

# PEDAGOGIA WEB

Barragan Adriana Angelica

Corporación Unificada de Educación Superior - CUN  
Escuela de ciencias administrativas  
Tecnología en Gestión Administrativa  
Bogotá D.C, 2018

# PEDAGOGIA WEB

## Opción de Grado 2

Alejandro Rodríguez Rodríguez, Investigador Principal, Técnico en mantenimiento de equipos y computo de sistemas, Politécnico Suramericano L&H y Técnico Profesional en Procesos Administrativos, Corporación Unificada de Educación Superior CUN

Corporación Unificada de Educación Superior CUN  
Escuela de Ciencias Administrativas  
Tecnología en Gestión Administrativa  
Bogotá D.C, 2018

Nota de aceptación

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Ciudad y fecha (día, mes, año) \_\_\_\_\_

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a mis padres, amigos y profesores quienes han sido parte fundamental en mi proceso de formación, adicionalmente doy gracias porque sin el apoyo de estas personas este proyecto no se hubiese realizado.

Alejandro Rodríguez Rodríguez

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco en primer lugar a Dios ya que ha sido nuestro guía y ha permitido de cierta forma recordar el día a día nuestros objetivos propuestos con su presencia, También agradezco a nuestros padres que son el motor y nos han brindado el apoyo suficiente y ha sido fundamental para el desarrollo y avance en cada una de las etapas en nuestras vidas.

Damos gracias ala profesora Barragan Adriana Angelica quien participó de algún modo en el desarrollo de nuestro proyecto de investigación; con su tiempo, dedicación y paciencia, debemos recalcar que su aporte fue vital porque este cuenta con grandes conocimientos para el desarrollo del planteamiento del proyecto aquí expuesto.

A la universidad Corporación Unificada Nacional de Educación Superior - CUN y a todas sus directivas, por formarnos diariamente con sus profesionales.

## CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
INTRODUCCIÓN .....	10
1. EL PROYECTO.....	11
1.1. PLANTEAMIENTO.....	
1.2. JUSTIFICACION.....	
2. ANALISIS PESTEL .....	12
3. MATRIZ IDEA DE NEGOCIO .....	13
4. ANALISIS DE MERCADO .....	14
5. TECNICA DE INVESTIGACION .....	16
5.1. ENCUESTA .....	16
5.2. INTERPRETACION (Fuetes Primaria).....	18
5.3. VIABILIDAD DEL PROYECTO (Fuestes Secundarias) .....	26
6. PLAN MARKETING .....	36
6.1. INTRODUCCION .....	36
6.2. PRODUCTO .....	38
6.3. MERCADO.....	40
6.4. LOCALIZACION .....	43
6.5. PREVISION DE VENTAS .....	43
6.6. COMUNICACION .....	45

7. MARKETING II.....	46
7.1. MARCA .....	46
7.2. IMAGEN CORPORATIVA .....	47
7.3. DISEÑO DE EMPAQUE.....	48
7.4. SERVICIO POST-VENTA.....	48
8. RED DE DISTRIBUCION .....	49
9. CONCLUSIONES .....	52
10.FUENTES DE INFORMACION.....	53

## LISTA DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. ANALISIS PESTEL .....	12
Tabla 2. MATRIZ IDEA DE NEGOCIO .....	13
Tabla 3. RANGO DE CALIFICACIONES .....	13
Tabla 4. ANALISIS DE MERCADO .....	15
Tabla 5. PROCESO PRODUCTIVO .....	39
Tabla 6. ANALISIS PESTEL 2 .....	40
Tabla 7. ANALISIS MERCADO 2 .....	42
Tabla 8. DIAGRAMA DE COMUNICACION.....	45

## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1. USO DE RECURSOS TECNOLOGICOS.....	18
Figura 2. FRECUENCIA DE HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS.....	19
Figura 3. INTERVECCION ACCESO DE NAVEGACION .....	20
Figura 4. PAGINA MAS FRECUENTES .....	21
Figura 5. PREPARACION DE FORMACION ACADEMICA .....	22
Figura 6. POBLACION ACTUAL LABORANDO .....	23
Figura 7. TIMPOS DE DESPLAZAMIENTO .....	24
Figura 8. TECNOLOGIA PARA LA FORMACION ACADEMICA .....	25
Figura 9. ENCUENTRO DIGITAL – ECONOMIA NARANJA .....	26
Figura 10. PRESIDENTE DE COLOMBIA 2018.....	28
Figura 11. KIOSKO DIGITAL .....	30
Figura 12. MESA DE DIALOGO.....	32
Figura 13. ENCUENTRO RECTORES UNIVERSIDADES.....	34
Figura 14. UBICACIÓN GEOGRAFICA .....	43
Figura 15. TECNOLOGIA.....	48

## INTRODUCCIÓN

Para obtener el título de Tecnólogo, en el presente proyecto se podrá encontrar un análisis en base a la investigación respecto a una de las problemáticas que concibe los estudiantes en las Universidades; que realizan la práctica de estudiar y trabajar al mismo tiempo, y sus limitantes en cuanto al tiempo, el dinero y el desplazamiento que han sido variables que dispersan de forma directa los objetivos de los futuros emprendedores y empresarios del país.

El proyecto se basa en casos reales, de estudiantes Universitarios de los cuales manifiestan puntos de vista diversos en cuanto a la educación superior y sus perspectivas de calidad con el uso de nuevas tecnologías, permitiendo identificar las necesidades básicas en el mercado en cuanto a la formación profesional, y encontrar variantes que sustentan de forma positiva el proyecto de Pedagogía Web, solidificando con planes de contingencia y alternativas de solución universal.

Se establece que ante la continua creación de empresa que existe en la ciudad capitalina y el afán por mejorar la competitividad; con nuevas soluciones integrales y de innovación, nace la idea de desarrollar un proyecto pedagógico que permita a muchos estudiantes el acceso a la academia superior con un mecanismo propio basado en tecnologías existentes, acercando el desarrollo mental de forma dinámica, proactiva y de fácil adaptación.

## **EL PROYECTO**

### **1.1.Planteamiento**

Mediante la observación reconocemos que la Universidad de la CUN también Corporación Unificada Nacional de Educación Superior, cuenta con programas tanto virtuales como presenciales; permitiendo abarcar mediante la modalidad de ciclos propedéuticos un mercado considerable en cuanto a la prestación de servicios como establecimiento capacitado en la enseñanza superior e investigación, otorgando títulos profesionales.

Partiendo de este concepto identificamos la necesidad de que los estudiantes busquen realizar sus estudios superiores de modo que sea mucho más accesible al conocimiento, haciendo de este más enriquecedor y satisfactorio sin la necesidad de derrochar tiempo y dinero, con el desplazamiento continuo dentro de parámetros de lejanías.

### **1.2.Justificación**

Evidenciando que la Corporación Unificada Nacional de Educación superior CUN está en busca de nuevos mercados nacionales e internacionales, el departamento administrativo determina la urgencia de realizar un proyecto de investigación, acorde a programas académicos exclusivos de la CUN, que permita de algún modo una interacción de estudiantes con docentes más personalizada, haciendo uso de las Tecnologías, la Innovación, la Inteligencia Artificial, entre otros, que se encuentran en el mercado; partiendo de que gran parte de los universitarios trabajan y estudian al mismo tiempo impidiendo de algún modo una eficiencia considerable de sus labores y el desplazamiento.

## ANÁLISIS PESTEL

Una herramienta de estrategia empresarial de estudio del entorno.

Dentro del análisis PESTEL se pretende identificar los factores internos y factores externos en el mercado objetivo.

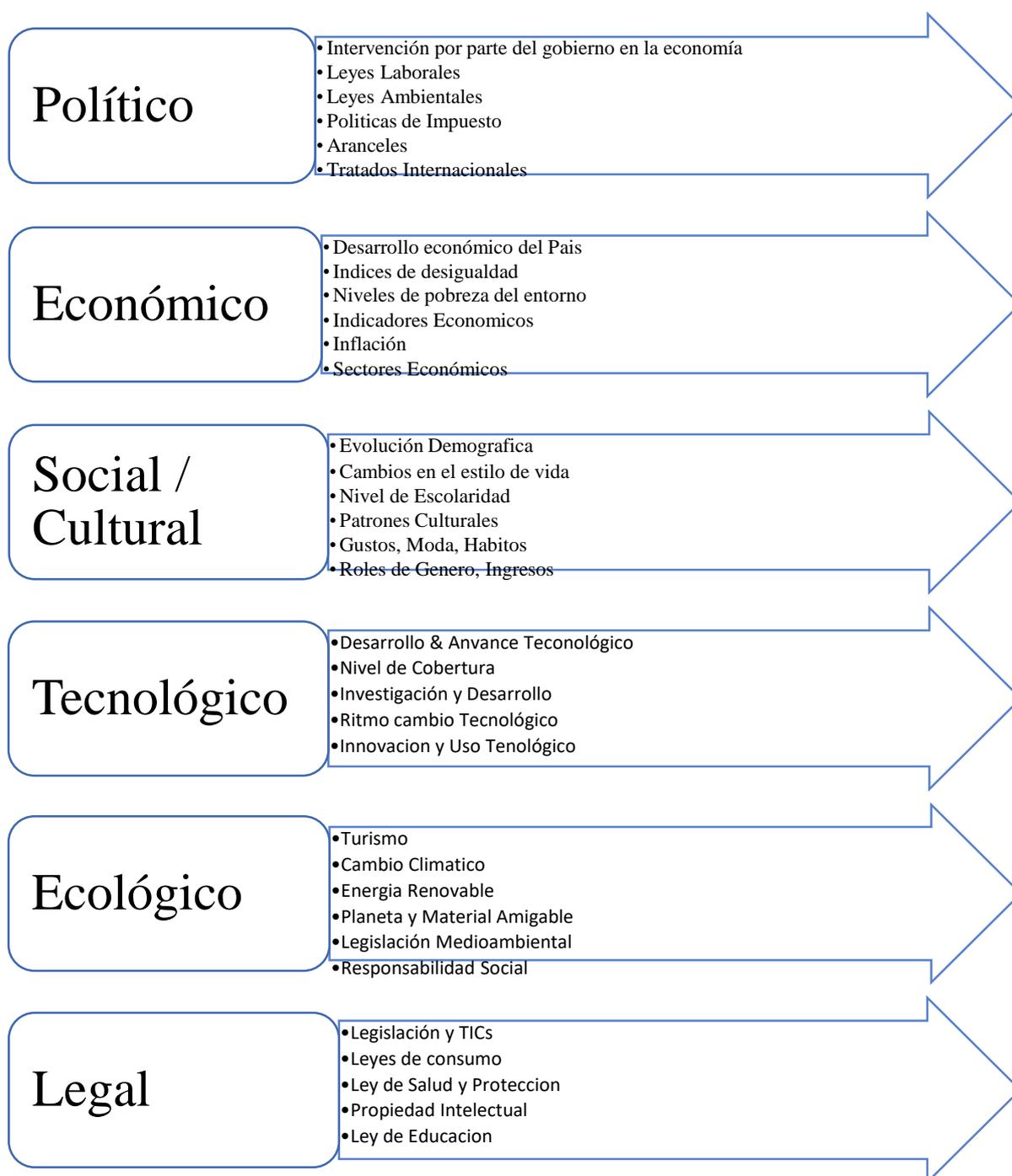


Tabla N°1 – ANALISIS PESTEL

## MATRIZ IDEA DE NEGOCIO

Idea de Negocio	¿Existe Demanda?	Capacidad de Conocimiento Propio	Recursos Propios	Competencia	Total
	Peso 40	Peso 30	Peso 20	Peso -10	
1) Pedagogía Web	$40 \times 4 = 160$	$30 \times 3 = 90$	$20 \times 3 = 60$	$-10 \times 3 = -30$	280
2) Barber Movil	$40 \times 3 = 120$	$30 \times 4 = 120$	$20 \times 2 = 40$	$-10 \times 3 = -30$	250

**Tabla N°2 – MATRIZ IDEA DE NEGOCIO**

### 1.3. Rango de Calificaciones

<b>Muy Alta</b>	<b>4</b>
<b>Alta</b>	<b>3</b>
<b>Baja</b>	<b>2</b>
<b>Muy Baja</b>	<b>1</b>

**Tabla N°3 – RANGO DE CALIFICACIONES**

## ANÁLISIS MERCADO

Dentro de la investigación realizaremos una segmentación con respecto a nuestro mercado objetivo.

### Mercado Objetivo

Geográfico	Iniciaremos en el país colombiano, Principalmente en la Ciudad de Bogotá.
Demográfico	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Edad: Etapa Productiva a partir de los 19 años de edad</li> <li>2) Sexo: Tendremos en cuenta el género Masculino y Femenino independiente de su condición.</li> <li>3) Estado Civil: Para ese segmento tendremos en cuenta: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Soltero/a</li> <li>- Comprometido/a</li> <li>- Casado/a</li> <li>- Divorciado/a</li> </ul> </li> <li>4) Número de Hijos: Preferiblemente un segmento con control de natalidad no mayor a 4 hijos.</li> <li>5) Ocupación: Para este ítem tendremos en cuenta un sector netamente ocupado laboralmente con estabilidad o ingresos estables</li> </ol>
Socioeconómico	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Clase Social: Tendremos en cuenta las siguientes categorial; <ul style="list-style-type: none"> <li>- Clase Media Baja</li> <li>- Clase Media</li> <li>- Clase Media Alta</li> </ul> </li> <li>2) Nivel de Estudio: Pregrado y Posgrado; <p style="margin-left: 20px;"><b>Pregrado</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nivel Técnico Profesional (relativo a programas Técnicos Profesionales).</li> <li>- Nivel Tecnológico (relativo a programas tecnológicos).</li> <li>- Nivel Profesional (relativo a programas profesionales universitarios).</li> </ul> <p style="margin-left: 20px;"><b>Posgrado</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Especializaciones (relativas a programas de Especialización Técnica Profesional, Especialización Tecnológica y Especializaciones Profesionales).</li> <li>- Maestrías.</li> <li>- Doctorados. Etc</li> </ul> </li> <li>3) Poder Adquisitivo: Para poder hacer cumplir este segmento nos inclinaremos con personas que tenga un poder adquisitivo responsable, es decir que puedan adquirir una</li> </ol>

	<p>suma específica de dinero y realicen un funcionamiento lógico a la hora de adquirir un bien o servicio, cuyo ingreso estén entre 1 SMLV hasta 5 SMLV.</p>
<p>Psicográfica</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clientes: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudiantes &amp; Posibles estudiantes que estén en la disposición de aprender, realizar sus labores y cumplir sus objetivos que impulsen su capacidad de adaptar nuevos conocimientos en el campo laboral y profesional.</li> </ul> </li> <li>2. Comportamientos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Para determinar este mercado nos limitaremos a encontrar a personas con gusto o afines similares de los cuales encontraremos: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gusto por el Aprendizaje</li> <li>2. Capacidad de Comprensión</li> <li>3. Fascinación por la lectura</li> <li>4. Necesidad de adquirir nuevos conocimientos</li> <li>5. Deseos de crecer profesionalmente</li> <li>6. Mejorar las oportunidades laborales en el mercado</li> <li>7. Deseos de generar mayores ingresos</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>3. Hábitos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dentro del concepto, podemos decir que para segmentar esta categoría nos inclinaremos a un hábito de consumo Tecnológico y de Educación, es decir aquellas personas cuyos comportamientos estén estrechamente relacionados en el día a día con el uso de las tecnologías y la necesidad de enriquecer el conocimiento.</li> </ul> </li> <li>4. Estilos de vida: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inclinación a personas con estilos de vida <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dieta Saludable</li> <li>2. Estilo de Vida Deportiva</li> <li>3. Estilo de Vida Budista</li> <li>4. Desarrollo Personal</li> <li>5. Crecimiento Intelectual</li> <li>6. Personas amigables con el planeta</li> <li>7. Aficiones a Investiga e Innovar</li> </ol> </li> </ul> </li> </ol>

Tabla N°4 – ANALISIS DE MERCADO

## TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN

Para el proyecto de investigación, procedemos a diseñar una Encuesta con el objetivo de recopilar información necesaria, para generar un análisis en relación a los datos recogidos bajo un instrumento cuantificable.

### ENCUESTA

#### Finalidad

Concebir la importancia del uso Tecnológico para simplificar la práctica de Estudiar y Trabajar en la educación.

Nombre: \_\_\_\_\_ Escolaridad: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ Ocupación: \_\_\_\_\_

- 1) ¿Hace uso de los recursos Tecnológicos; como los Smartphone, ¿Computadores, Tables, entre otros?:

Sí  No

- 2) ¿Qué tan frecuente es el uso de estas herramientas?

1 Hora  2 a 5 Horas  Más de 5 Horas

- 3) Con respecto al acceso a Internet, ¿Qué Medio interviene la navegación de su artefacto Tecnológico?

- Conexión Wifi Nacional  
 Conexión Wifi Empresarial  
 Conexión Wifi Institución de Educación  
 Compra de Datos

- 4) Cuando navega por Internet ¿Qué frecuenta con regularidad?

- Noticias
- Redes Sociales
- Revistas
- Videos
- Ofertas

5) ¿Actualmente realiza alguna actividad correspondiente a una preparación de formación Académica?

Sí                       No

6) ¿Se encuentra Laboralmente Trabajando?

Sí                       No

7) ¿Qué tiempo demora usted en desplazamiento del trabajo a su institución académica?

Menos de 20 Min     20 a 30 Min     Mas de 40 Min

8) ¿Usaría la Tecnología para formarse académicamente a futuro?

Sí                       No

## INTERPRETACION DE ENCUESTAS

Fuestas Primarias

### Gráfica N° 1

Encuesta, Uso de Recursos Tecnológicos.

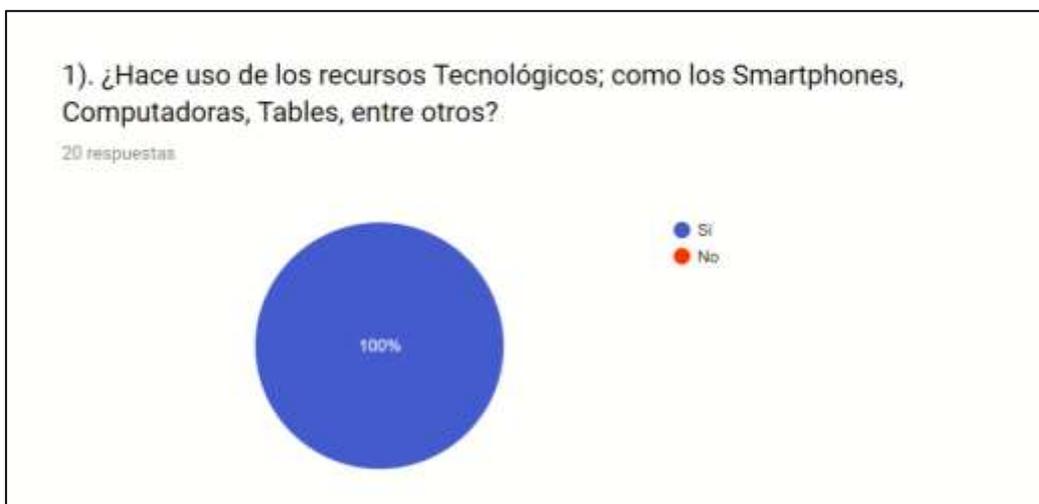


Figura N°1 – USO DE RECURSOS TECNOLÓGICOS

### Análisis

De acuerdo al informe gráfico, respecto al uso de recursos tecnológicos. Se puede evidenciar que el 100% de las personas encuestadas hacen uso de cualquier instrumento tecnologico presente en el mercado, ya sea computadores, Smartphone, Tables entre otros

## Gráfica N° 2

Encuesta. - Frecuencia de Herramientas Tecnológicas

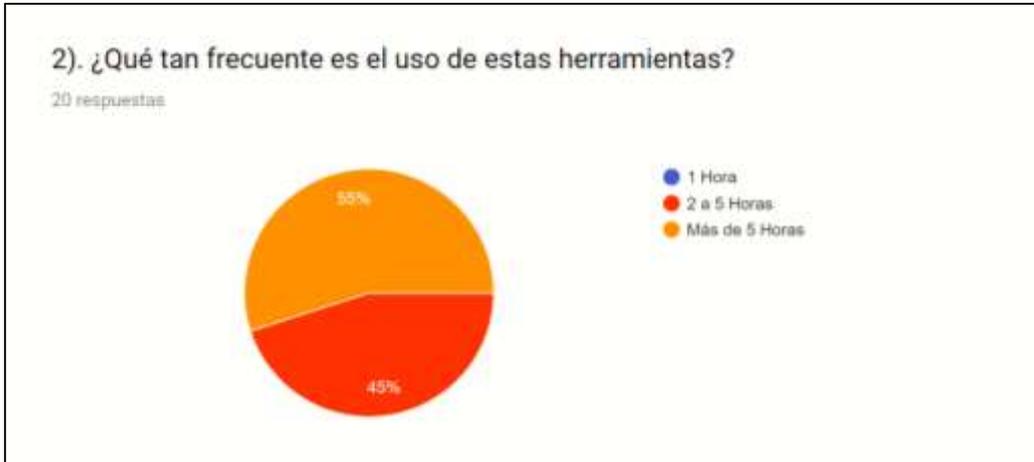


Figura N°2 – FRECUENCIA DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

### Análisis

De acuerdo al informe gráfico, podemos observar que el 55% de la población encuestada hace uso de las herramientas tecnológica con una frecuencia mayor a 5 horas diarias, en contraparte el 45% de los encuestados dedican entre 2 a 5 horas diarias, permitiendo entender que la sociedad a través del tiempo hace cada vez más uso de las herramientas tecnológicas.

### Gráfica N° 3

Encuesta, - Intervención al acceso de Navegación

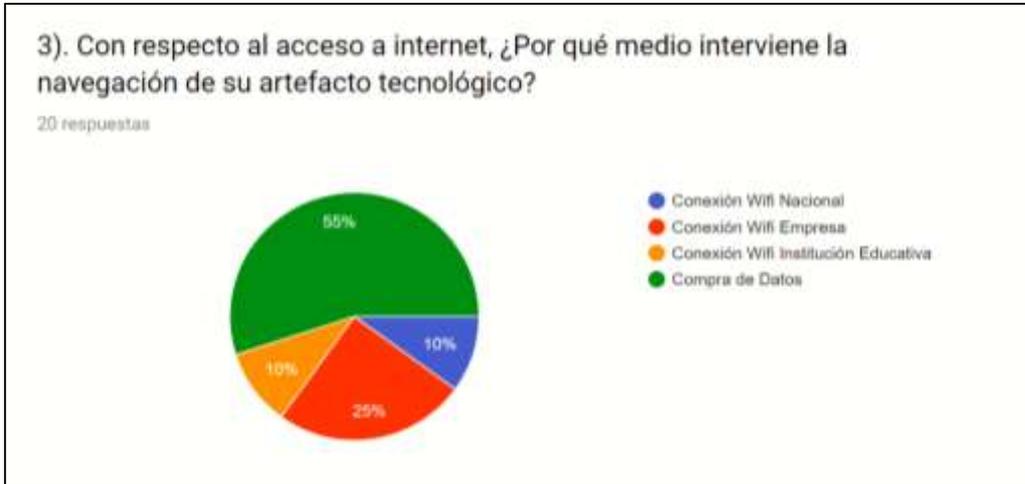


Figura N°3 – INTERVENCIÓN AL ACCESO DE NAVEGACIÓN

#### Análisis

De acuerdo al informe gráfico respecto al acceso a internet, se evidencia que 55% de los encuestados hacen compra de datos, el 25% se conectan via wifi de la empresa, el 10% se conecta via wifi de un intituto de formacion academica y el otro 10% se conecta a través de plataformas que pone a disposición el estado colombiano.

#### Gráfica N° 4

Encuesta, - Páginas con más frecuencia

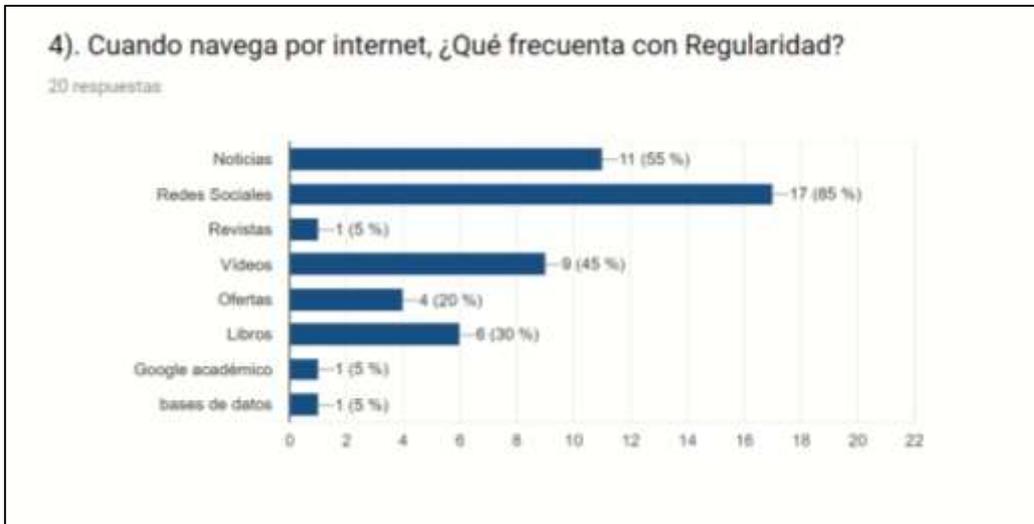


Figura N°4 – PÁGINAS CON MÁS FRECUENCIA

#### Análisis

De acuerdo al informe gráfico, las personas encuestadas frecuentan con regularidad las Redes Sociales teniendo una participación del 85%, seguido de las noticias con un 55% de frecuencia, un 45% asegura usar sus herramientas de tecnología para ver videos, el 30% frecuenta páginas de uso intelectual ya se libros, novelas, documentos etc, el 20% de los encuestado visita páginas de ofertas y descuentos, y el otro 5% restante visitan páginas en relacion a Revistas, Bases de datos y Google Académico.

**Gráfica N° 5.**

Encuesta, - Preparación de Formación Académica



**Figura N°5 – PREPARACIÓN DE FORMACIÓN ACADÉMICA**

**Análisis**

De acuerdo al informe gráfico, en la actualidad el 80% de los encuestados indican realizar una formación académica evidenciando un punto favorable por el hecho de percibir que la población colombiana dedican más tiempo a una formación académica de viabilidad e intelectualidad a futuro; el otro 20% restante indican no estar realizando actualmente una preparación de estudios.

## Gráfica N° 6

Encuesta, - Población actualmente laborando.

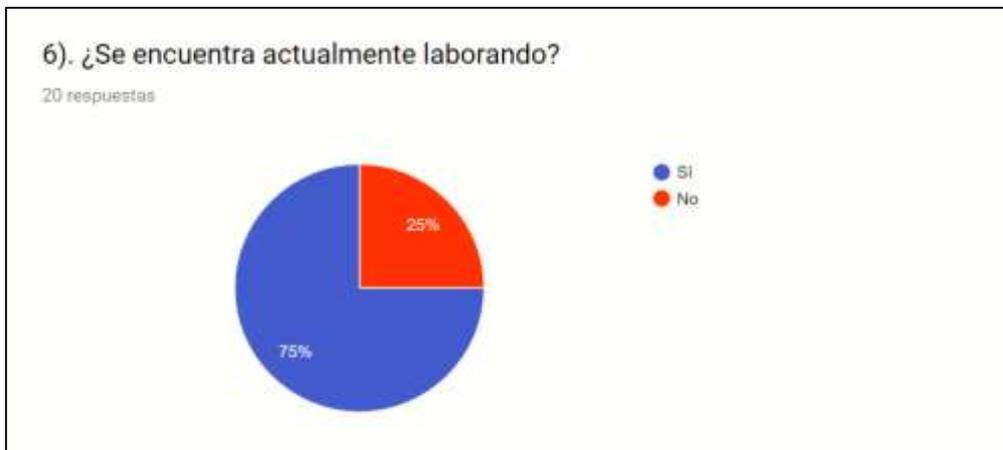


Figura N°6 - POBLACIÓN ACTUALMENTE LABORANDO.

### Análisis

Dentro de este informe, se puede evidenciar que el 75% de la población encuestada se encuentra laborando con formalidad y el 25% no se encuentra económicamente estable. Los factores pueden ser infinitos pero

### Gráfica N° 7.

Encuesta, - Tiempos de Desplazamiento

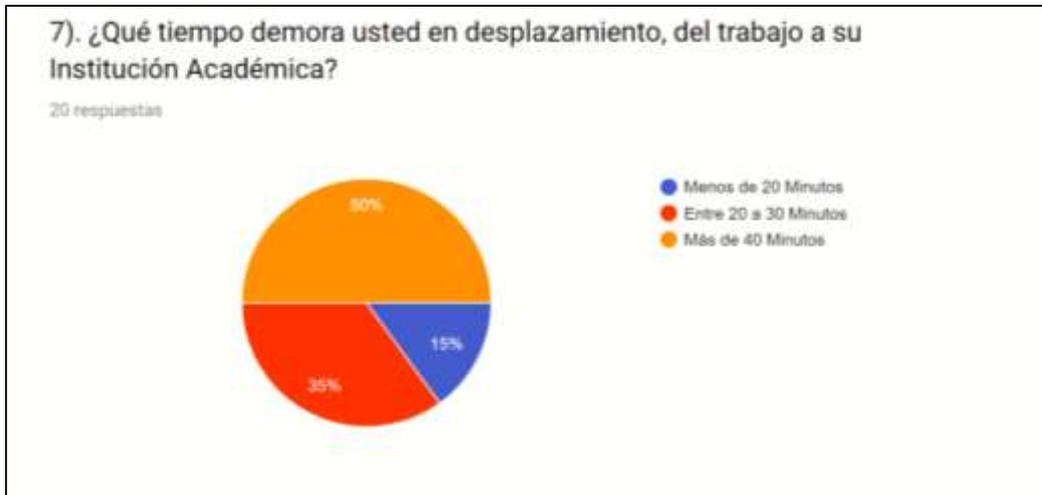


Figura N°7 - TIEMPOS DE DESPLAZAMIENTO.

### Análisis

Dentro de la gráfica se puede interpretar que el 50% de la población encuestada demoran en desplazarse más de 40 minutos diarios del trabajo a su institución de formación académica, el otro 50% restante indica que 35% demora entre 20 a 30 minutos en desplazamiento y 15% demora menos de 20 minutos en desplazarse. Es evidente que la población dedica una participación considerable de tiempo en desplazamiento sin poder hacer uso productivo de ese tiempo.

### Gráfica N° 8.

Encuesta, - Tecnologías para la formación académica

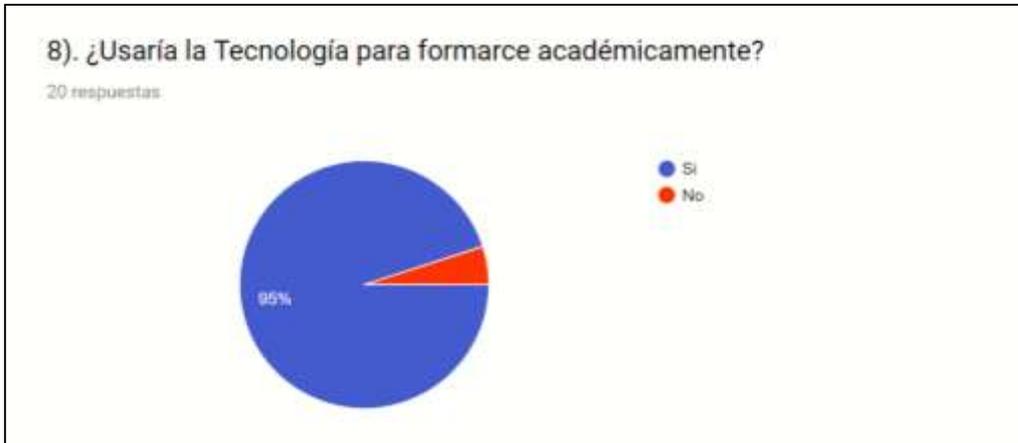


Figura N°8 - TECNOLOGÍAS PARA LA FORMACIÓN ACADÉMICA.

### Análisis

Ya para terminar de acuerdo al informe gráfico, se evidencia que el 95% de la población encuestada están propiamente familiarizados con el concepto de poder formarse académicamente a través de herramienta tecnológica y los avances tecnológicos siendo así muy favorable ya que el proyecto propende incluir investigaciones en relación a la innovación y las herramientas tecnológicas para evitar perder el tiempo en desplazamientos y otros factores que se presentan en el entorno.

## VIABILIDAD DEL PROYECTO

Fuentes Secundarias

### 1) MiniTICS

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

Creatividad, talento y emprendimiento serán protagonistas en Colombia 4.0, Encuentro Digital de Economía Naranja

En el evento, que se llevará a cabo del 23 al 26 de octubre en Corferias, los colombianos contarán con un espacio para conocer experiencias y conectarse con grandes exponentes nacionales e internacionales de animación, videojuegos, música, fintech, entre otros temas relacionados con las industrias creativas digitales. La inscripción es gratuita.

Figura N°9 – ENCUESTRO DIGITAL – ECONOMIA NARANJA.



Colombia 4.0, Encuentro Digital de Economía Naranja

Colombia 4.0, el Encuentro Digital de Economía Naranja organizado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), será la oportunidad de conectar e inspirar a los colombianos con los mejores exponentes del talento mundial en materia de videojuegos, animación, medios, música, seguridad digital, emprendimiento, publicidad y fintech.

Durante el evento, que se realizará del 23 al 26 de octubre, se analizarán y discutirán las oportunidades y perspectivas que genera la Economía Naranja, con el propósito de promover a artistas, productores, emprendedores, diseñadores, programadores, realizadores y demás personas que con su creatividad generan negocios de alto impacto y desarrollo económico en las diferentes regiones del país.

Más de 140 conferencistas nacionales e internacionales serán los encargados de actualizar a los asistentes en los diferentes tracks, en los que también habrá espacios de intercambio, aprendizaje y capacitación para incrementar la productividad y generar nuevos negocios.

En estos cuatro días, los colombianos tendrán la oportunidad de ver a grandes talentos del mundo en cada una de sus áreas, entre ellos: Adrián Molina, codirector y guionista de *Coco*, film de Pixar ganador del Óscar a Mejor Película Animada 2018; Catherine Hicks, animadora de personajes de Pixar; Michelle Blok, artista previsual de *Game of Thrones*, y Martin La Land Romero, artista principal de efectos visuales en *Star Wars: Secretos del Imperio*.

Igualmente, participarán Tyler Pinckard, Arquitecto de Blockchain de Manifold Technology-Coffee Shift, INC; Johnny Casamassina, Vicepresidente senior de desarrollo creativo en Jam City; Caritta Seppä, cofundadora de Tespack; José Velásquez, fundador de Veltrac Music; Inanc Balci, cofundador y socio de Crestone Venture Capital Partners, entre otros.

En el marco de este encuentro, periodistas de Bogotá y de diferentes regiones del país podrán participar en un taller con Radio Ambulante, podcast en español que cuenta crónicas latinoamericanas. De otro lado, en la Muestra Naranja, las empresas de animación y videojuegos darán a conocer sus mejores proyectos y desarrollos a todos los asistentes, quienes tendrán la oportunidad de profundizar en la oferta colombiana de contenidos creativos digitales, además de experimentar con algunos de sus juegos.

Adicionalmente, en alianza con ProColombia y bajo la campaña de internacionalización Colombia Bring IT On, habrá un salón de negocios en el que los empresarios y emprendedores de la industria podrán ponerse en contacto con potenciales compradores e inversionistas para generar oportunidades de negocio que proyecten sus empresas a nivel internacional.

Finalmente, como parte de la programación musical de Colombia 4.0, las tardes del 24, 25 y 26 de octubre llegarán acompañadas por los sonidos innovadores de bandas y artistas colombianos. MinTIC apoyará a cuatro de estas agrupaciones para participar en el South by Southwest 2019, festival de arte y música en Austin, Texas. Además, solo con presentar la escarapela de Colombia 4.0, se podrá ingresar gratuitamente a los conciertos de Hermoso Ruido, festival de música independiente, aliado de este evento en el desarrollo del track de música.

Quienes no asistan presencialmente, podrán conectarse a todas las conferencias de la programación a través de la señal en vivo que estará disponible [www.col40.co](http://www.col40.co), donde también se puede hacer la inscripción al evento, que es totalmente gratuita.

## 2) Conectividad y Cobertura 5G

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

El Proyecto de Modernización del Sector TIC motivará una gran inversión en conectividad y cobertura: Presidente Duque

El Jefe de Estado indicó que, si este Proyecto de Ley sale adelante, Colombia podrá hacer la transición en la próxima década hacia el 5G y se mejorará la calidad de vida de los ciudadanos gracias a la tecnología.

Figura N°10 – PRESIDENTE DE COLOMBIA 2018.



Presidente Iván Duque Márquez

El Presidente de la República, Iván Duque, destacó que el Proyecto de Ley de Modernización del Sector TIC, hará "que la regulación sea más ágil, más efectiva y que motive una gran inversión en términos de conectividad y cobertura".

El Presidente tomó como ejemplo el caso de España, que gracias a la toma de las medidas regulatorias indicadas, se convirtió en el país con mayores inversiones en conectividad por parte del sector privado.

"Si logramos sacar adelante este Proyecto, con el apoyo de nuestros congresistas, tendremos una legislación moderna, que va a permitir que Colombia haga la transición hacia el 5G en la próxima década, y tengamos acceso y conectividad en todo el territorio colombiano, mejorando la calidad de vida de nuestros compatriotas", destacó el Mandatario durante el Taller Construyendo País realizado en Nueva York.

El Proyecto de Ley de Modernización del Sector TIC radicado esta semana por la Ministra TIC, Sylvia Constaín, creará las condiciones para conectar a más colombianos y así hacer más competitivas las regiones, generar empleo, reactivar la economía y dejar bases sólidas para la Cuarta Revolución Industrial.

### 3) Kioscos Digitales

Ministerio TIC garantiza el servicio en 2.472 Kioscos Digitales, honrando el compromiso de dar continuidad al proyecto

La Ministra de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Sylvia Constaín, anunció que se firmó la ampliación de los contratos que garantizan la operación de 2.472 Kioscos Digitales, con los cuales el Gobierno del Presidente Iván Duque garantiza la operación de la totalidad de estos espacios (6.879) hasta noviembre, en beneficio de las comunidades rurales de Colombia.

Figura N°11 KIOSKO DIGITALES.



Luego de diferentes gestiones presupuestales y contractuales, el Ministerio TIC anunció que cerró las negociaciones con los dos operadores restantes de la segunda fase del proyecto Kioscos Digitales, con lo cual la entidad garantiza la continuidad del servicio de estos centros rurales de acceso a las TIC hasta el mes de noviembre de 2018.

Con el apoyo de los operadores que cerraron negociación en esta semana, un total de 2.472 Kioscos se suman a los 3.767 que anunció la Ministra TIC la semana pasada, además de 640 que ya tenían contrato hasta noviembre de 2018, con lo cual la entidad logró que 6.879 Kioscos en total sigan beneficiando a las comunidades rurales con acceso y formación TIC.

Con esta nueva adición, se amplía el servicio hasta noviembre, con el fin de garantizar que los entes y usuarios beneficiados puedan mitigar el impacto de la transición a la nueva política sectorial 2018 - 2022 'El Futuro Digital es de Todos'.

Los Kioscos en operación atienden los centros poblados de más de 100 habitantes.

### **Kioscos Vive Digital**

Los Kioscos Vive Digital son de la comunidad para la comunidad instalados en lugares comunes y frecuentes como casas de familia, salones comunales, droguerías, tiendas, colegios y escuelas, donde además de internet los usuarios pueden acceder a otros servicios como telefonía, escáner, impresiones y fotocopias.

## Fases Kioscos Vive Digital

**Fase 1:** Con el fin de dar continuidad a programas anteriores de telefonía y acceso comunitario a internet en las zonas rurales del país, el Ministerio a través del proyecto Kioscos Vive Digital Fase 1, ha estado beneficiando a las comunidades de las zonas rurales y/o apartadas de Colombia desde hace tres años, a través de capacitaciones básicas en TIC y a una oferta formativa específica, desarrollada de acuerdo a los intereses y necesidades de cada región. Este proyecto finalizó durante el primer bimestre del 2016. Ver más.

**Fase 2:** Con el fin de expandir el éxito de la Fase 1 y su impacto positivo en las comunidades que habitan en las zonas rurales y apartadas de Colombia, el Gobierno Nacional adjudicó 5524 Kioscos Vive Digital adicionales que están operando en todos los departamentos del país donde las comunidades beneficiadas por este proyecto se pueden alfabetizar digitalmente, realizar trámites y servicios con el Estado y optimizar sus actividades. Estos están ubicados principalmente en establecimientos y sedes educativas en las cuales durante las horas lectivas los docentes y estudiantes pueden acceder a las TIC para apoyar sus actividades pedagógicas, y en horario extracurricular, la comunidad en general puede hacer uso de los servicios que se prestan en el Kiosco. Adicionalmente se encuentran Kioscos Vive Digital instalados en resguardos y comunidades indígenas, bases militares, parques nacionales naturales, zonas de consolidación, donde las comunidades que viven en sus alrededores se benefician de los servicios prestados a través de las TIC. Ver más.

**Fase 3:** A través de la tercera fase del proyecto Kioscos Vive Digital se han instalado 1.231 KVD con el fin de dar continuidad a la política de acceso universal a las TIC en las zonas rurales y apartadas del país donde se encontraban ubicados los KVD de la Fase I, y de la misma manera dar cumplimiento a los objetivos del Plan Vive Digital 2014-2018, permitiendo así que las comunidades beneficiadas continúen accediendo a los servicios de telefonía y conectividad a Internet, lo cual a su vez facilitará la implementación de una estrategia de apropiación para que estos servicios sean aprovechados por la comunidad en su diario vivir.

\*Como parte del Proyecto Nacional de Conectividad de Alta Velocidad serán instalados 953 (130 instalados) Kioscos Vive Digital en departamentos de la Amazonía, Orinoquía y Chocó. Ver más.

4) Instituciones de Educación Superior Acreditadas  
Ministerio de Educación Nacional

Invito a las Instituciones de Educación Superior acreditadas a construir en equipo el Plan Nacional de Desarrollo del sector educativo: Ministra de Educación

11 de septiembre de 2018

Trabajo en equipo, articulación y fortalecimiento del sistema de educación superior fueron algunos de los puntos de la reunión que se realizó hoy entre la ministra de educación y los 52 rectores de las Instituciones de Educación Superior (IES) acreditadas.

**Figura N°12 – MESA DE DIALOGO.**



Bogotá, septiembre de 11 de 2018. Este martes, la Ministra de Educación, María Victoria Angulo, se reunió con los rectores de las universidades acreditadas del país para invitarlos a construir, de manera conjunta, el Plan Nacional de Desarrollo del sector educativo y continuar con los avances y retos que se tienen en materia de educación superior.

“Es importante que las IES acreditadas estén activas en todos los foros y talleres que se están realizando en diferentes regiones del país para la construcción del PND”, puntualizó Angulo.

Así mismo, la Ministra socializó los talleres que el ministerio inició, el pasado viernes en Medellín, donde se escucha y se recogen sugerencias para la elaboración del PND e invitó a los rectores que se sumaran a estos encuentros.

La Ministra expuso las siete (7) líneas que recogen las propuestas que el señor Presidente, Iván Duque, había compartido en campaña, y a partir de las cuales se diseñarán las políticas educativas del Gobierno Nacional:

1. Bienestar y Equidad en el Acceso a la Educación
2. Desarrollo Integral de Calidad para la Primera Infancia
3. Todos por una Educación de Calidad
4. Más y Mejor Educación para la Ruralidad
5. Agenda de Impulso a la Educación Superior
6. Entornos Escolares para la Vida
7. Haciendo Equipo por una Mejor Gestión Educativa

“La invitación es que hagamos equipo para que las Instituciones nos den sus aportes pensando en el sistema para fortalecerlo y en los avances y retos que se tiene en este campo”, mencionó la ministra.

Otro de los temas que se mencionaron en la reunión, fue el decreto 1280 de 2018, en el cual la ministra hizo énfasis en el análisis y el trabajo para fortalecer el sistema, para ello se van a realizar unos talleres que el Ministerio va a liderar para construir una visión compartida de la calidad, con el fin de transformar y desplegar los mecanismos que promuevan la calidad de la Educación Superior.

#### 5) Universidades Públicas

Ministerio de Educación Nacional

Ministra de Educación y rectores de Universidades Públicas se reúnen por la educación superior del país

04 de septiembre de 2018

En la reunión con los rectores de las Universidades públicas, la Ministra sostuvo un diálogo constructivo sobre los retos que tiene el país en educación superior y el rol del sistema Universitario Estatal (SUE) en el fortalecimiento del sistema de Educación Superior.

**Figura N°13 – ENCUENTRO RECTORES UNIVERSIDADES.**



Bogotá D.C., 4 de septiembre de 2018. En su primera reunión con los rectores de las universidades públicas del país, la ministra de Educación Nacional, María Victoria Angulo, en un diálogo constructivo, habló con los rectores sobre la agenda de Impulso a la Educación Superior, en la que destacó los avances, retos y metas del Sector.

"Esta primera sesión es para conocer las prioridades de las Instituciones, su visión regional, sus avances en acceso, calidad e investigación y sus propuestas de cara a las apuestas que en educación superior construye el gobierno nacional", puntualizó la ministra de Educación.

Como parte de la agenda de Impulso a la Educación Superior se analizará la situación financiera del sector y se trabajará por la consecución de fuentes adicionales; se priorizará el acceso, la permanencia y la efectiva graduación en el sistema con enfoque de región; el aseguramiento de la calidad y la ruta de implementación del decreto 1280 de 2018; el avance de la investigación en las instituciones y su articulación con el sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación.

"También serán prioridad las tecnologías de información y comunicación, la educación superior virtual, así como los subsistemas de educación que se desarrollan en el país, que son iniciativas de los gobiernos locales comprometidos con la educación superior regional.", señaló la Ministra.

Al finalizar la Ministra puntualizó en el trabajo que se realizará de manera interinstitucional con Icetex, Icfes y Colciencias, además de la disposición al diálogo constructivo y del trabajo en conjunto por el sector.

## **PLAN DE MARKETING**

### Concepto

Marketing es el “conjunto de actividades encaminadas a conseguir los objetivos comerciales previstos en la empresa, detectando las necesidades de la clientela, para llegar a satisfacerlas de la forma más rentable posible para la empresa”.

### **Tema N° 1**

#### **INTRODUCCIÓN**

##### 1. ¿Cuál es la actividad que deseo desarrollar?

Se establece que ante la continua creación de empresa que existe en la ciudad capitalina y el afán por mejorar la competitividad; con nuevas soluciones integrales y de innovación, nace la idea de desarrollar un proyecto pedagógico que permita a muchos estudiantes el acceso a la academia superior con un mecanismo propio basado en tecnologías existentes, acercando el desarrollo mental de forma dinámica, proactiva y de fácil adaptación.

##### 2. ¿Qué bienes y/o servicios voy a ofrecer?

Evidenciando que la Corporación Unificada Nacional de Educación superior CUN está en busca de nuevos mercados nacionales e internacionales, el departamento administrativo determina la urgencia de realizar un proyecto de investigación, acorde a programas académicos exclusivos de la CUN, que permita de algún modo una interacción de estudiantes con docentes más personalizada, haciendo uso de las Tecnologías, la Innovación, la Inteligencia Artificial, entre otros, que se encuentran en el mercado; partiendo de que gran parte de los universitarios trabajan y estudian al mismo tiempo impidiendo de algún modo una eficiencia considerable de sus labores y el desplazamiento.

### 3. ¿A quién los voy a vender?

El proyecto se basa en casos reales, de estudiantes Universitarios de los cuales manifiestan puntos de vista diversos en cuanto a la educación superior y sus perspectivas de calidad con el uso de nuevas tecnologías, permitiendo identificar las necesidades básicas en el mercado en cuanto a la formación profesional, y encontrar variantes que sustentan de forma positiva el proyecto de Pedagogía Web, solidificando con planes de contingencia y alternativas de solución universal.

## Descripción de la Actividad

### 1. Sector de actividad

Empresa dedicada a prestación de Servicios. Por su actividad, la empresa se encuentra en el sector Terciario, y más concretamente, en el sector de conocimientos, donde se aplica las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), especialmente la informática e Internet & Cuaternario apoyada bajo la educación Superior. Este sector abarca la industria de la información, la tecnología de punta, las telecomunicaciones, la investigación científica y, sobre todo, la educación.

### 2. Ámbito geográfico de actuación.

En el mercado nacional, se distribuirá en el país colombiano, Principalmente en la Ciudad de Bogotá. Y en el ámbito internacional nos inclinaremos en aquellos países europeos a una planeación a futura.

### 3. Segmento de mercado o clientela potencial.

- Edad: Etapa Productiva a partir de los 19 años de edad
- Sexo: Tendremos en cuenta el género Masculino y Femenino independiente de su condición.
- Estado Civil: Para ese segmento tendremos en cuenta:  
Soltero/a  
Comprometido/a

Casado/a

Divorciado/a

- Número de Hijos: Preferiblemente un segmento con control de natalidad no mayor a 4 hijos.
- Ocupación: Para este ítem tendremos en cuenta un sector netamente ocupado laboralmente con estabilidad o ingresos estables

## **Tema N° 2**

### **PRODUCTO (BIENES Y/O SERVICIOS)**

#### 1. Definición de producto (bienes y/o servicios)

Proyecto pedagógico prestador de servicios de carácter intangible que no puede tocarse ni almacenarse, que permita a los estudiantes el acceso al conocimiento superior con un mecanismo propio basado en tecnologías existentes sin la necesidad de derrochar tiempo y dinero, con el desplazamiento continuo dentro de parámetros de lejanías.

#### 2. Características comerciales del producto (bienes y/o servicio).

Una empresa que requiere un departamento de Investigación basado en el concepto Tecnológico e Innovador en relación al desarrollo de las Tecnologías y los avances en los artefactos tecnológicos paralelo a la Educación Superior con el objeto de generar necesidades a estudiantes que suplan a través de un servicio los desplazamientos en parámetros de lejanía.

#### 3. Proceso productivo en las empresas de fabricación o prestación de servicios

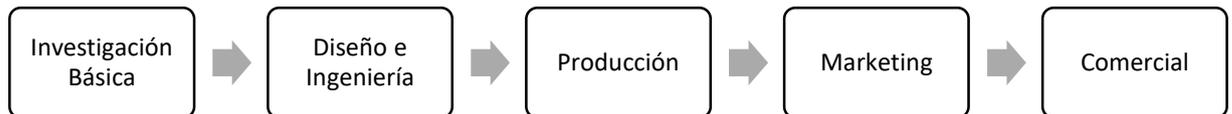
La viabilidad técnica del proyecto se tendrá en cuenta variables tales como:

- ✓ Infraestructura

Pedagogía Web dentro de un margen de infraestructura, requiere la utilización de equipos específicos que atribuyan la investigación y el desarrollo de pruebas piloto en la implementación de Softwares de integración en la educación y los artefactos tecnológicos; para poder cumplir con esto requeriremos de espacios que estén en contacto con la naturaleza en primer lugar, lugares lúdicos, lugares abstractos entre otras técnicas,

todo basado en el desarrollo de nuevas ideas que permitan el desarrollo innovador y el aprendizaje didáctico siempre en pro al objetivo general de la empresa

✓ Proceso Productivo.



**Tabla N°5 – PROCESO PRODUCTIVO**

✓ Recursos humanos.

Dentro del recurso humano tendremos en cuenta personas capacitadas especialmente con estudios avanzados, perfiles en relación a la pedagogía, ingeniería, master en educación, psicología de aprendizaje, métodos de adaptación, personal didáctico con capacidad crítica de análisis, adaptabilidad, innovación y desarrollo tecnológico de comunicación y aprendizaje.

## Tema N° 3

### MERCADO

#### 1. Análisis PESTEL

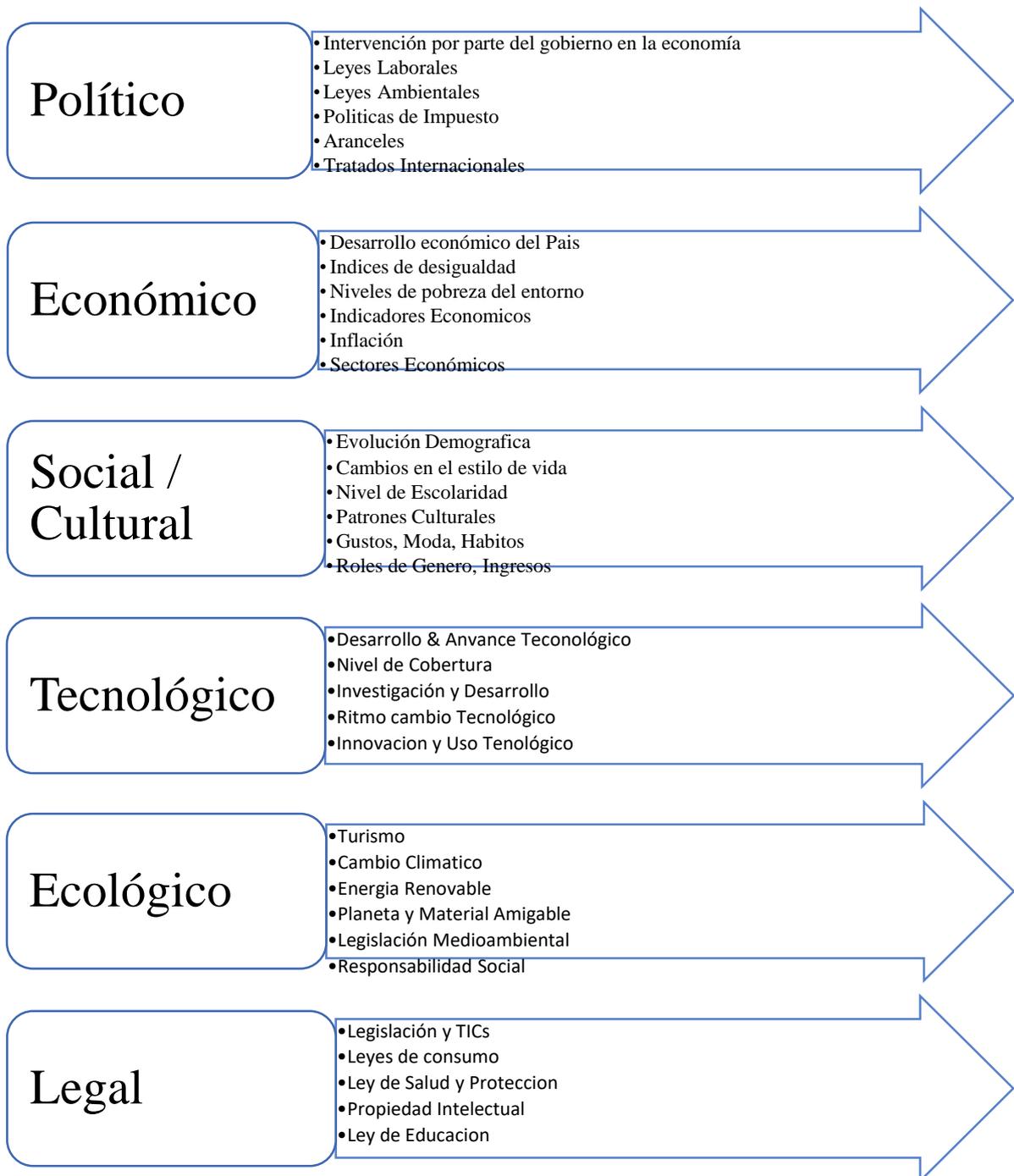


Tabla N°6 – ANALISIS PESTEL

## 2. Análisis y segmentación de Mercado

Dentro de la investigación realizaremos una segmentación con respecto a nuestro mercado objetivo.

### Mercado Objetivo

Geográfico	Iniciaremos en el país colombiano, Principalmente en la Ciudad de Bogotá.
Demográfico	<p>6) Edad: Etapa Productiva a partir de los 19 años de edad</p> <p>7) Sexo: Tendremos en cuenta el género Masculino y Femenino independiente de su condición.</p> <p>8) Estado Civil: Para ese segmento tendremos en cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Soltero/a</li> <li>- Comprometido/a</li> <li>- Casado/a</li> <li>- Divorciado/a</li> </ul> <p>9) Número de Hijos: Preferiblemente un segmento con control de natalidad no mayor a 4 hijos.</p> <p>10) Ocupación: Para este ítem tendremos en cuenta un sector netamente ocupado laboralmente con estabilidad o ingresos estables</p>
Socioeconómico	<p>4) Clase Social: Tendremos en cuenta las siguientes categorial;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Clase Media Baja</li> <li>- Clase Media</li> <li>- Clase Media Alta</li> </ul> <p>5) Nivel de Estudio: Pregrado y Posgrado;</p> <p><b>Pregrado</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nivel Técnico Profesional (relativo a programas Técnicos Profesionales).</li> <li>- Nivel Tecnológico (relativo a programas tecnológicos).</li> <li>- Nivel Profesional (relativo a programas profesionales universitarios).</li> </ul> <p><b>Posgrado</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Especializaciones (relativas a programas de Especialización Técnica Profesional, Especialización Tecnológica y Especializaciones Profesionales).</li> <li>- Maestrías.</li> <li>- Doctorados. Etc</li> </ul> <p>6) Poder Adquisitivo: Para poder hacer cumplir este segmento nos inclinaremos con personas que tenga un poder adquisitivo responsable, es decir que puedan adquirir una</p>

	<p>suma específica de dinero y realicen un funcionamiento lógico a la hora de adquirir un bien o servicio, cuyo ingreso estén entre 1 SMLV hasta 5 SMLV.</p>
<p>Psicográfica</p>	<p>5. Clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudiantes &amp; Posibles estudiantes que estén en la disposición de aprender, realizar sus labores y cumplir sus objetivos que impulsen su capacidad de adaptar nuevos conocimientos en el campo laboral y profesional.</li> </ul> <p>6. Comportamientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Para determinar este mercado nos limitaremos a encontrar a personas con gusto o afines similares de los cuales encontraremos: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gusto por el Aprendizaje</li> <li>2. Capacidad de Comprensión</li> <li>3. Fascinación por la lectura</li> <li>4. Necesidad de adquirir nuevos conocimientos</li> <li>5. Deseos de crecer profesionalmente</li> <li>6. Mejorar las oportunidades laborales en el mercado</li> <li>7. Deseos de generar mayores ingresos</li> </ol> </li> </ul> <p>7. Hábitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dentro del concepto, podemos decir que para segmentar esta categoría nos inclinaremos a un hábito de consumo Tecnológico y de Educación, es decir aquellas personas cuyos comportamientos estén estrechamente relacionados en el día a día con el uso de las tecnologías y la necesidad de enriquecer el conocimiento.</li> </ul> <p>8. Estilos de vida:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inclinación a personas con estilos de vida <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dieta Saludable</li> <li>2. Estilo de Vida Deportiva</li> <li>3. Estilo de Vida Budista</li> <li>4. Desarrollo Personal</li> <li>5. Crecimiento Intelectual</li> <li>6. Personas amigables con el planeta</li> <li>7. Aficiones a Investiga e Innovar</li> </ol> </li> </ul>

Tabla N°7 – ANALISIS DE MERCADO

## Tema N° 4.

### LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

#### 1. Situación del local de la empresa

Pedagogía Web tendrá para sus inicios de investigación & desarrollo a la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior como apoyo a la hora de realizar el proyecto.



Figura N°14 – UBICACIÓN GEOGRAFICA

#### 2. Dirección

Localización Geográfica de la Empresa

Estaremos ubicados en la dirección, Calle. 12b # 4-62, Candelaria Bogotá

## Tema N° 5.

### PREVISIÓN DE VENTAS

#### 1. Volumen de compras

Dentro del Volumen de Compra tendremos en cuenta básicamente un volumen mínimo de materias primas ya que el proyecto estará dentro de una fase de investigación la cual incluiría desplazamientos, observación, estudios de mercado, técnicas de investigación y análisis de las mismas.

## 2. Número de personas

Para alcanzar nuestro objetivo en relación al uso de las tecnologías e implementación de la pedagogía en la educación superior, recurriremos de personas con habilidades & destreza de investigación, tendremos en cuenta Pedagogos, Masters, Ingenieros y Estudiantes, que permita de alguna forma tener un panorama completo de un prototipo optimo a la hora de lanzarlo al mercado.

## 3. Necesidades de inversión

Para nuestro proyecto, no contaríamos con una inversión en infraestructura más bien tendremos en cuenta alquiler de espacios dentro de planteles educativos para realizar nuestra actividad de investigación y desarrollo.

## 4. Variación anual del valor de la producción del sector en el mercado.

Este dato nos proporcionará indicios sobre cuál puede ser la evolución del sector su comportamiento y sus variaciones, el cual tendremos mecanismo informático que nos permita estudiar el comportamiento de nuestros consumidores y poder plantear con respecto a los resultados planes de mejora continua a futuro.

## 5. Análisis pormenorizado de la evolución del valor para cada producto.

En este caso nuestro producto es un intangible y tendremos en cuenta preguntas como las siguientes ¿Cómo nuestro producto se adapta a la demanda de consumidores frente a los artefactos tecnológicos?; partiendo de esto, pedagogía web se encontraría en un sistema periódico de adaptación, actualización y mejora para brindar la mejor de las experiencias.

## Tema N° 6.

### COMUNICACIÓN

#### 1. Publicidad

Dentro del concepto de publicidad, tendremos en cuenta un esquema que nos permite tener las bases necesarias a la hora de transmitir nuestro mensaje, adicional a esto implementar el mejor canal con un asertividad de respuesta del 98%, en el mercado.



Tabla N°8 – DIAGRAMA DE COMUNICACION

Una vez determinado el esquema de trabajo, tendremos que decidir sobre el mensaje que queremos transmitir al mercado objetivo, para ello adaptaremos los siguientes parámetros:

- Claro y comprensible, debe ser entendido el cliente y posible cliente.
- Positivo; Se deben resaltar los aspectos positivos y diferenciadores de nuestro servicio.
- Corto y preciso para que sea fácil de recordar.
- Evocador; Que sugiera algo agradable y positivo.
- Identificador de la marca.

#### 2. Medios Publicitarios

Nuestra estrategia de Marketing o el canal por el que se transmite el mensaje va ser:

- Marketing Directo: Implementaremos Telemarketing (información a través del teléfono) y el buzoneo.
- Prensa: Tendremos en cuenta la Publicidad exterior ya sea vallas, marquesinas en las paradas de transporte, medios de transporte o lugares en donde se evidencie flujo de personas (Posibles Clientes). Además de esto tendremos prensa en la Televisión que en la actualidad existen diversas modalidades, públicas o privadas, esta canal estará bajo criterio de estudio y viabilidad.

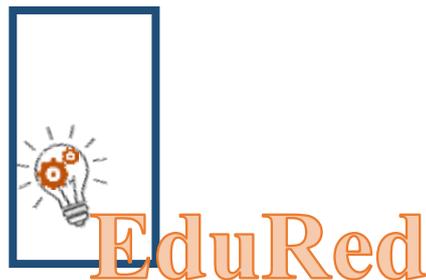
### 3. Objetivo

El objetivo que se desean alcanzar con una promoción es:

- Aumentar las ventas, este indicador será evidenciado a través del número de personas que hacen uso de nuestro producto.
- Fidelizar a la clientela actual, para este indicador estaremos en la disposición de medirlo por medio del uso, tiempos y frecuencia con la que el cliente hace disposición del producto.

## MARKETING II

1. Marca: Para poder dar desarrollo a este segundo plan de Marketing, daremos un pequeño concepto de marca, “Una marca se puede definir, en un sentido amplio, como el conjunto de atributos, tangibles e intangibles, que identifican un producto o servicio y lo hacen único en el mercado”.



## 2. Imagen Corporativa

Dentro de nuestro proyecto tendremos en cuenta los colores; Azul, Blanco y Naranjas



- Azul: El azul es un color fresco, tranquilizante y se le asocia con la mente, a la parte más intelectual de la mente.
- Blanco: Es el color más protector de todos, aporta paz, la pureza y confort, alivia la sensación de desespero y de shock emocional, ayuda a limpiar y aclarar las emociones, los pensamientos y el espíritu.
- Naranja: Este color libera las emociones negativas, le hace sentir menos inseguro, menos penoso, más comprensivo con los defectos de los demás y le aporta ganas de perdonarlo todo. El naranja estimula la mente, renueva la ilusión en la vida y es el perfecto antidepresivo. Es la fuerza intelectual en su pleno apogeo y en plena búsqueda del conocimiento. Aporta bienestar y buen humor.

Para pedagogia web es muy importante tener claro que sus formas aportan un legado importante dentro de la Imagen corporativa.



- Formas Rectangulares: Una forma sólida, con una base fuerte y robusta que crea un espacio seguro. Los rectángulos reflejan racionalidad y estabilidad.
- Bombillo: De fácil identificación lo cual queremos que destaque ya que representa incandescencia por el hecho de que dentro del clima organizacional queremos representar el Liderazgo, el Trabajo en Equipo, el Conocimiento y el Esfuerzo
- Engranajes: Los queremos enmarcar por que dentro de la Cultura Organizacional en nuestra organización enfoca a patrones de comportamiento en conjunto que permitirá el trabajo en equipo, compartir las ideas y formar un solo pilar para suplir las necesidades de nuestros clientes.



### 3. Diseño de Empaque

Por tratarse de una empresa de servicios, Pedagogía Web tendrá en cuenta dentro de su diseño de Empaque, plataformas web que se desarrollarán dentro de artefactos tecnológicos tales como: Computadoras, Tables, Celulares, entre muchas mas variedades de mecanismos de innovacion que permita el fácil acceso a los potenciales usuarios.



Figura N°15 – TECNOLOGIA

### 4. Servicio Pos-Venta

Para estar siempre en la disposición de mejoras, y medir la Calidad del servicio dispondremos de herramientas que nos permita identificar las inquietudes y necesidades del cliente:

- **Mantenimiento Preventivo:** Lo cual se realizará en periodos cortos con el objetivo de corregir todos los inconvenientes posibles que se presentan con el uso del servicio.
- **Satisfacción de Cliente:** Para medir este indicador realizaremos una pregunta en un periodo mensual, que aparecerá en la pantalla inicial del servicio que prestamos.
- **Quejas y Reclamos (PQR):** Esta herramienta se llevará a cabo a través de correo electrónico y será de vital prioridad ya que nos permitirá una mejora continua respecto al uso, manejo y experiencia en los usuarios.

## RED DE DISTRIBUCIÓN

Dentro del proyecto de investigación, tendremos en cuenta los siguientes factores para cumplir con la Red de Distribución, siempre pensado en la calidad y efectividad que presta nuestro servicio:

- Disponibilidad de nuestro Servicio: Para cumplir con ese requerimiento, pedagogía Web dentro de su estrategia de mercado dispondrá de canales informáticos y software encaminados a la nube, para una disponibilidad inmediata de los clientes.
- Tiempo de Respuesta: Con respecto a los tiempos de Respuesta, vamos a implementar unos pequeños test que permita al usuario poder resolver cualquier inquietud respecto al servicio, con respuesta menor a 2 horas.
- Variedad de Productos: Dentro de esta categoría, implementaremos sub productos con fines similares a la inicial sin perder el objetivo, cumplimiento y valores de la empresa.
- Experiencia del cliente: Para medir la calidad del servicio, realizaremos una pregunta respecto al uso y la experiencia con nuestro servicio, esto se realizará en periodos estratégicos de tiempo.

### Mezcla Promocional

Para Pedagogía Web es muy importante conceder el hecho que para que nuestro servicio sea de gran uso debe comunicarse con su mercado y que para que esto se cumpla al 100% debe buscar sus propios objetivos a través de los elementos de la mezcla promocional.

- Promoción de venta: Por tratarse de un servicio que se prestará a través de plataformas informáticas, tendrá disponible un espacio en la nube totalmente gratis, con límite de almacenamiento para nuestros usuarios hagan uso didáctico de ello.

Cumpliendo con eso responderemos a

- Colaborar a la fidelización
  - Aumentar las ventas
  - Ayudar a aumentar la participación del mercado
  - Colaborar a la fidelización
  - Lograr mayor apoyo del equipo de ventas para futuras campañas
  - Entre otros
- Fuerza de Venta: Tendremos a disposición personal calificado para realizar fuerza de venta mediante uso informático e indicadores bajo internet y otras herramientas que nos permita generar una demanda efectiva.
  - Publicidad: **Prensa** Tendremos en cuenta la Publicidad exterior ya se vallas, marquesinas en las paradas de transporte, medios de transporte o lugares en donde se evidencie flujo de personas (Posibles Clientes). Además de esto tendremos prensa en la Televisión que en la actualidad existen diversas modalidades, públicas o privadas, este canal estará bajo criterio de estudio y viabilidad.
  - Relaciones Publicas: Pedagogía Web mantendrá una comunicación mutua de aceptación y cooperación entre su organización y su público realizando periódicamente mantenimiento al servicio y generando nuevas necesidades al usuario cumpliendo con mantener informados a los directivos y establecer canales de mejora al producto final.
  - Marketing Directo: Implementaremos Telemarketing (información a través del teléfono) y el buzoneo.

#### Publicidad Digital

- Posicionamiento SEO: Nuestro departamento de mercadeo está en la tarea de realizar mecanismos didácticos respecto a la optimización que se podrá hacer en la paginas web para la aparición de primicias de nuestro servicio en la búsqueda de Google.
- Landing Page: Para hace cumplir esto, nuestro posible cliente a través de un pequeño formulario podrá descargar y consultar toda nuestra información para poderlo anexar a una base de datos interna.

- Adwords: Es un servicio que tendremos en cuenta con alianzas estratégica en el objetivo de patrocinio, para esto utilizaremos herramientas tales como Google Ads generando mucha credibilidad y transparencia.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En Conclusión, podemos instruir que este trabajo de investigación fue un apoyo muy importante ya que nos permitió identificar una problemática que acoge a la población estudiantil, de educación superior; siendo de gran debilidad para muchas de las instituciones encargadas de la pedagogía y formación superior.

Bajos los parámetros de la investigación logramos tener presente muchas variables de las cuales cuantificaron de forma correcta la información necesaria para llevar a cabo un trabajo de investigación acorde a la facultad de Administración mediante la problemática del desplazamiento y lejanías a la hora de realizar una carrera de tipo profesional.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### Secundaria

- Dian
- Dirección de Impuesto y Aduanas Nacionales
- Dane
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística
- El Espectador
- UnPeriodico
- MinTIC
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
- MinEDU
- Ministerio de Educación
- CNA
- Consejo Nacional de Acreditación Republica de Colombia

## Cibergrafía

### CIBERGRAFIA.

- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

<https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-79582.html>

- Conectividad y Cobertura 5G

<https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-79504.html>

- Kiosko

<https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-79373.html>

- Vive digital

<https://www.mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-propertyvalue-7059.html>

- Ministerio de Educacion

<https://www.mineduccion.gov.co/1759/w3-article-376368.html>

- Universidades Publicas

<https://www.mineduccion.gov.co/1759/w3-article-375986.html>