayor. *Instituto Nacional de Estadística e Informática.* Trimestre: Octubre - noviembre - diciembre 2020 N.º 1. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-poblacion-adulta-mayor-oct-nov-dic-2020.pdf

Castañeda, S., Huamán, Y., & Krederdt, S. (2020). Motivación y calidad de vida en un centro del adulto mayor. *Revista Científica De Enfermería*. ISSN:2071-596X. 9(4). 1-20
Recuperado de https://revista.cep.org.pe/index.php/RECIEN/article/view/49/62

Cuenca, M. E. (2011). Motivación hacía el aprendizaje en las personas mayores más allá de los resultados y el rendimiento académico. *Revista de Psicología y Educación.* México. ISSN 1699-9517, 1(6), 239-254. Recuperado de http://www.revistadepsicologiayeducacion.es/pdf/69.pdf

Galleguillos C. D. (2015). *Inclusión social y calidad de vida en la vejez, Experiencias de personas mayores participantes en clubes de adultos mayores en la comuna de Talagante.* (Tesis de Bachiller, Universidad de Chile Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Antropología, Santiago-Chile). Recuperado de https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/142331/memoria.pdf?sequence=1&isAllowed=y

García Z. J. & Sánchez A. A. (2018) Indicadores de Educación por Departamentos, 2008-2018. *Instituto Nacional de Estadística e Informática.*

Libro 1680 Cap. 6. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1680/cap06.pdf

García Z. J. (2020). Población estimada y proyectada por departamento, según edad simple y año calendario 1995-2030. *El Instituto Nacional de Estadística e Informática*. Boletín especial N.º 25, cap. 3. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1722/

Haydee B. (2017) Perú, ¿libre de analfabetismo?. *SERVINDI Comunicación intercultural para un mundo más humano y diverso.* Recuperado de https://www.servindi.org/actualidad-noticias/13/06/2017/peru-libre-de-analfabetismo

Kuan T(2017). Liberar el potencial de los adultos mayores: una perspectiva beneficiosa para todos. *Revista EDA(Educación en adultos y desarrollo) en línea*. Sección 1 Identidad. Recuperado de https://www.dvv-international.de/es/educacion-de-adultos-y-desarrollo/ediciones/ead-842017-inclusion-y-diversidad/section-1-identidad/liberar-el-potencial-de-los-adultos-mayores-una-perspectiva-beneficiosa-para-todos/

López J. (2020)Decoración de Cafeterías: 6 Ideas para Emprendedores. *Iniciar una cafetería.* Recuperado de https://www.iniciarunacafeteria.com/blog/como-poner-una-cafeteria/como-decorar-una-cafeteria/

Martí J. (2017). Tercera edad y alfabetización. *Info Residencia*s. España. Recuperado de

https://www.inforesidencias.com/blog/index.php/2017/09/27/tercera-edad-y-alfabetizacion/

Martina M., Ara M. A., Gutiérrez C., Nolberto V., & Piscoya J. (2017). Depresión y factores asociados en la población peruana adulta mayor según la ENDES 2014-2015. A*nales de la Facultad de Medicina*, ISSN 1025-5583, 78(4), 393-397. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-558320170004000004#tab01

Martínez, A. (2021). Definición de Anuncio Publicitario. *Concepto definición.* Recuperado de https://conceptodefinicion.de/anuncio-publicitario/

Martínez R., Trucco D. & Palma A. (2014) El analfabetismo funcional en América Latina y el Caribe: Panorama y principales desafíos de política. *Publicación de las Naciones Unidas. Serie Políticas Sociales*. Chile. ISSN 1564-4162, Nº 198. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36781/1/S2014179_es.pdf

Rodríguez R. (2018). *Participación y empoderamiento de las personas adultas mayores en el distrito de Los Morochucos, Ayacucho.* (Tesis para optar el grado académico de magíster en psicología comunitaria, Pontificia Universidad Católica del Perú). Recuperado de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13433/RODRÍGUEZ_REANO_PARTICIPACION_Y_EMPODERAMIENTO_DE_LAS_PERSONAS_ADULTAS_MAYORES_EN_EL_DISTRITO_DE_LOS_MOROCHUCOS_AYACUCHO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Quintanilla M. B. (2019). *Consultoría en comunicación organizacional interna*

en Inversiones Moka, S.A. "Café Gitane". (Tesis de Bachiller, Universidad Mariano Gálvez Guatemala, Departamento de estudios de postgrado Maestría en comunicación organizacional). Recuperado de https://www.coursehero.com/file/41743871/MARCO-TEORICO-CAFETERIAdocx/

Sanz L. O. (2012). La capacidad de aprendizaje en las personas mayores. España. Recuperado de https://www.sani-net.net/el-blog/40-la-capacidad-de-aprendizaje-en-las-personas-mayores

Selman H. (2017). Marketing digital. *Ibukku*. Recuperado de https://books.google.com.br/books?hl=es&lr=&id=kR3EDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=marketing+digital&ots=KIjIOv-Xs0&sig=xruKKWmtYiWfvs7V19MavzGvAKs#v=onepage&q=marketing%20digital&f=false

Yagui K., Akemi C. (2020) *Diseño del juego de mesa "Manada", una propuesta para el ejercicio de la memoria en adultos mayores basada en un estudio realizado en CIAMs de Lima Metropolitana entre los años 2019 - 2020* (Tesis de Licenciatura con mención en Diseño Industrial, Universidad Pontificia católica del Perú, Facultad de Arte y Diseño Arte). Recuperado de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/17232

10. Anexos

Entrevista realizada a:

Mónica Edith Bazalar Gamarra 50 años (nieta de una apadrinadora)

https://www.youtube.com/watch?v=RytaBi2V5mQ



Entrevista realizada a:

María Emilia Salazar 21 años (amiga de Maria Chauca)

https://www.youtube.com/watch?v=LcYvYNKW_zo



Entrevista realizada a:

Carmen Belsuzarri - 60 años (hija de Gregoria)

https://www.youtube.com/watch?v=BUsY69X9UU8



María Chauca 86 años (adulta mayor analfabeta)

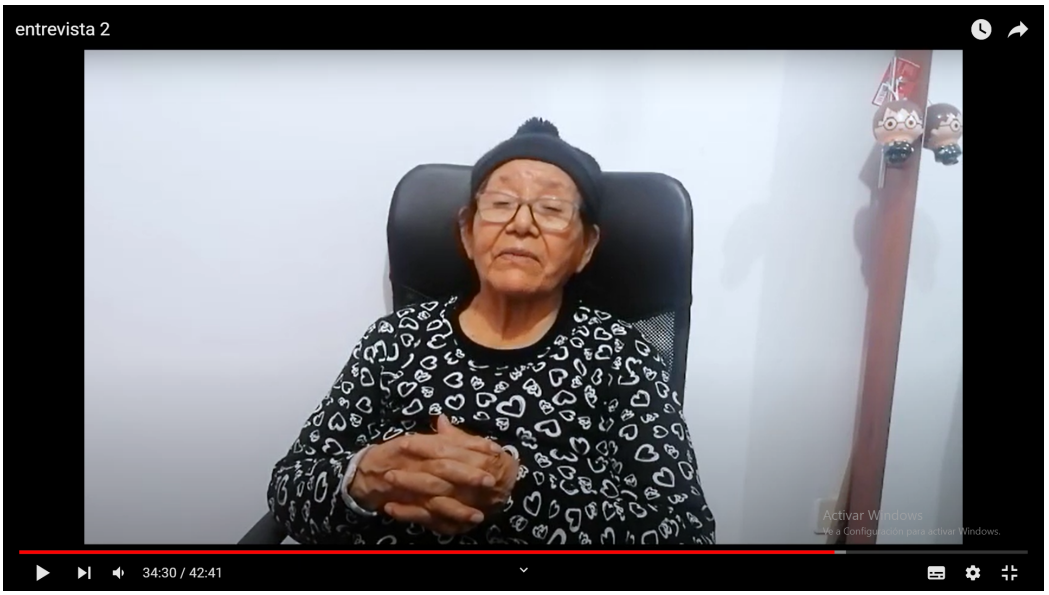
https://www.youtube.com/watch?v=W30HOGtUVvE



Entrevista realizada a:

Gregoria Matos Paucar - 83 años (adulta mayor analfabeta)

https://www.youtube.com/watch?v=Qg7pnfYuQMA



Entrevista realizada a:

María Tarcila Gamarra Olano 76 años(adulta mayor alfabetizada)

https://www.youtube.com/watch?v=DcVPTAMBLQA



Entrevista realizada a:

Constanza Uceda Wong - 81 años / Manuel Antonio Campoverde - 89 años

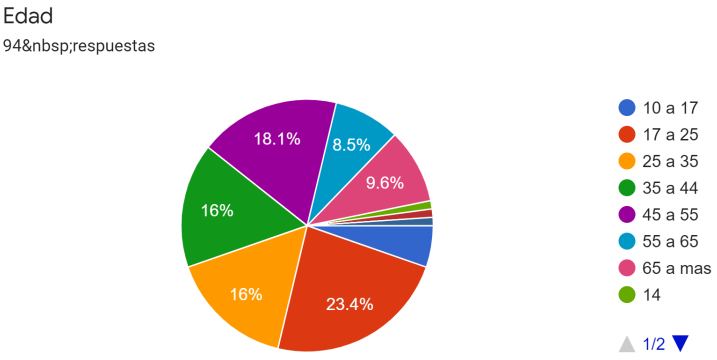
(adultos mayores alfabetizados)

https://www.youtube.com/watch?v=oux_Nvqjwqw



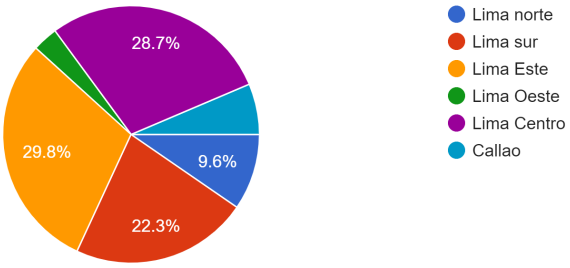
Encuesta realizada a 94 personas

Finalidad: Que tan consciente son las personas de lima metropolitana sobre la alfabetización de los adultos mayores



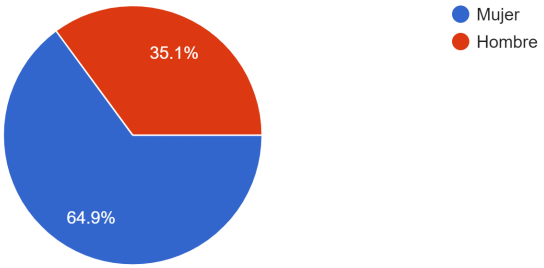
Domicilio

94 respuestas



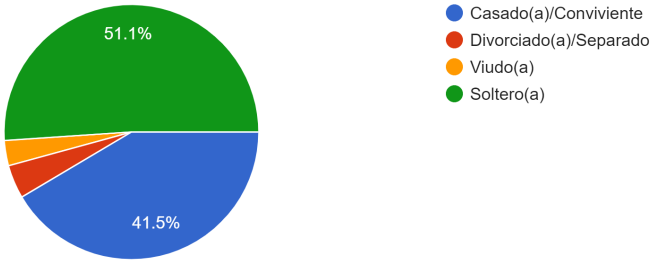
Sexo

94 respuestas



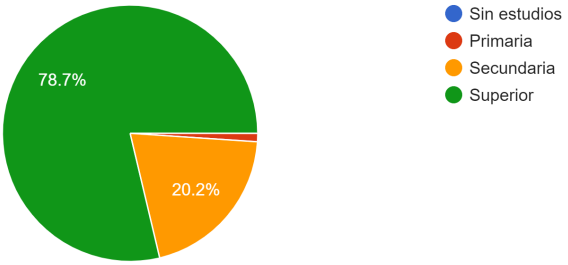
Estado civil

94 respuestas



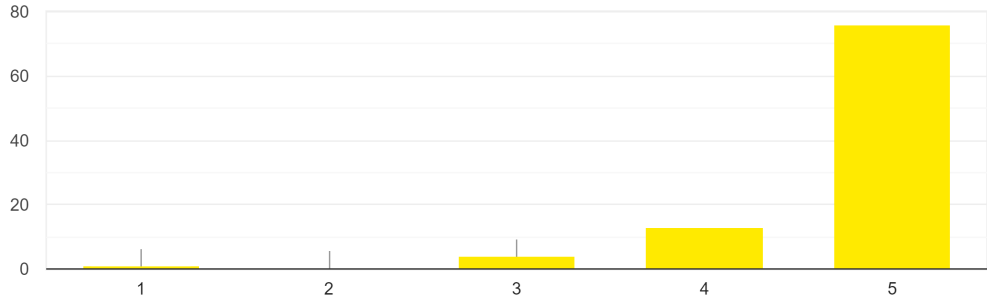
Nivel de estudios

94 respuestas



¿Para ti que tan relevante es el alfabetismo para un adulto mayor?

94 respuestas



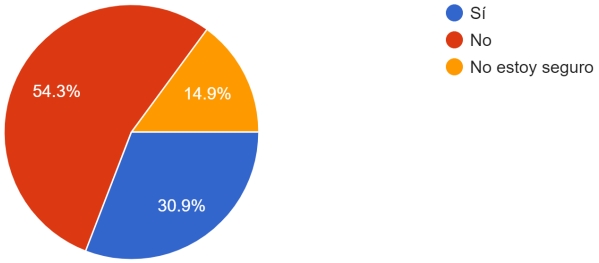
¿CUÁL CREES QUE ES LA CAUSA POR LA QUE UNA PERSONA MAYOR ES ANALFABETA?
La falta de educación en ciertos pueblos del Perú
Económica
Falta de estudios
no pudieron asistir al colegio
No saber leer
Problemas económicos
No tuvieron estudios
En el contexto en donde nació, por ejemplo los quechuahablantes, la mayoría abuelitos no sabe leer ni escribir.
Que en el pasado no había tanto acceso a la educación
La falta de economía
Economía
No tuvo oportunidad
1. Por alguna enfermedad que obstruye sus conocimientos, recuerdos o le dificulte actuar por sí mismo. 2. Porque de niño (a) no tuvo opción de aprender, de adulto no se le tomó importancia al asunto y llegó a la resignación.
La diferencia de generaciones antes la educación era más difícil el acceso
Porque no ha podido ir a la escuela

Falta de estudios por escasos recursos
La edad
La situación económica de cada persona
Carencia económica
Falta de medios y colegios al alcance de ellos
Desconocimiento de los padres sobre la importancia del aprendizaje
No haber estudiado por haberse dedicado a otras responsabilidades que no les correspondía a esa edad.
No tuvo oportunidad de instruirse.
Problemas cerebrales o falta de acceso a educación básica.
Sus padres no tuvieron recursos económicos para su educación
Falta de oportunidades /trabajo y no estudio
Lugar de nacimiento y costumbres
Por los propios padres.
Que son flojos
Por machismo, por ignorancia, recursos, etc.
No tuvo la oportunidad de aprender
El desequilibrio en los aspectos sociales, económicos, educativos y Políticos de nuestro país.
Porque antes desde muy niños trabajaban y no estudiaban
No tuvo estudios, se dedicó al trabajo en el campo
No le dieron valoración en su tiempo a la educación o no tuvo oportunidades
Creo, que sería por qué no recibió educación desde pequeño.
Mala educación
Oportunidades
No creyó necesario estudiar o no tuvo la oportunidad de hacerlo.
Por falta de oportunidades y apoyo del estado
Economía
Económico
Capas no tuvo la suerte de recibirla
La falta de desinterés de la comunidad y el estado en el adulto mayor
Limitado acceso a servicios de educación para adultos mayores, ubicación geográfica, alto índice de pobreza, complejos por tener una avanzada edad
Falta de recursos
No ir al colegio, mayormente se da en mujeres adultas mayores, pues en sus tiempos solo los hombres asistían a clases.
Falta de estudios durante su infancia
La educación no llega a todos los lugares del país la infraestructura ni la tecnología
Descuido de los padres
La migración a la ciudad siendo muy adulta
Falta de estudios
Estudios primarios no concretados
Sin apoyo estatal
No tuvo la economía suficiente
Apoyo de los padres
Por la pobreza
Sin oportunidad de aprender
Falta de oportunidades , tiempo

No tuvieron la oportunidad de asistir a un colegio en su momento
Se dedicó a trabajar todo el tiempo
Orfandad
Falta de estudios en la infancia
Falta de oportunidad de aprendizaje
Falta de oportunidad de ir al colegio
No fue al colegio en la primera infancia
Falta de conocimiento y apoyo
Porque no lo hizo en la infancia y pudo sobrevivir así, por lo tanto, ya no le da importancia
Tiempo. Muchos por ser pobres sólo- trabajaban por décadas para comer y no tenían tiempo de estudiar.
Falta de dinero
Muchos factores, pobreza, discriminación, etc.
No tuvo oportunidades en la niñez.
Porque no tuvo interés en alfabetizarse
Falta de comunicación por el lugar de vivienda.
Difícil acceso a entidades educativas
Que ha vivido en provincias en el campo y lugares donde no hay colegios, especialmente en la sierra y la selva
Pobreza
Carece de educación
Puede ser que antes en sitios muy alejados no tenían donde aprender
Falta de oportunidad
Falta de recursos para poder haber estudiado
Decidía
No tuvo oportunidad ni facilidad para estudiar
Falta de recursos económicos, por falta de apoyo en su comunidad ciudad
Por falta de recursos u oportunidades familiares y de la sociedad,
Por falta de recursos
No tuvo la oportunidad de estudiar cuando era niño
Falta de educación
La causa es o puede ser nivel cultural de los padres, que tengan acceso a la educación.
Porque tuvo dificultades en décadas pasadas sea por problemas sociales o diferentes factores económicos.
Carencia económica
Por falta oportunidad
Porque no ha estudiado
La falta de apoyo de la familia

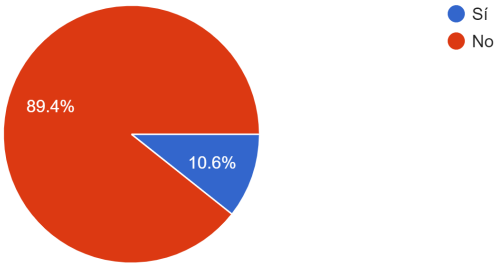
¿Conoces a alguna persona mayor analfabeta en tu familia o comunidad?

94 respuestas



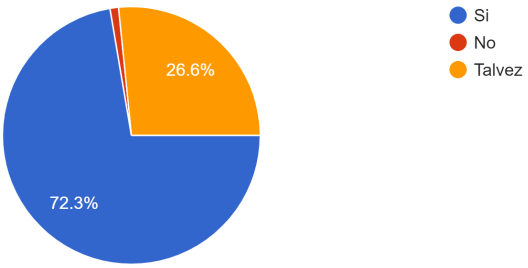
Conoces de algún programa de alfabetización hecha por la MINEDU u otros hacia los adultos mayores?

94 respuestas



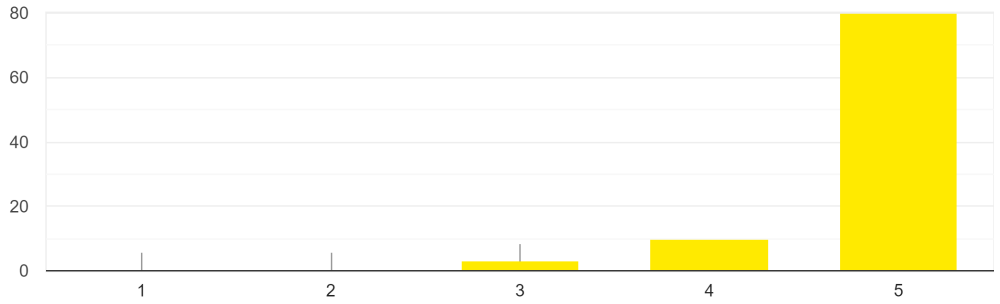
¿Crees que los adultos mayores sufren algún tipo de discriminación por la sociedad?

94 respuestas



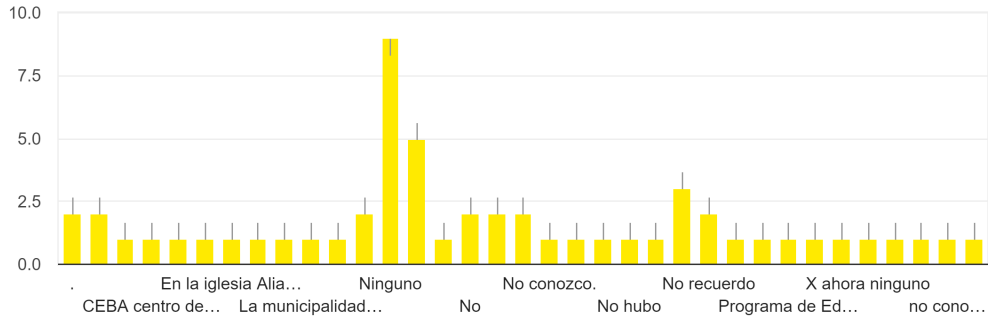
Marca según el enunciado: "Es importante que un adulto mayor reciba educación"

93 respuestas



Menciona que programas de alfabetización conoces o recuerdas

56 respuestas



SI TUVIERAS ALGÚN FAMILIAR ADULTO MAYOR ANALFABETO ¿DE QUÉ FORMA APOYARÍAS?
Motivando que se eduque
Ayudándolo en mis tiempos libres Cuidarlo Estar pendiente de él Y no discriminarlo
Le podría ayudar para que aprenda a escribir y leer
Económicamente
Primero le enseñaría a leer y escribir, para que de esta manera se informe y aprenda nuevas cosas a partir de ahí
Intentar enseñarle lo básico
Ayudándole, si quiere que le escriba algo, lo hago, si quiere que lea algo también lo hago, yo siempre ayudo a mi abuelita con esas cosas.
Le ayudaría enseñándole poco a poco
Colaborando para que estudie
Buscaría un tutor con paciencia que pueda sentarse con él y enseñarle poco a poco.
Enseñándole hasta donde quiera aprender
Motivándolo con paciencia si desea iniciar con el aprendizaje de lectura y escritura.
Enseñándole cosas básicas
Enseñarle a leer

Llevándolo a sus clases o inscribiéndole en una
No sé
Libros didácticos
Le enseñaría y trataría de buscarle aulas virtuales para que efectúe su aprendizaje
No lo había pensado, pero creo que le animaría que se inscriba a algún curso
Enseñándole algunas cosas que yo sé, con mucha paciencia y con amor.
Ayudándolo a instruirse, por ejemplo con todas las actualizaciones en la tecnología, los ayudo a manejar sus celulares.
Enseñándole
Enseñándole
Le enseñaría a leer
Llevándolo a un centro donde le enseñen a escribir y a leer. Y de mi parte mía tuviera todo mi apoyo.
Profe particular para que no se aburra
Enseñándole con mucho amor y paciencia, paso a paso a leer y a escribir para que pueda socializar en esta sociedad y para el bien de él o ella.
Le enseñaría
Animándolo para que estudie.
Enseñándole a leer y escribir
Lo llevaría en lo posible a un centro especializado para que reciba instrucción para qué ya no sea analfabeto.
Le enseñaría yo mismo
Quizá enseñándole lo que Ami me enseñaron, lo más importante que sería la Educación
Le enseñaría yo
Inscribiendo algún programa y lo ayudaría en sus tareas
En llevarlo a programas que lo ayuden a superarse en ese aspecto
Apoyo para que estudie
De alguna manera lo ayudaría si estuviera a mi alcance
Buscando talleres y actividades que lo ayuden en este aprendizaje
Establecer horarios para enseñarle a leer y escribir (ayuda mucho los medios audiovisuales); promover a través de las municipalidades programas educativos para adultos mayores.
Intentando hacerme tiempo para ir enseñando
Empezar a enseñarle por mi cuenta a leer y escribir, lo más fácil y didáctico.
Dictando algunas clases o enseñando de a pocos algunos temas
Teniéndolo informado de los cambios y tecnologías para que así aprenda de manera autodidacta a través de las redes
Enseñándole
Lo contactará con algún programa de Alfabetización
Con programas
Si
Enseñando personalmente o de alguna entidad privada, ya que no hay presencia estatal.
Con su terapia
Enseñándole por horas
Inscribiéndolo en clases básicas y aprenda un poquito
Le enseñaría con base en mis conocimientos
Con vídeos educativos y la práctica
Enseñándole poco a poco, con letras de canciones o palabras que use cotidianamente.
Enseñando
Le enseñaría.
Enseñándole
Buscando la manera que aprenda

Lo inscribiría en un programa de alfabetización
Enseñándole si tiene ganas de aprender
Llevando a un centro para que aprenda o en todo caso yo le enseñaría
Le ayudaría a mejorar en ese aspecto
Tiempo.
No lo sé
Promoviendo programas, enseñándoles con técnicas adecuadas
Apoyaría colaborando con clases.
Le enseñó a leer y escribir
Inscribirlo en una escuela de alfabetización.
Le pagaría clases
Personalmente le daría clases
Económicamente
Educación en colegios primarios-secundarios
Buscando un programa de alfabetización
Enseñándole a leer con un coquito
Que lleve cursos o talleres que lo ayuden
Acercándonos
Educándose yo o a través de alguien
Trataría de buscar programas de apoyo para sí educación
Dándole la oportunidad de aprender, enseñándole o poniéndole en un lugar para que aprenda a leer, escribir, expresarse, etc.
Dándole recursos
Enseñarle con paciencia y leyéndole cuentos
Inscribiendo/buscando foros donde más personas busquen ese bien común para sus personas.
Llevándolo a centros o a programas especiales dónde les brinden la atención y educación básica de acuerdo a su capacidad y edad
Enseñándole a leer el periódico
Clases particulares
Instruyéndolo
Enseñándole lo que necesite aprender
Dándole tiempo