



**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ**

**GUIA PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE
GRADO I Y II
MODALIDAD DE EMPRENDIMIENTO**

NOMBRE DEL ESTUDIANTE(S):	Anlly Vanesa Escucha Hilarión
NOMBRE DE LA EMPRESA:	Empresa: Aprendamos Juntos Producto: Juntos Podemos
DOCENTE DIRECTOR:	Diana Marcela Aristizabal

1. INTRODUCCIÓN:



- **Razón Social:** Aprendamos Juntos

Esta empresa tiene como nombre “Aprendamos Juntos”. Brinda a niños y jóvenes autistas, específicamente con síndrome de asperger entre los 5 y 25 años una educación alternativa, por medio de la multimedia “Juntos podemos”. Esta multimedia operará en tres niveles de acompañamiento:

1. Educación sobre cuidado personal (5-10 años).
2. Reglas sobre trabajo en grupo y socialización (10-15 años).
3. Cómo ubicarse en Bogotá, qué medios de transporte puede utilizar y lugares de interés (15-25 años).

Para fines de este proyecto se implementará un plan piloto en la Fundación Futura y se realizará la tercera etapa con cinco jóvenes que están entre las edades (15 – 25 años). Esta multimedia pretende brindarles herramientas a sus usuarios que les permita socializar y adquirir más independencia con el fin de que a futuro puedan incluirse con mayor facilidad al ámbito escolar y laboral.

El plan piloto se implementará con una población de jóvenes que tienen entre 15 y 25 años de edad, pues es el rango de edad con el que trabaja esta Fundación. En este plan piloto se desarrollará la 3ra fase del proyecto. Allí sus usuarios encontrarán un mapa de la ciudad con los lugares más turísticos, opciones de transporte y lugares recreativos. También podrán utilizar una guía de comidas y transporte por localidades, lo que le permitirá a sus usuarios conocer y suplir las necesidades de transporte y alimentación. Esto con el fin de permitirles ser más autónomos e independientes, brindándoles seguridad para desplazarse primero por su localidad y luego por la ciudad, sin necesidad de una guía permanente.

La idea es que la Fundación acoja a la multimedia como parte de las prácticas educativas de la institución y que los jóvenes puedan interactuar con ella. Esto se hará con el acompañamiento de una psicóloga que hará un acompañamiento al proceso de los jóvenes, sus avances, dificultades que se puedan presentar y según los resultados, veremos cómo se puede mejorar el producto.

- **Planteamiento estratégico:**

MISIÓN

Somos una empresa pionera en la educación alternativa de niños y jóvenes autistas, específicamente con síndrome de asperger, que está orientada a brindarles herramientas para que se sientan seguros de sí mismos, autónomos e independientes, con el objetivo de que puedan vincularse con más facilidad a la vida escolar y a futuro, laboral.

Esta empresa brinda una educación alternativa para este grupo poblacional. Esta es una opción de educación alternativa bi-direccional que aprovecha las nuevas tecnologías de la información (TICs), puntualmente una multimedia educativa, que busca que sus usuarios se incorporen a la vida escolar y laboral, con mayor facilidad.

VISIÓN

Ser una empresa reconocida a nivel regional, nacional e internacional por la labor de educación alternativa e inclusión de personas autistas y con síndrome de asperger, que les permitirá potencializar sus capacidades y así lograr un proceso de inclusión más fácil a la vida escolar y laboral.

OBJETIVOS:

Corto Plazo

- Implementar la tercera fase de la multimedia en un plan piloto en la fundación Futura, con 5 jóvenes que tienen entre 15 y 25 años. Ver y analizar individualmente los avances y las dificultades que tiene la implementación del producto, para fortalecer las estrategias comunicativas.

Mediano Plazo

- Ser una empresa reconocida y confiable para la educación alternativa de niños y jóvenes autistas y con síndrome de asperger. Se espera que con la multimedia JUNTOS

PODEMOS, que trabaja con un sistema de aprendizaje bidireccional, los usuarios conozcan sus capacidades y las desarrollen al máximo.

-Largo Plazo

- Cambiar la concepción de los familiares de niños y jóvenes autistas, que usualmente los sobreprotegen y no les permiten desarrollar sus capacidades. Esperamos que luego del proceso, los padres y adultos que rodean a los niños y jóvenes dejen de verlos como personas en condición de discapacidad y que empiecen a reconocerlos como personas con cualidades que hay que potencializar.

- Atraer la atención de la Secretaría y el Ministerio de Educación. Realizar una alianza con estas entidades y lograr que las familias que tienen niños con síndrome de asperger o autistas puedan acceder a este producto. Además se pretende captar la atención de estas personas (familiares de una persona autista o con síndrome de asperger), y mostrar un producto llamativo que puede ayudar a la educación alternativa de los niños y jóvenes.

- Posicionarse como una empresa líder en la educación alternativa de niños y jóvenes con trastornos de aprendizaje (autistas o con síndrome de asperger), que por medio del uso de las nuevas tecnologías y de la multimedia JUNTOS PODEMOS potencialicen sus capacidades y se incluyan con mayor facilidad a la vida escolar y laboral.

VALORES CORPORATIVOS

- Innovación:** somos una empresa que muestra un producto innovador, ya que da a los ciudadanos una nueva alternativa educativa, por medio del uso de nuevas tecnologías de la información y la comunicación, las TIC, para apoyar procesos de aprendizaje alternativos para un público especial como los niños y jóvenes autistas o con síndrome de asperger. Los usuarios encontrarán un producto que actualmente no existe en el mercado, que les permitirá tener una educación alternativa y que les ayudará a desarrollarse con mayor facilidad en los ámbitos escolar y laboral.

•**Respeto:** esta empresa se caracteriza por el respeto y el buen trato a los usuarios. Las personas que hacen parte de este proyecto se caracterizan por el trato amable a las personas que las rodean, ya que esta es una empresa creada por y para la gente.

•**Acompañamiento:** esta empresa no solo vende un producto, ofrece un servicio de acompañamiento semestral para hacer una evaluación personalizada y ver los avances de los usuarios.

•**Responsabilidad:** en la empresa “Aprendamos Juntos” estamos interesados en brindar una alternativa de educación que permita la inclusión escolar y laboral de niños y jóvenes autistas y con síndrome de asperger.

Honestidad: en esta empresa pensamos en el beneficio de las personas, ofreciendo un producto a un bajo costo que pueda ayudar a transformar positivamente la vida de sus usuarios y su entorno familiar.

•**Humanismo:** nuestra empresa surgió de la necesidad de brindar una herramienta a la educación de niños autistas y con síndrome de asperger que han tenido dificultades para escolarizarse y no tienen una vida escolar y laboral óptima. Todas las personas que trabajan en esta empresa unen sus esfuerzos en torno a un mismo objetivo: brindar soluciones a sectores vulnerables de la sociedad que no cuentan con programas que ayuden a solucionar sus problemáticas.

• **POSTURA ÉTICA**

Esta empresa le brinda a sus usuarios respeto, compromiso y transparencia en cada uno de los proyectos que ejecutará y competirá en el mercado con calidad y buenos precios. Además brindará un producto pensado 100% en mejorar la calidad de vida de sus usuarios, niños y jóvenes autistas y con síndrome de asperger y por ende, también mejorar la condición de vida de sus familiares.

• **DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO/ SERVICIO**

Esta empresa comercializará una multimedia llamada “Juntos Podemos”, compuesta por tres etapas que se desarrollarán de acuerdo a la edad del usuario. La primera consiste en enseñar pautas de cuidado personal, la segunda brindará herramientas sobre pautas de socialización y la tercera tiene como objetivo enseñar a los usuarios a través

deinstrucciones a ubicarse en sus localidades y en general, en la ciudad. Esto con el fin de brindarles algunas herramientas para desplazarse por el lugar donde viven y así, encontrar lugares de interés como museos, cines y centros comerciales, cercanos a su casa.

- **Etapa a desarrollar**

En el primer momento desarrollaremos la tercera etapa con la fundación FUTURA, ya que ellos trabajan con niños autistas mayores de 15 años. El plan piloto será implementado con cinco jóvenes que tienen entre 15 y 25 años. Ellos interactuarán con la multimedia que los guiará por Bogotá, les enseñará a ubicarse en la ciudad, a conocer el norte, el sur, el oriente y el occidente de esta y además tendrán acceso a un recorrido digital por los lugares más turísticos de Bogotá. Lo más importante es que se desarrollará un mapa por localidades, donde los usuarios conocerán dónde pueden ir a comer, comprar las cosas que necesitan diariamente para sus casas y cuál es su ubicación en la ciudad. El propósito de esta multimedia es darles el conocimiento necesario a estos jóvenes, para que se puedan desenvolverse con mayor facilidad en los alrededores de sus hogares y posteriormente, en sus localidades y ciudad, con el fin de que adquieran más seguridad y autonomía.

- **El papel de la comunicación - educación en la empresa.**

La principal característica del producto de esta empresa es que brinda a sus usuarios educación alternativa por medio de la comunicación, es decir, que tiene como herramienta las nuevas tecnologías, la interacción con estas y los procesos comunicativos que allí se generan.

Nosotros apuntamos a una educación no tradicional, es decir, una educación alternativa a través de la cual se den procesos comunicativos bi-direccionales, para evitar una “educación bancaria”, en la cual al educando se le obliga a aprender y recrear los conocimientos que las instituciones consideran como válidos, lo cual le resta importancia a la praxis.

Es por esto, que se acude a otro tipo de metodologías para la enseñanza, pues no se pretende enseñar a los niños y jóvenes con autismo y síndrome de asperger conocimientos

tradicionales como leer, escribir o realizar operaciones matemáticas, esto teniendo en cuenta que estos niños tienen una forma y unos ritmos diferentes de aprendizaje. Lo que pretendemos con este producto es brindarle a estos niños y jóvenes herramientas que les permitan socializar, con el fin de que puedan recibir sin dificultad educación. Por ejemplo, en la Fundación Futura los niños reciben un acompañamiento diario, reciben pautas de comportamiento y una constante motivación para potencializar sus capacidades, mostrándoles que ellos son seres humanos llenos de cualidades y con grandes talentos que deben explorar.

Paulo Freire en su texto “La pedagogía del oprimido” impulsa a estimular a los individuos a crear procesos de aprendizaje no unidireccionales, como en ocasiones la academia hace en sus métodos de enseñanza tradicionales, sino que debe ser bi-direccional, para que el aprendizaje se dé por medio de interacciones y de la praxis, como lo realizarán con la multimedia “Juntos Podemos”. (FREIRE, 1969: 11).

Un claro ejemplo de que el conocimiento no siempre debe ser producto de un depósito que el educador hace en el educando y que se pueden dar procesos de aprendizaje individuales son los niños autistas, ya que ellos tienen la capacidad de aprender solos a leer y escribir, lo que evidencia la existencia de diferentes procesos de aprendizaje y la necesidad de brindar diferentes alternativas de educación, como la que se encontrará en nuestro producto.

Rosa María Alfaro hace unos importantes aportes para nuestro proyecto en su libro “Otra Brújula: Innovaciones en la comunicación y el desarrollo”, en el cual asegura que la educación en medios requiere necesariamente de la formación de seres críticos en los temas que se desarrollan. Por eso este proyecto plantea como posibilidad educativa el uso de las tecnologías de la información como un instrumento facilitador de los procesos de aprendizaje de nuestros usuarios, lo que les permitirá pasar de ser “pasivos consumidores a productores de conocimiento a creadores de mensajes” (ÁLFARO, 2006:18)

Para que los niños y jóvenes sean productores y creadores del mismo producto, al iniciar el recorrido por la multimedia, los usuarios podrán construir y personalizar su perfil,

escogiendo su género, su edad, y la cara del personaje. Además podrán escoger el color de la interfaz, ya que no hay una gama predeterminada que sea agradable para todos los niños autistas. Luego de personalizar la multimedia (tercera etapa), los niños y jóvenes accederán a un menú, en el que encontrarán botones y vínculos sobre restaurantes, supermercados, lugares recreativos, tiendas de ropa y zapatos, mapa por localidades y en general, ubicación por Bogotá. En cada una de estas opciones los niños podrán conocer virtualmente alguno de los lugares que seleccionen o ver el recorrido real que deben hacer para llegar a ese sitio. Así se logrará que los usuarios por medio de la praxis exploren la ciudad y puedan suplir necesidades como alimentarse, recrearse y transportarse.

Este proyecto muestra cómo la comunicación y el uso de las nuevas tecnologías permiten desarrollar procesos educativos alternativos y apuesta a la comunicación-educación para salir de los esquemas tradicionales de aprendizaje, con el fin de darle importancia a otras áreas de conocimiento que no son propias de la academia.

Otro importante autor que alimenta teóricamente este proyecto es Xavier Zubiri, quien es referenciado por Luis de González y Germán Maquines, en su texto “Educación para el cambio” (GONZÁLEZ, 1989). Allí asegura que “la educación para el cambio ha de ser un proceso de posibilitación y en últimas de capacitación que permita al hombre ser autor y actor de su propia vida y no mero o simple agente y/o paciente de ella” (pág. 138), que es esto lo que pretende nuestro producto, porque queremos que sean los mismos usuarios los que adquieran nuevos conocimientos, y que esta capacitación les permita cambiar su propia vida.

Al hacer un análisis de la manera de operar entre la educación y la comunicación, debe haber una sinergia entre estos dos campos, debemos partir de que si nuestro rol dentro de este proceso es el de “educador”, debemos entender que los “educandos” cuentan con realidades inamovibles y con saberes que han construido y que para que funcione esta “relación” se deben establecer puentes entre los conocimientos previos de cada quien y “los contenidos del saber sistematizado” (ÁLFARO, 2006).

Esto quiere decir que no podemos hacer una separación de comunicación y de educación, debido a que van de la mano para generar procesos de construcción de conocimiento. Esto se evidenciará en la evolución y los cambios positivos que tengan los usuarios de la multimedia “Juntos Podemos”, dándoles herramientas que les faciliten el trabajo en grupo y la inclusión al ámbito laboral.

A su vez, Carlos Valderrama en su texto “Comunicación-educación coordinadas, abordajes y travesías”, argumenta que la interacción de los actores del proceso de enseñanza debe jugar un papel activo dentro del proceso educativo. Valderrama incentiva una manera de desmentir la visión lineal que tiene Ricardo Nassh en los años 60 sobre la educación y la comunicación, en la que se relaciona la educación (pedagogía) con las teorías de la comunicación y se plantea el siguiente esquema: Emisor=maestro; mensaje=saber; canal=medios; receptor=alumno. (VALDERRAMA, XIV 2000).

Esta forma de enseñanza, jerarquiza los lugares donde se imparte la educación, y pone al docente en un grado superior al de los educandos, por lo que se les muestra a los estudiantes que los profesores son los únicos dueños de la verdad y solo se identifican con un esquema de enseñanza, donde solo algunos conocimientos son válidos.

Debido a este enfoque unidireccional se ve la necesidad de adecuar los conceptos de información y comunicación a la educación y de pasar a ver al receptor-estudiante como actor en transformación, auto-constructivo (VALDERRAMA. 2000.P.XIII) en el que debe pasar de ser un receptor pasivo a un receptor activo.

Así aparece la importancia de las tecnologías en la cultura, en cuanto al impacto en la educación y en los procesos cognitivos, ya que brinda escenarios para la creación de nuevas propuestas en los ámbitos en los que se desenvuelve el ser humano.

Valderrama enuncia un conector entre Tecnología –Comunicación-Educación, basándose en aportes teóricos que realizó Mario Kaplún en su texto “Edu-comunicación”, en el que realiza una crítica al actual sistema educativo debido a que no está de acuerdo con que la

educación se base en la formación individual de personas, con carácter instrumental, que no se valora el diálogo y la educación es un simple instrumento de homogenización. (VALDERRAMA. 2000.P.XIII)

Mario Kaplún considera que la sinergia entre estos dos campos (medios-educación), logra dar un uso a los medios de modo que estos puedan contribuir al campo de la educación. Asegura que hay dos modos de entender y asumir estas dos áreas de conocimiento:

1. Vertical y unidireccional: considera al educando como sujeto de un proceso en el que tan solo aprende por medio del depósito de conocimiento del maestro en el educando.
2. Horizontal y bidireccional: la construcción de conocimiento se da por medio de la interacción de varias personas con el medio y con las personas que los rodean, lo que permite experimentar y conocer el mundo por medio de sus sentidos y la comprobación de la teoría. (KAPLÚN, 1997)

Estas dos formas de entender la sinergia entre medios-educación nos muestra que del uso que se le dé a los medios, continuará o no la uni-direccionalidad que hasta ahora se ha visto en los estudios, que puede llegar o no, a ser facilitador para los nuevos interlocutores.

En últimas, lo que se quiere plantear es la importancia del vínculo que debe existir entre medios de comunicación y desarrollo, pero entendiendo el desarrollo como “una cruzada de reconocimiento de problemas y soluciones” (ALFARO, 2006: 15). Nos interesa poder establecer los problemas y empezar a dar respuesta a las necesidades de los niños y jóvenes autistas y con síndrome de asperger, para que desde allí se pueda empezar a desarrollar un verdadero proceso de aprendizaje bidireccional y auto – constructivo.

- **MARCO LEGAL**

1.Sector de la economía. Clasificación CIIU:

8560: actividades de apoyo a la educación.

8559: otros tipos de educación.

2. Sector de Actividad: terciario o de servicios: principal elemento-capacidad humana.

Microempresa-Privada

Empresa SAS. (Sociedad Por Acciones Simplificadas. Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008).

Esta modalidad de empresa permite crear un negocio agilizando trámites y con un bajo presupuesto, ya que la cámara de comercio no exige revisor fiscal y junta directiva.

La principal ventaja de esta modalidad de empresa es que la actividad comercial no está limitada, no tiene restricciones, y permite la realización de toda clase de negocios sin comprometer el patrimonio de los inversionistas, que puede ser una sola persona, natural o jurídica. Además las acciones pueden ser ordinarias, con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con voto múltiple, privilegiadas, con dividendo fijo o acciones de pago, y adicional a esto, pero con la característica de que las acciones de las SAS no pueden negociarse en bolsa. (FinanzasPersonales.com.co S.F)

1. Inscripción Cámara de Comercio.

Anlly Vanesa Escucha Hilarión, identificada con la cédula de ciudadanía número 1.015.430.677 de Bogotá, con domicilio en la misma ciudad, en la calle 41 No 8-46, edificio olimpo 41; apto 304. La empresa tendrá por nombre Aprendamos Juntos, es una SAS (Sociedad Por Acciones Simplificada), empresa unipersonal (EU) a cargo de Anlly Vanesa Escucha Hilarión.

Esta empresa venderá un producto multimedia dirigido a niños y jóvenes autistas o con síndrome de asperger que tengan entre 5 y 25 años. Este producto es una herramienta que les permitirá a sus usuarios aprender sobre su cuidado personal, el trabajo en grupo y el reconocimiento de la ciudad con el fin de facilitarles su inclusión futura a los ámbitos escolar y laboral.

La multimedia contará con una guía que en su primera etapa les dirá, paso a paso, cómo abrocharse los botones, cómo hacer un nudo a los lazos de los zapatos, bañarse, lavarse los dientes, hacer ejercicio, jugar con niños de su edad. En la segunda etapa se les enseñará a no gritar, a escuchar, a concentrarse, a cumplir con alguna tarea encargada. Y en la tercera etapa, encontrarán una guía que los ubique en Bogotá y sus localidades. Se espera que puedan conocer algunos lugares clave de Bogotá a través de la pantalla de sus monitores o dispositivos portátiles y de esta forma aprendan a utilizar los medios de transporte, lo que les facilitaría el inicio de la vida laboral, brindándoles seguridad, autoestima y autonomía.

Se espera que con el desarrollo de estas etapas, los usuarios aprendan pautas de comportamiento que les permita incorporarse a la vida académica y desarrollar su vida laboral.

2. DEFINICIÓN DE PRODUCTOS Y/ O SERVICIOS:

- **PROYECTO**

Este proyecto busca llegar a este grupo poblacional (niños y jóvenes autistas y con síndrome de Asperger), por medio de la multimedia JUNTOS PODEMOS, a través de la cual encontrarán una guía que les permitirá a los usuarios aprender sobre el cuidado personal, la importancia del trabajo en grupo y cómo ubicarse en sus localidades y su ciudad. Con esto buscamos la inclusión escolar y laboral de estos niños y jóvenes.

El proyecto nace por la necesidad de brindar una solución alternativa de educación-comunicación a niños y jóvenes autistas y con síndrome de asperger que se encuentran desescolarizados o han tenido dificultad para escolarizarse. Por ello, en esta multimedia encontrarán una propuesta que no pretende enseñar disciplinas específicas, sino será una orientación en temas cotidianos, de convivencia, de comunicación y pautas de comportamiento social y una herramienta de ubicación, que esperamos sea de utilidad al momento de incorporarse a la vida académica y en el futuro a la vida laboral. Encontrarán tips que les permitan trabajar en grupo y una guía que se enfocará en el desarrollo de las capacidades de los usuarios y no en las dificultades que puedan tener.

- **Características**

La multimedia estará dividida en tres etapas, en la primera, aprenderán sobre el cuidado personal y en la segunda, sobre reglas de convivencia y trabajo en grupo y en la tercera encontrarán una guía de sus localidades y de la ciudad.

Cada una de las etapas tendrá una página de inicio, donde los usuarios podrán personalizar la multimedia. Tendrán la posibilidad de crear un perfil con su nombre, edad, género y dirección. Luego de llenar estos datos, los usuarios escogerán una fotografía animada que

será la que los representará. Luego de personalizar el producto, los usuarios pasarán al menú, donde podrán escoger la actividad que quieren desarrollar y así ir navegando por las opciones que el producto brinda. El menú es diferente para cada una de las siguientes etapas.

Etapa 1.

La multimedia JUNTOS PODEMOS le brindará a niños y jóvenes autistas y con síndrome de asperger una guía que les permita adquirir seguridad para desenvolverse en el ámbito social, escolar, familiar y de esta forma puedan socializar sin sentirse excluidos. El objetivo es que a futuro no necesiten de la constante directriz de sus familiares. Además este producto estimulará y potencializará las capacidades de estos niños y les permitirá "hacerse cargo de sí mismos" en cuanto al cuidado personal, esto significa, lograr que puedan abrocharse los botones, hacer un nudo a los lazos de los zapatos, que se bañen, laven los dientes, arreglen su cuarto o espacios, ordene la ropa sucia y la limpia, que hagan un cronograma de actividades para organizar su tiempo y usar su tiempo libre en actividades educativas o recreativas.

Etapa 2.

En esta etapa los usuarios encontrarán una guía sobre pautas de comportamiento que les permita incorporarse a la vida académica y desarrollar tranquilamente a futuro, su vida laboral.

Algunos temas que se tendrán en esta segunda etapa son: no gritar, la importancia de escuchar, concentrarse y seguir una orden según instrucciones previas. Aprender a trabajar en grupo, no alterarse ante el cambio de alguna rutina, no tener cambios de comportamiento tan drásticos, ser más amables y flexibles con las personas que los rodean y ser menos estrictos, no gritar, escupir, golpear o romper objetos, y mostrar actividades que pueden llamar su atención como pintar, tocar un instrumento musical, cantar, bailar o hacer alguna manualidad.

Etapa 3.

En la última etapa encontrarán un guía que les permita desenvolverse en la ciudad. Un recorrido turístico que les muestre los principales atractivos de Bogotá. Y lo más importante les mostrará cómo ubicarse, dónde queda el norte, el sur, el oriente y el occidente, en dónde quedan sus localidades, barrios y casas, para que de este modo conozcan su entorno y sepan dónde pueden conseguir los lugares que suplan sus necesidades, por lo que podrán escoger entre una lista de restaurantes, supermercados, tiendas de ropa, de zapatos cercanos al lugar donde viven. Además podrán tener un recorrido virtual por la localidades de Bogotá, con diferentes medios de transporte como la buseta, el Transmilenio, el SITP o por las ciclo vías, donde encontrarán imágenes reales que les permita identificar los lugares u objetos cuando ellos salgan a los recorridos reales.

Adicionalmente y como estrategia de permanencia del producto en el mercado, desarrollamos una plataforma virtual para poder conectar las multimedia, esto con el fin de que los usuarios puedan alimentar la plataforma por medio de fotografías que puedan compartir en el sitio web, y de este modo mostrar a otros usuarios, lugares atractivos que tiene la ciudad.

- **Necesidad del cliente que se va a resolver**

La mayoría de niños y jóvenes autistas o con síndrome de asperger, que son nuestros clientes no cuentan con autonomía a la hora de salir de casa y necesitan el constante acompañamiento de sus padres o personas encargadas de su cuidado. Nuestro producto pretende brindarle a nuestros usuarios las herramientas necesarias para que ellos ganen autoestima, descubran y potencialicen sus capacidades y no le tengan miedo a salir de sus casas o instituciones educativas. Pretende que con el paso del tiempo nuestros usuarios puedan salir de sus casas sin un acompañante, lo que les permitirá incluirse en el ámbito laboral o escolar con mayor facilidad.

- **Productos similares en el mercado**

Actualmente en el mercado no existe un producto similar al nuestro, lo que se puede encontrar son instituciones educativas donde los niños autistas o con síndrome de asperger

pueden recrearse con otros niños. Muy pocas instituciones buscan y potencializan las capacidades de estos niños y jóvenes. En su mayoría, se limitan a ser una “guardería”, donde el niño no recibe enseñanzas para su vida cotidiana.

Instituciones que trabajan en el mismo sector:

Fundación Anthiros

Fundación Avante

Fundación sexto sentido

NeuroRehabilitar

Fundación Futura

Lo que diferencia nuestro producto de estas instituciones, es que nosotros brindamos una alternativa educativa no convencional, que no les enseña áreas específicas del conocimiento, como español, matemáticas o historia, sino que busca un desarrollo integral de los niños y jóvenes autistas o con síndrome de asperger, quienes necesitan apropiarse de herramientas que les permita a futuro ser más autónomos, ya que una de las principales preocupaciones de sus familiares es sobre el futuro de sus hijos. Los padres de niños autistas viven con el temor de morir y que sus hijos queden a la deriva, o sean enviados a hospitales, que sean abandonados, excluidos o maltratado por su falta de autonomía.

- **Ingresos**

Esta empresa tiene como modelo de negocio B2B¹, ya que nuestros clientes potenciales serán las fundaciones, instituciones educativas para niños autistas, Secretarías de Educación y el Ministerio de Educación, pero no solo nos limitaremos a este modelo, también usaremos el B2C², utilizando como canal de mercadeo las redes sociales.

- **Valor agregado**

¹ B2C, (Business to Consumer) Actividad empresarial dirigida al cliente.

² B2B, (Business to Business) Actividad empresarial dirigida a otras empresas.

MODELOS DE E-BUSINESS Disponible en: www.cea.es/upload/ebusiness/modelos.pdf

Nuestro producto se preocupa por mostrarle a los niños y jóvenes autistas con síndrome de asperger y a sus familiares, que son personas llenas de cualidades y capacidades que necesitan ser visibilizadas y fomentadas, para que puedan ser personas más seguras e independientes. Además el producto va acompañado de una asesoría periódica que permitirá ver el avance de los usuarios con la multimedia “Juntos Podemos”.

- **Solución única**

Somos, hasta el momento la única empresa que le apuesta a incursionar con las nuevas tecnologías como medio de aprendizaje para niños autistas, que evidencia que la comunicación - educación es una alternativa viable para la adquisición de nuevos conocimientos y de saberes de la vida diaria.

EQUIPO DE TRABAJO Y SISTEMA DE NEGOCIO:

- Permanente

Psicólogo-docente.

Desarrollador de software.

- Para la elaboración del producto

Fotógrafo

Animador y diseñador

Programador

Docente experto en autismo

Comunicador - educador

Personaje	Rol	Experiencia
-----------	-----	-------------

Fotógrafo (a)	Será el encargado de hacer el recorrido por medio de fotografías. El fotógrafo capturará imágenes de lugares que permitan a los usuarios tener lugares de referencia para orientarse en su recorrido.	El fotógrafo deberá tener una cámara digital, y haber trabajado con fotografías de exteriores, para garantizar la calidad de las imágenes.
Animador (a) y diseñador (a)	El animador hará los retoques y adaptaciones de las fotografías para insertarlas en la multimedia, además les dará vida por medio del movimiento. El diseñador luego hará la diagramación y diseñará la interfaz.	Este profesional debe ser experto en animación en 3D, e infografías, para que los personajes sean de alta calidad, agradables y llamativos a los usuarios.
Programador (a)	Es el encargado de hacer que los usuarios puedan navegar por medios de los pantallazos de la diapositiva y crea los comandos necesarios para que los jóvenes puedan elegir el orden de la interacción con el producto.	El programador debe manejar con experticia programas de animación como flash, 17reamweaver y muse.
Psicólogo (a)	Es la encargada de ver el proceso evolutivo de los niños con el producto, ver si se están cumpliendo las metas y cómo se puede fortalecer el proceso educativo-comunicativo.	Debe ser una profesional con énfasis en educación especial, que conozca los procesos psicológicos y de aprendizaje de niños autistas y con síndrome de asperger.

<p>Comunicador(a)-educador(a)</p>	<p>El comunicador educador es el encargado de plantear las estrategias educativas en este producto multimedia, permitiéndoles a los usuarios crear aprendizaje por medio de la interacción y la praxis.</p>	<p>Debe ser un comunicador social con énfasis en educación, que desarrolle estrategias metodológicas que potencialicen procesos educativos en las nuevas tecnologías, creando y desarrollando los parámetros para crear un producto llamativo e innovador.</p>
<p>Docente especialista en autismo</p>	<p>Para el correcto funcionamiento de esta multimedia, un docente de la empresa hará un seguimiento mensual del avance de los niños con el uso de esta herramienta educativa.</p>	<p>Debe ser un docente especializado en trabajar con niños autistas, saber sobre su lenguaje y la manera de tratarlos cuando tengan alguna crisis.</p>
<p>Contador</p>	<p>Será la persona encargada de hacer el balance financiero de la empresa, de mostrar los resultados que está dando la venta de la multimedia.</p>	<p>Deberá tener experiencia en la administración de empresas privadas, entregando balances y resultados económicos periódicos.</p>

Vendedores	Serán las personas encargadas de comercializar la multimedia, de mostrar los beneficios a las personas y las instituciones educativas, para que se animen a comprar la herramienta tecnológica.	Debe ser una persona que tenga experiencia en mercadeo, que cumpla con metas de venta y que esté dispuesto a innovar constantemente para incrementar la venta del producto.
------------	---	---

- **Red de contactos**

Nuestros principales clientes serán las fundaciones que trabajen con niños y jóvenes autistas y con síndrome de asperger, como lo son la Fundación Anthiros, Fundación Avante, Fundación sexto sentido, NeuroRehabilitar y Fundación Futura. Otros clientes potenciales para nuestra empresa serán las secretarías y el Ministerio de Educación, para que les facilite a la población más vulnerable acceso a esta herramienta, a través de la cual los niños y jóvenes encontrarán una guía que les permita afianzar su autonomía, confianza e independencia por medio de las tres etapas de esta multimedia.

- **Alianzas**

Hasta el momento tenemos alianza con la Fundación Futura, que tiene su sede en el barrio Normandía en Bogotá, calle 51 No 70-30, interior 1.

La Directora y Fundadora de Futura, Rosa Elvira Sierra de Galán mostró interés en el producto que queremos ofrecer, ya que la Fundación y la empresa tienen el mismo propósito, incentivar a los jóvenes autistas y con síndrome de asperger a descubrir y potencializar sus capacidades, lo que les permitirá tener independencia e incorporarse a la vida laboral y escolar.

- **Recursos.**

La empresa necesita recursos humanos y tecnológicos.

En recursos humanos para la creación del producto necesitaremos un(a) fotógrafo(a), un(a) animador(a) o diseñador(a), un(a) programador(a), además necesitaremos para la elaboración del producto y para la comercialización de este un(a) psicólogo(a), un(a) comunicador(a) educador(a), un(a) docente especialista en autismo, u(a) contador(a) y unos vendedores o especialistas en mercadotecnia.

Los principales recursos tecnológicos que se necesitan para desarrollar este producto son: cámara profesional o semi, Photoshop, flash, Dreamweaver y muse. Pero estos recursos técnicos los suplirá cada profesional, ya que se contratará a un fotógrafo, un animador y diseñador en 2D y un programador, para que desarrollen un área de esta multimedia.

PLAN DE MERCADEO:

- **Cientes o grupos de clientes potenciales**

Fundación Anthiros

Fundación Avante

Fundación Sexto Sentido

NeuroRehabilitar

Fundación Futura.

Secretaría Distrital de Educación

Ministerio de Educación

Padres de familia de niños autistas o con síndrome de asperger.

- **Necesidades y problemas más significativos del cliente**

Uno de los principales problemas que tienen nuestros clientes es que son padres de niños, jóvenes o adultos que son totalmente dependientes de sus ellos (sus familias), razón por la cual nunca salen solos de sus casas, no conocen el transporte público y no se saben orientar. Además, su comportamiento los hace sentirse excluidos en múltiples ocasiones.

La dependencia de este grupo poblacional no solo afecta a los que lo padecen, sino a sus familiares, ya que usualmente el padre que se encarga del cuidado del niño, joven o adulto solo se dedica a su hijo y no desarrolla actividades paralelas. Esta dependencia es un factor que preocupa mucho a los padres, ya que ellos no dejan de pensar en qué será del futuro de su hijo cuando ellos falten, temen que los hermanos o familiares que queden a cargo del cuidado de sus hijos, los encierren, lastimen o abandonen, ya que los niños no son autónomos, ni en su cuidado personal.

- **¿Por qué compra el cliente?**

Nuestro producto entrará a suplir tres necesidades: la primera, les enseñará sobre su cuidado personal, les brindará herramientas a sus usuarios para apropiarse de los cuidados que deben tener con ellos mismos; segundo, se les enseñará qué reglas de comportamiento les permitirá socializar con mayor facilidad, para que no estén desescolarizados y les permita comprender cómo se deben comportar cuando se trabaja en grupo, además les mostrará la importancia de utilizar su tiempo libre en actividades que les permita desarrollar su autonomía. Esto ayudará a sus padres a hacer actividades paralelas a las que realizan sus hijos. Tercero, encontrarán una guía que les enseñe cómo utilizar el medio de transporte público como bus y bicicleta, reconocer cuáles son los lugares más útiles para suplir sus necesidades diarias como restaurantes, supermercados, lavanderías, tiendas de ropa, zapatos y zonas recreativas como parques, cines y centros comerciales en sus barrios y localidades y su ubicación con respecto a Bogotá. Esto con el fin de brindarles una herramienta que les permita ser más independientes y autónomos.

- **¿Cómo llegar al cliente?**

Para llegar a nuestros clientes tenemos dos estrategias, la primera es ofrecer capacitaciones a las fundaciones y entidades de educación, donde se muestre la importancia de implementar nuestro producto como método de educación alternativa y dar a conocer los beneficios que obtendrán los usuarios con la multimedia JUNTOS PODEMOS. Segundo, mostrar mediante redes sociales nuestro producto y los beneficios de éste al implementarlo con niños y niñas autistas o con síndrome de asperger. Además, haremos una alianza con las fundaciones que deseen implementar esta herramienta edu-comunicativa, y en cada

barrio, la psicóloga hará capacitaciones sobre el producto y mostrará las ventajas de usar la multimedia, para hacer una invitación a los ciudadanos a acercarse a la fundación donde encontrará esta nueva estrategia de aprendizaje que les permitirá a los usuarios ser más autónomos e independientes.

- **Competencia**

Actualmente no tenemos competencia en el mercado, ya que no existen propuestas educativas para niños y jóvenes autistas que involucren el uso de las nuevas tecnologías, que es nuestro plus, porque para este grupo poblacional, la tecnología llama mucho su interés y hay que recordar que una característica de los niños autistas es que pocas actividades logran captar su atención, pero cuando encuentran un producto u objeto llamativo crean un lazo afectivo con este. Por eso nuestra empresa es única en el mercado y brinda nuevas alternativas de comunicación y educación a sus usuarios.

- **¿Cuáles son sus puntos fuertes y débiles?**

Nuestro punto fuerte es la innovación, ya que actualmente en el mercado no se consigue un producto similar. Una posible dificultad a la que nos podemos enfrentar, es la falta de recursos tecnológicos en las fundaciones y hogares de nuestros usuarios.

- **Competidores directos e indirectos o sustitutos.**

La Multimedia JUNTOS PODEMOS hasta el momento no tiene un sustituto, ya que no hay un producto similar en el mercado. Además nosotros brindamos una herramienta que complementa la educación de los niños, jóvenes y adultos con autismo o síndrome de asperger, que van a encontrar en nuestro producto una herramienta de educación alternativa que se preocupa por darles instrucciones que son útiles en la vida diaria y que por lo general las fundaciones olvidan.

- **¿Qué estrategias utilizará para captar la atención del cliente?**

Por medio de conferencias y capacitaciones, mostraremos nuestro producto en instituciones educativas y en entidades gubernamentales, mostrando que nuestro producto es la primera opción de educación alternativa que usa las nuevas tecnologías para crear procesos de

aprendizaje por medio de la interacción y la praxis. Nuestro producto será llamativo para nuestros clientes, ya que les brinda la posibilidad de personalizar la multimedia, es decir, ellos deberán subir una foto para ponerle al personaje que hará el recorrido por Bogotá, además escribirán brevemente sus gustos y capacidades, haciendo una autobiografía.

Otro plus que tiene la multimedia JUNTOS PODEMOS es que este producto tendrá una opción para poderse conectar a una plataforma virtual, diseñada especialmente para la interacción de los usuarios del producto, brindando la posibilidad de mostrar sus creaciones o actividades en las que emplean su tiempo, además les brinda la opción de alimentar las rutas turísticas de Bogotá, para que la multimedia tenga un constante cambio, alimentado por sus usuarios.

Este producto también se caracteriza por la personalización que pueden hacer sus usuarios, ya que ellos podrán escoger el color de la interfaz, esto debido a que los niños autistas hasta el momento no tienen una gama de colores predeterminados que capten su atención o que les disguste, estos gustos son muy personales; por eso al iniciar la interacción con la multimedia, los usuarios tendrán la oportunidad de personalizar el personaje que los represente y de escoger los colores que observarán en la pantalla.

- **Medios de comunicación a los que recurriremos**

El principal medio de comunicación del que haremos uso son las TICs, las redes sociales, ya que permiten un acceso casi universal a la publicidad y a las especificaciones del producto. De manera que cualquier persona puede conocer la multimedia JUNTOS PODEMOS y saber que es un producto novedoso.

Escogimos una multimedia y una página en internet similar a Facebook, porque la tecnología es muy llamativa para los niños y jóvenes autistas y con síndrome de asperger. El principal problema al que nos enfrentamos cuando queremos trabajar con este grupo poblacional, es que es difícil captar su atención o encontrar algo que los motive, ya que son niños de cambios bruscos de temperamento, pueden pasar horas sentados mirando al techo, y de un momento a otro empezar a ver con detenimiento todos los objetos que se encuentran en el espacio en el que está.

Los niños autistas y con síndrome de asperger tienen una gran capacidad para memorizar, no tienen problemas neuronales que les imposibiliten el aprendizaje, tienen características no convencionales en su comportamiento, lo que en repetidas ocasiones los puede aislar. La multimedia hace uso de recursos tecnológicos que les propone un desafío intelectual individual, por lo que resultará muy llamativo para esta población.

- **Distribución del producto**

La multimedia JUNTOS PODEMOS será distribuida en dos nichos muy específicos: primero, las instituciones de educación de niños y jóvenes autistas. Segundo a padres de familia que tengan niños o jóvenes con síndrome de asperger. También se usarán dos canales de distribución: al por menor o un establecimiento propio. El principal propósito de la empresa es hacer llegar el producto a cada uno de los hogares donde haya una persona con autismo o síndrome de asperger y además, busca posicionarse como una herramienta clave en las fundaciones que tienen a cargo niños y jóvenes con estas características.

- **Cómo se llega a los clientes**

Llegaremos a los clientes por medio de asesorías y exposiciones a las entidades educativas, también por medio del mercadeo directo, también conocido como *mailing*, y por último, por el mercadeo digital o e-mailing. Realizaremos la entrega de folletos que muestren de forma concreta los beneficios de nuestro producto y las ventajas de usar la plataforma digital y las nuevas tecnologías. Este canal de mercadeo tiene como principal propósito mostrar la innovación que hay en la educación alternativa para niños autistas y con síndrome de asperger.

El otro propósito de esta multimedia es vincular este método de educación alternativa con las redes sociales, de modo que se pueda crear una historia virtual con los logros y capacidades que han desarrollado el usuario, y se pueda compartir sus experiencias en la red que fue creada especialmente para la interacción de las personas que usen esta multimedia.

También, por medio de las redes sociales invitaremos a los usuarios a conocer este producto, y a que se interesen por adquirirlo o por lo menos compartir la información que puede ser de interés para otras personas. Como último canal usaremos las exposiciones, que nos permitirá llegar a fundaciones y entidades encargadas de la educación, donde a través de conferencias se les mostrará las características y ventajas de este producto. Así, se tendrá también vínculos a futuro con los padres de familia.

Luego de realizar un vínculo con las fundaciones, nosotros por medio de mercadeo directo, como panfletos, perifoneo y compartir artículos en la web, invitaremos a las personas a conocer sobre el producto y sobre lo que ofrece la fundación. Esta tarea estará a cargo de nuestra psicóloga, quien expondrá todos los beneficios que obtendrán los niños y jóvenes que utilizan esta herramienta en la fundación.

- **Estrategia de posicionamiento**

Tendremos un logo que le dé identidad al producto, y un slogan atractivo que cause recordación por medio de la emotividad.

El logo tiene como propósito permitir que las personas identifiquen y asocien rápidamente el producto y el slogan resaltará el atributo principal del producto.

EL nombre de la empresa APRENDAMOS JUNTOS, surge de su razón social, la cual es brindar una herramienta que le permita aprender a niños y jóvenes por medio de la tecnología. Esta empresa surge de la necesidad de potencializar las dinámicas diarias de los seres humanos, y las nuevas tecnologías de la información buscan acercar a los seres humanos y brindar una nueva herramienta de aprendizaje. El logo tiene el nombre y una lápiz en forma de hoja, el lápiz representa la educación y el árbol los cimientos de la naturaleza y lo que se va a encontrar en este producto son enseñanzas necesarias para la vida diaria.

LOGO EMPRESA



SLOGAN PRODUCTO



y juntos lo lograremos!



ANÁLISIS DE RIESGOS:

- Riesgos que puedo tener en mi modelo de negocio
Al iniciar el proyecto nos podemos enfrentar con dos riesgos: primero, que las fundaciones no cuenten con computadores o tabletas, o que los niños no puedan acceder a estos recursos tecnológicos. Segundo, si los niños tienen dispositivos móviles que les permita acceder a la multimedia y a internet. Este problema de acceso a computadores o dispositivos móviles se puede solucionar mediante convenios. Primero, la Fundación puede pedir ayuda tecnológica a la Secretaría o al Ministerio de Educación. Segundo, la Fundación puede pedir a las marcas fabricantes de estos aparatos electrónicos un descuento para la adquisición al por mayor de estos aparatos.
- Otro riesgo es la falta de dinero para poner en marcha el proyecto, es decir, no contar con la totalidad del dinero para contratar a las personas que van a elaborar el producto. Esto se puede solucionar con un préstamo bancario.
- También nos podemos ver enfrentados al riesgo de que copien ilegalmente nuestro producto, eso se solucionará de dos formas, primero, poniendo una cláusula en la venta de la multimedia. El derecho de usar la multimedia será exclusivamente para

la Fundación con que se haga el convenio, aclarando que solo ellos tienen la autorización para usar esta herramienta edu-comunicativa. Segundo, el producto se venderá personalizado, tendrá una clave de acceso y la personalización por medio de un usuario, lo que hará que no todos tengan accesos a interactuar con el producto.

- Otro riesgo al que nos podemos ver enfrentados es que los niños avancen rápidamente por la multimedia y al no encontrar algo nuevo la desechen. Una forma de solucionar esto es permitiendo que el producto en la tercera etapa sea alimentado por sus usuarios, es decir, que los niños y jóvenes autistas y con síndrome de asperger, luego de hacer sus recorridos, puedan compartir sus experiencias a través de la plataforma a la que pueden conectar su multimedia, y si lo desean pueden compartir su perfil y las actividades que hacen, como dibujar, pintar, hacer poemas, cuadros etc. Esta nueva herramienta le permitirá a sus usuarios alimentar las rutas de transporte, podrán subir a la red la foto y la dirección del lugar que encontraron interesante. Otra ventaja que tiene este nuevo punto es que les permitirá a sus usuarios saber si otros usuarios se encuentran cerca de su casa, o de la institución educativa a la que asiste.

6. PLAN FINANCIERO:

Para iniciar este proyecto necesitamos una inversión mínima de 15'000.000 (quince millones de pesos moneda c/te, de los cuales se destinarán a la creación de la tercera etapa de la multimedia y la plataforma, 105.000 para la creación de la empresa en la cámara de comercio de Bogotá, 2'000.000 para la compra de equipos, (Computador, video vin e impresora), y los 3'895..000 millones restantes son provisiones serán destinados al pago de impuestos y al sostenimientos durante el primer trimestre, mientras pasa la etapa de consolidación de la empresa.

costos fijos mensual	
concepto	valor
gastos de comunicación (teléfono e internet)	\$ 90.000,00
suelo de psicólogo	\$ 1'000.000,00


Mantenimiento de software	\$	1'000.000,00
publicidad móvil vehículo	\$	1'000.000,00
costo Total fijos	\$	3'090.000,00

costos variables mensuales	
concepto	valor
Servicio de Mailing	\$ 5.000,00
depreciación (computador , video vin)	\$ 3.000,00
suministros de oficina	\$ 20.000,00
salón comunal	\$ 80.000,00
Costo Total variables	\$ 108.000,00
Costo Total por mes	\$3.198.000,00
Presupuesto costos fijos Y variables a 6 meses	\$19.188.000,00

Costo producción	
Realización producto multimedia tercera etapa y la plataforma	9'000.000
Compra equipos	2'000.000
Provisiones (pago impuestos) y legalización de la empresa	4'000.000
Costo total producción	15'000.000,00
Costo Total producción y 6 meses de gastos	\$ 34.188.000,00

precio de venta unitario	\$ 3'418.800,00
ventas	10
Precio de venta a fundación	5'000.000,00
ingreso total por ventas	\$ 50'000.000,00
Cuota administración multimedia x usuario	\$ 15.000,00
Punto de equilibrio	7 ventas Ingresos por 35'000.000,00

7. PRESENTACIÓN LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO³:



PROBLEMÁTICA


-Casi 10 mil niños menores de 14 años que viven en la ciudad de Bogotá sufren algún tipo de trastorno de aprendizaje, lo que les genera dificultades para relacionarse, para educarse y para incorporarse a la vida laboral.

TRASTORNOS DE APRENDIZAJE

- Dislexia (lectura-escritura)
- Discalculia (conceptos numéricos, aritmética)
- TANV Trastorno del aprendizaje no verbal. (motricidad-socialización)
- TDA-H (trastorno por déficit de atención con o sin hiperactividad).

CARACTERÍSTICAS NIÑOS AUTISTAS Y CON SÍNDROME DE ASPERGER.

- Aislados, no interactúan con personas de su edad.
- Cambios fuertes de temperamento.
- Inocentes
- poseen rutinas milimétricas.
- agresivos e impacientes (gritan, lloran, escupen, golean).
- dificultad para vestirse, hacer un nudo al lazo de los zapatos o abrocharse los botones. (dependientes).
- Excelente memoria.
- Aprender solos a leer y escribir.
- perfeccionistas.
- Facilidad para las manualidades.



RAZÓN SOCIAL

Brinda a niños y jóvenes autistas, específicamente con síndrome de asperger entre los 5 y 25 años una educación alternativa, por medio de la multimedia “Juntos podemos”, que operará en tres niveles de acompañamiento:

1. Educación cuidado personal (5-10 años).
2. Reglas socialización (10-15 años).
3. Cómo ubicarse en Bogotá (15-25 años).

MISIÓN

Somos una empresa pionera en la educación alternativa de niños y jóvenes autistas, específicamente con síndrome de asperger, que está orientada a brindarles herramientas para que se sientan seguros de sí mismos, autónomos e independientes, con el objetivo de que puedan vincularse con más facilidad a la vida escolar y a futuro, laboral.

VISION

Ser una empresa reconocida a nivel regional, nacional e internacional por la labor de educación alternativa e inclusión de personas autistas y con síndrome de asperger, que les permitirá potencializar sus capacidades y así lograr un proceso inclusión más fácil a la vida escolar y laboral.

OBJETIVOS

- Corto plazo: plan piloto
- Mediano plazo: posicionarse como una empresa reconocida y confiable para la educación alternativa
- Largo plazo: Cambiar la concepción de los familiares y hacer una alianza estratégica con la secretaría y el ministerio de educación.

³ Este lienzo está basado en la herramienta CANVAS. Clark, Tim. *Tu modelo de negocio*. 2012.



ALIADOS CLAVE

- Ministerio de educación
- Secretaría de educación

PRODUCTO: MULTIMEDIA: JUNTOS PODEMOS

- Etapa 1
- Etapa 2
- Etapa 3

PLUS

- Personificación del producto
- Navegabilidad
- Plataforma-(perdura el producto)

OFRECEMOS

- pautas de cuidado personal
- pautas de socialización
- guía de ubicación en la ciudad

MERCADEO

- Alianza con las fundaciones.
- B2C
- B2B

BUSCAMOS:

Brindar autonomía a sus usuarios, lo que les facilitará la inclusión escolar y laboral.

ESTRATEGIA DE VENTAS

- Marketing Directo para proporcionar cuota de administración, \$ mensual x usuario.
- Emailing
- perifoneo, volantes y tarjetas
- Redes sociales

CLIENTES:

- Fundación Anthiros
- Fundación Avante
- Fundación Sexto Sentido
- NeuroRehabilitar
- Fundación Futura.
- Fundación Rompiendo barreras
- LICA liga colombiana de autismo
- Padres de familia de niños autistas o con síndrome de asperger.



PLAN FINANCIERO

EMPRESA:

Aprendamos Juntos S.A.S

SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS
Sector de la economía
Clasificación CIIU: 8560
actividades de apoyo a la educación.

costos fijos mensual	
concepto	valor
gastos de comunicación (teléfono e internet)	\$ 90.000,00
sueldo de psicólogo	\$ 1'000.000,00
Mantenimiento de software	\$ 1'000.000,00
publicidad móvil vehiculo	\$ 1'000.000,00
costo Total fijos	\$ 3'090.000,00
costos variables mensuales	
concepto	valor
Servicio de Mailing	\$ 5.000,00
depreciación (computador , video vin)	\$ 3.000,00
suministros de oficina	\$ 20.000,00
salón comunal	\$ 80.000,00
Costo Total variables	\$ 108.000,00
Costo Total por mes	\$3.198.000,00
Presupuesto costos fijos Y variables a 6 meses	\$19.188.000,00



PLAN FINANCIERO

EMPRESA:

Aprendamos Juntos S.A.S

SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS
Sector de la economía
Clasificación CIU: 8560
actividades de apoyo a la educación.

Costo producción	
Realización producto multimedia tercera etapa y la plataforma	9'000.000
Compra equipos	2'000.000
Provisiones (pago impuestos) y legalización de la empresa	4'000.000
Costo total producción	15'000.000,00
Costo Total producción y 6 meses de gastos	\$ 34.188.000 ,00
precio de venta unitario	\$ 3'418.800,00
ventas	10
Precio de venta a fundación	5'000.000,00
ingreso total por ventas	\$ 50'000.000,00
Cuota administración multimedia x usuario	\$ 15.000,00
Punto de equilibrio	7 ventas Ingresos por 35'000.000,00

Link Plataforma multimedia:

<http://sicomunicadores.com/van/>

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALFARO. Rosa María. Otra Brújula: Innovaciones en la comunicación y desarrollo. Perú. 2006

Emprendedores. Futuros empresarios. 2008. Consultado: Marzo 20 de 2014. Dsponible en <http://emprendedores2008.blogspot.es/1204523580/empresa-unipersonal/>

Finanzas Personales.com.co Publicaciones Semana S.A. (S.F.) Consultado: junio 10 de 2014. Disponible en: <http://www.finanzaspersonales.com.co/impuestos/articulo/por-que-vale-pena-constituir-sas/37888>

FREIRE. Paulo. Pedagogía del oprimido (edición incompleta) introducción FioriErnani María. Santiago de Chile. 1969. Consultado: marzo 23 de 2014. Disponible en: <http://www.servicioskoinonia.org/biblioteca/general/FreirePedagogiadelOprimido.pdf>

S.A. Definición y tipos de empresa. S.A. Consultado: abril 20 de 2014. Disponible en: <http://emprendimientoudi.wikispaces.com/file/view/Tipos+de+Empresas.pdf>

VALDERRAMA. Carlos Eduardo. Comunicación-educación, coordenadas, abordajes y travesías. Bogotá-Colombia. 2000. Consultado: 20 de marzo de 2014. Disponible en: <http://books.google.com.co/books?id=HBOglJGgd4C&printsec=frontcover&dq=carlos+eduardo+valderrama.+coordenadas,+abordajes+y+travesias&hl=es&sa=X&ei=eg6KU6urKeapsQT-tlIGYDQ&ved=0CC4Q6AEwAA#v=onepage&q=carlos%20eduardo%20valderrama.%20coordenadas%2C%20abordajes%20y%20travesias&f=false>