

**La Aventura:  
Encuentra tu rumbo**

**Laura Tatiana Buitrago Carreño  
Diana Carolina Chavarría Espítia  
María Alejandra López Niño  
Ángela María Olaya Guerrero**

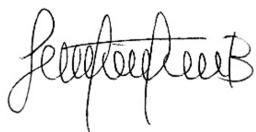
**Proyecto de grado**

**Asesores del proyecto:  
Julia Isabel Murillo Rodríguez  
Jaime Enrique Roderó Trujillo  
Maria Cristina Amado Hernández**

**Universidad Jorge Tadeo Lozano  
Facultad de Artes y Diseño  
Especialización Gerencia De Diseño  
Bogotá D.C.  
Junio 2022**

## Declaración de autonomía

*“Declaro, bajo gravedad de juramento, que he escrito el presente trabajo final de Especialización por mi propia cuenta, y que, por lo tanto, su contenido es original. Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información, y que este trabajo final de Especialización no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación”.* **Junio 2022**



Laura Tatiana Buitrago Carreño



Diana Carolina Chavarría Espítia



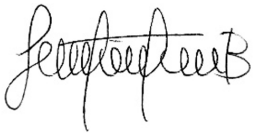
María Alejandra López Niño



Ángela María Olaya Guerrero

## Declaración de exoneración de responsabilidad

*“Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad Jorge Tadeo Lozano no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él”.* **Junio 2022**



Laura Tatiana Buitrago Carreño



Diana Carolina Chavarría Espítia



María Alejandra López Niño



Ángela María Olaya Guerrero

## **Dedicatoria**

En esta Aventura nos hemos encontrado con estudiantes que se han sentido perdidos, sin dirección y presionados por saber qué hacer con su futuro; sabemos y entendemos que es pasar por un momento como este, estar llenos de tanta información y a la vez con pocos datos para tomar una decisión tan importante como lo es escoger un programa académico para construir su camino profesional. ¡Esto es dedicado a ustedes!

## **Agradecimientos**

En este proceso de aprendizaje e investigación queremos agradecer a cada uno de nuestros docentes de la especialización que por medio de sus enfoques y enseñanzas nos han permitido crecer, analizar, proyectar y conceptualizar este proyecto, en especial a Julia I. Murillo R. por el apoyo y acompañamiento en este desarrollo. Cabe destacar el apoyo de los estudiantes y posibles aliados por su disposición para las entrevistas, testeos y demás actividades que nos ayudaron a enriquecer nuestro producto y nos permitieron definir de una forma más efectiva este producto, para así culminar con éxito.

Agradecemos a Dios, a nuestras familias, parejas y amigos por su compañía, apoyo y paciencia en este proceso de formación, sin ustedes esto no sería posible. Gracias por ser parte de esta aventura.

## **Resumen**

La Aventura es un proyecto de la Especialización de Gerencia de Diseño, orientado hacia la educación superior, basado en la problemática de ¿Qué estudiar?, ya que es una etapa de transición que genera incertidumbre y temor hacia el futuro.

La construcción de nuestra aplicación nace de la primicia de diseñar una herramienta de apoyo a estudiantes de último grado de colegio para facilitar la elección de su proyecto de vida a través del enfoque vocacional y alternativas académicas, debido a que en este proceso se encuentran falencias en la articulación de información sobre los temas competentes para esta elección.

Basados en la metodología de Design Thinking, se realizó el proceso de construcción a través de actividades de iteración, que permitieron una evolución del prototipo en 3 etapas, teniendo en cuenta la experiencia del usuario para potencializar y llegar al éxito del proyecto.

### **Palabras clave:**

Educación Superior, Vocación, Calidad, Tecnología, Aplicación

## **Abstract**

*La Aventura is a project of the Design Management Specialization, oriented towards higher education, based on the problem of what to study, since it is a transitional stage that generates uncertainty and fear towards the future.*

*The construction of our application was born from the primacy of designing a support tool for high school seniors to facilitate the choice of their life project through the vocational approach and academic alternatives, because in this process there are shortcomings in the articulation of information on the competent subjects for this choice.*

*Based on the Design Thinking methodology, the construction process was carried out through iteration activities, which allowed an evolution of the prototype in 3 stages, taking into account the user experience to enhance and reach the success of the project.*

### **Keywords:**

*Higher education, Vocation, Quality, Technology, Application*

## **Tabla de contenido**

<b>1. Introducción</b>	12
<b>2. Justificación</b>	12
<b>3. Definición del problema</b>	13
Pregunta problema	13
<b>4. Objetivo</b>	14
Objetivo General	14
Objetivos específicos	14
<b>5. Alcances y amenazas</b>	15
Alcances	15
Amenazas	15
<b>6. Marco Conceptual:</b>	16
Educación	16
Economía	16
Tecnología	17
Estado del arte:	18
<b>7. Líneas estratégicas:</b>	20
Educación	21
Tecnología	22
Financiación y oportunidades	24
Personalización	25
<b>8. Metodología:</b>	26
Etapas del proyecto	26
8.1 Investigación (acercamiento al usuario)	27
8.2 Definición e ideación del proyecto	34
8.3 Diseño del prototipo	38
Primer prototipo	38
Guía Solución del problema	38
Flor de loto	40
Segundo prototipo	42
Sitemap	42
Userflow	43
Diseño de logo	44
Colores y fuente tipográfica	45
Diseño de wireframes de alta	47
8.4 Testeos y comprobaciones	49
Primer prototipo	49
Orden de la sesión	50
Registro de actividad con usuarios	52
Aplicación de ajustes	54
Resultados	54



Segundo prototipo	55
<b>9. Modelo de negocio</b>	<b>58</b>
Propuesta de valor	58
Relaciones, asociaciones, actividades y recursos clave	60
Relaciones con clientes	60
Definición de relaciones	61
Usuarios	62
Aliados	62
Canales	63
Fuentes de ingresos	64
Estructura de costos	65
Gastos	65
Flujo de Caja	66
Indicadores Financieros VAN – TIR	66
<b>10. Conclusiones</b>	<b>66</b>
<b>11. Bibliografía</b>	<b>67</b>
<b>12. Anexos</b>	<b>70</b>

## Lista de figuras

Figura 1. Árbol de problemas. 2022	14
Figura 2. Radar de tendencias Educación del futuro. 2022	20
Figura 3. Educación, habilidades y aprendizaje. 2022	21
Figura 4. Coursera en números. 2018.	23
Figura 5. edX en números. 2018.	23
Figura 6. XuetangX en números. 2018.	23
Figura 7. Udacity en números. 2018.	24
Figura 8. Esquema metodología propuesta para el proyecto. 2022	26
Figura 9. Mercado. 2022	28
Figura 10. Formatos de las primeras entrevistas. 2022	32
Figura 11. Formatos diarios de campo. 2022	33
Figura 12. Mapa de empatía. 2022	34
Figura 13. Simple matemática - Trabajo Final. 2022	35
Figura 14. Piedra, papel y tijera - Trabajo Final. 2022	36
Figura 15. Mapa de actores - Trabajo Final. 2022	36
Figura 16. Ecosistema Educación del futuro. 2022	37
Figura 17. Flor de Loto - Fundamentos. 2021.	40
Figura 18. Prototipo de baja - Fundamentos. 2021.	41
Figura 19. Prototipo - Fundamentos. 2021.	42
Figura 20. Sitemap - Trabajo final 2021.	43
Figura 21. Userflow - Trabajo final 2021.	44
Figura 22. Orden de sesión - Trabajo final 2021.	51
Figura 23. Registro Focus Group - Trabajo final 2021.	52
Figura 24. Interfaz inicial - Fundamentos. 2021	54
Figura 25. Cambios de espaciado - Trabajo Final. 2022	57
Figura 26. Modelo de Negocio - Trabajo Final. 2022	58
Figura 27. Propuesta de valor - Trabajo Final. 2022	59
Figura 28. Situación Digital en Colombia. 2021	63
Figura 29. Cifras estadísticas Marketing Digital. 2022	64

## **Lista de tablas**

Tabla 1: Estado del arte	18
Tabla 2: Fichas de registro	29
Tabla 3: Guía solución	38
Tabla 4: Wireframes de alta	47
Tabla 5: Preguntas para el focus group	50
Tabla 6: Ficha de registro	52
Tabla 7: Actividades testeo	56
Tabla 8: Medios y actores	60
Tabla 9: Actividades y presupuestos de desarrollo	61
Tabla 10: Relaciones y propósito	62

## **1. Introducción**

Todo comienza con varias interrogantes: ¿Qué voy a estudiar? ¿Qué va a pasar con mi futuro? ¿A qué me voy a dedicar? ¿Mi familia puede pagar mis estudios? ¿Qué pasa si la embarro y elijo mal?

En el proceso de transición entre la educación secundaria y estudios superiores encontramos falencias en la información que se encuentra al momento de buscar universidades, programas académicos y demás temas asociados con el futuro educativo de las personas. Algunos factores que permean estas decisiones son: la presión social (familiares y amigos), recursos económicos, desconocimiento y la falta de interés.

Buscamos una alternativa que permita conocer y analizar las diferentes posibilidades, con un acompañamiento personalizado.

Para ello, nuestro proceso de investigación se proyecta de la siguiente manera: una búsqueda de hallazgos que nos permita conocer los interrogantes y problemáticas que tiene nuestro grupo objetivo al enfocar y construir su proyecto de vida. Plantear un objetivo clave que nos permita ofrecer una alternativa que les brinde una información clara, articulada y actualizada basada en sus habilidades y aptitudes. Desarrollaremos una propuesta con accesibilidad y alcance que permita reforzar el autoconocimiento y afirme la toma de decisiones basada en oportunidades reales. Por último, realizaremos testeos y comprobaciones que nos permita verificar la efectividad para lograr una exitosa implementación.

## **2. Justificación**

La Aventura, es una herramienta digital que permite enfocar a los estudiantes, afianzar su criterio y fortalecer la toma de decisiones a través de las alternativas reales para cumplir y continuar con su proyecto de vida, también se busca ofrecer una guía informativa de oportunidades de financiación, recursos y becas nacionales e internacionales. Esto tendría un impacto positivo a nivel económico y social en el país.

Según el Ministerio de Educación, en el año 2018, la tasa de deserción anual para los programas universitarios se encontraba alrededor del 8,79%, para los tecnológicos en 10,75% y para los técnicos profesionales en 17,41%. Las principales causas son: las condiciones académicas, socioeconómicas, duración de los programas, inconformidad de la estructura del pénsum académico, presencialidad vs. virtualidad y cursos cortos enfocados en un tema específico.

Como lo mencionamos anteriormente, la estructura de los programas académicos en la actualidad continúan enfocados en una formación rígida y básica que genera inconformidad en los estudiantes. Esta metodología se basa en una estructura enfocada en la titulación y no en las tendencias y necesidades de la sociedad actual.

La educación es un pilar fundamental de la sociedad, pero en Colombia se presentan varias problemáticas que dificultan el acceso a programas de estudios superiores, algunos de estos

son: ausencia de recursos económicos para pago, sostenimiento, desplazamiento e insumos, la necesidad de trabajar y estudiar al tiempo, responsabilidades familiares, falta de conocimiento sobre becas y auxilios, ubicación y movilidad hacia las instituciones.

La estructura socioeconómica del país debe basarse en la educación para permitir el aumento de los salarios, favorecer la movilidad social, reducir la desigualdad y reducir los porcentajes de criminalidad y embarazo adolescente. Es decir, generar una herramienta eficaz para incentivar el crecimiento y desarrollo económico.

### **3. Definición del problema**

El problema radica, como punto inicial, en el dilema de las personas al momento de decidir o saber qué estudiar o cómo afrontar su futuro, ya que no se fomenta la importancia de construir y conocer el perfil vocacional de cada individuo para así ir encarrilando su camino.

Adicional, encontramos otros factores fundamentales como lo son: construir un criterio basado en comentarios y aprobaciones de familiares, amigos, la influencia de agentes digitales en redes sociales y no en cualidades individuales. En la investigación y muestra que realizamos, encontramos que otro factor común es la información desarticulada y desactualizada que se encuentra por parte de las entidades e instituciones, en donde se centran en números o en prestigio y no en generar espacios que permitan conocer a profundidad las alternativas que ofrecen a través de contenidos teóricos de manera cercana y amigable a los futuros estudiantes, en donde se pueda obtener información y resolver dudas sobre los costos y constitución de los programas académicos, campos de acción, perfiles profesionales, formas de financiamiento, entre otras.

Los factores mencionados anteriormente llevan a que las personas tomen decisiones incorrectas, no eligiendo la opción más adecuada según sus requerimientos económicos, académicos (plan de estudios), institucionales, acreditación, país, accesibilidad, fortalezas personales y aptitudes).

#### **Pregunta problema**

¿Cómo articular la información para enfocar el proyecto de vida basado en el perfil vocacional de cada individuo?



**Figura 1.** *Árbol de problemas. 2022*  
Realización Equipo La Aventura

#### 4. Objetivo

##### Objetivo General

Diseñar una aplicación móvil que permita a personas de últimos grados de colegio encontrar su enfoque vocacional y alternativas académicas dirigidas hacia su proyecto de vida que genere una decisión personal, acertada y efectiva; a través de acompañamiento basado en información unificada y estructurada por fases con las variables pertinentes para lograr un futuro con proyección profesional.

##### Objetivos específicos

- Diseñar una aplicación móvil que permita identificar la orientación vocacional del usuario, basada en aptitudes, actitudes, cualidades y gustos.
- Crear módulos con la información actualizada y ampliada con respecto a: financiación, becas, ofertas de programas académicos y oportunidades. Acompañada de un seguimiento a cada usuario.
- Estructurar una estrategia con aliados, que apoyen el proyecto y se logre un beneficio mutuo.

## **5. Alcances y amenazas**

### **Alcances**

- Este trabajo se enfocará directamente al segmento de jóvenes y personas interesadas en continuar con estudios superiores en Colombia.
- La investigación abarca a las empresas, instituciones y plataformas dedicadas a temas educativos y financieros, tanto en sector público como privado en Colombia.
- El análisis vocacional se realizará a través de tests creados por profesionales expertos en psicología, tomando como eje las cualidades y aptitudes de cada persona interesada.
- Los temas analizados en esta investigación son: intereses y características de las personas, programas académicos, fuentes de financiación, auxilios educativos en Colombia y en el exterior.
- Se definirá y desarrollarán fases para encaminar al usuario y permitir que lleguen a la meta más adecuada, de acuerdo al registro de información en cada etapa.
- Se estructurará y desarrollará el prototipo de media con la información recopilada y organizada sobre el programa de Diseño Digital y Multimedia en Colombia.
- La prueba del prototipo se realizará inicialmente con jóvenes de últimos años de colegio en Bogotá.
- El acercamiento a los aliados estratégicos se realizará a través de presentaciones y reuniones directas para dar a conocer el proyecto e invitar a su participación en el mismo.

### **Amenazas**

- Una de las principales amenazas para el proyecto es la competencia, ya que actualmente existen dos proyectos similares (Pick Dream y GurUh).
- La falta de colaboración y cooperación de aliados estratégicos, como instituciones educativas, entidades financieras y gubernamentales, en el proceso de articulación de información.
- La desactualización de la información sobre los programas académicos que ofertan las universidades e instituciones educativas y los créditos educativos que ofrecen las entidades financieras en el país.
- El tiempo de recolección de la información necesaria para la estructuración de la aplicación.

- Opción de copia de la aplicación en el momento de darla a conocer para motivar el trabajo colaborativo con los posibles aliados estratégicos.

## **6. Marco Conceptual:**

### **Educación**

En el momento de generar continuidad hacia la educación superior se presenta una ambigüedad en la toma de decisiones, debido a que casi un 65% de los estudiantes no está conforme con los programas universitarios y el 70% de la población analizada ingresa a las instituciones de Educación Superior (IES) sin un perfil vocacional; esto es una de las principales causas de la deserción y abandono.

Según la Asociación Colombiana de Universidades (Ascún) se realizó una consulta a 88 entidades de educación superior y arrojó que el 20% de los estudiantes antiguos desertaron en su proceso académico y un 17% de los estudiantes que pensaban continuar con su formación académica, no se inscribieron. Estas cifras son consecuencia de la situación mundial de hace más de dos años de emergencia sanitaria, la cual generó una afectación económica, incluyendo al sector educación, reduciendo los recursos para este fin. La pandemia, en educación superior, redujo el número de estudiantes matriculados y aumentó las brechas en el rendimiento académico, involucrando diferentes factores socioeconómicos. (Banrep. 2021).

Con el regreso paulatino a la presencialidad y con la implementación de la alternancia se han desarrollado diferentes estrategias que permiten la continuidad de procesos académicos, transformándose hacia la flexibilidad en los programas, la inmersión a nuevas tecnologías, la implementación de metodologías utilizadas durante la pandemia y la generación de espacios mixtos, entre el campus y la virtualidad.

La transformación del sector educativo evoluciona con rapidez y la era digital se debe incorporar a los retos que demanda este sector en el país y en el mundo. La educación de calidad fomenta competencias disruptivas, habilidades blandas y un vínculo directo con la economía, partiendo de las oportunidades laborales; debe responder a las necesidades de las nuevas generaciones, basada en la cuarta revolución industrial, generando programas atractivos, dinámicos y modernos, que responda a la demanda del futuro.

Las pérdidas de aprendizaje que se sufrieron con los cierres de las escuelas y el aprendizaje a distancia van a afectar la productividad laboral en adelante y pondrá a los jóvenes de familias de bajos ingresos en una posición de desventaja.

### **Economía**

El COVID-19 generó una fuerte crisis económica en Colombia, así como en otros países y regiones, de la cual se ha venido recuperando como resultado a acciones decisivas que se tomaron para proteger vidas, ingresos, empleos y empresas. Algunos de los programas de protección que se implementaron fueron: ingreso solidario, que se basaba en transferencias de dinero a las personas más necesitadas y la compensación del IVA. A estas circunstancias



se sumaron las afectaciones generadas por las restricciones de movilidad, paro nacional y protestas sociales en abril y mayo del 2021; y los retos preexistentes, los cuales también se deben superar.

El crecimiento económico se ha visto afectado por factores como: la poca productividad local, las exportaciones de no renovables como el petróleo y la desigualdad de ingresos. Esto genera, aún más dependencia de lo que suceda externamente y el aumento de la informalidad laboral para obtener ingresos.

Hasta el 2019 se había logrado una reducción en la tasa de pobreza y desempleo del país, pero la pandemia borro esos avances, llevando a la reducción del recaudo tributario, el aumento del gasto en salud y emergencias, más el incremento de los costos de producción en el exterior y la depreciación del peso, generaron consecuencias como una deuda más alta del PIB, perder el grado de inversión del país y el aumento de la inflación durante el 2021 y 2022 aproximadamente. Para mitigar un poco el impacto deciden continuar con las transferencias de emergencia e incentivar la activación económica, en donde se estima que 18.9 millones de personas se encuentren en condiciones de pobreza.

En los últimos cuatro años el gobierno nacional ha incrementado el presupuesto destinado para la educación, con un valor de \$49,2 billones de pesos para el 2022, con lo que se espera garantizar la matrícula gratuita de jóvenes de estratos 1, 2 y 3 en la educación superior pública y ayudará a financiar los compromisos con rectores, docentes y demás estudiantes. La inversión en este sector incentiva el crecimiento sostenible y el desarrollo económico del país, generando una reducción en la criminalidad, embarazo temprano y la desigualdad. Una gestión óptima de estos recursos permite tener un sistema eficaz a la hora de satisfacer las necesidades de aprendizaje.

Como lo mencionamos en párrafos anteriores, algunos de los problemas más grandes que tiene Colombia es la desigualdad, la inequidad y la corrupción; estos se ven reflejados en el sector educativo, en especial en el momento de acceder a la educación superior. Si bien hay programas de gratuidad en instituciones públicas, la desigualdad e inequidad dificulta las posibilidades de ingreso, un ejemplo de esto es no tener el nivel educativo competitivo para obtener un cupo. Por otra parte, los costos de las matrículas en las universidades privadas son muy elevados, lo que lleva a que los posibles aspirantes busquen la opción de trabajar para poder pagar sus estudios, vincularse con entidades financieras para adquirir un crédito educativo o buscar otras alternativas más accesibles como programas técnicos, tecnológicos o cursos cortos.

## **Tecnología**

Remitiéndose a la pandemia, una de las ventajas que dejó fue, a pesar de no saber como trabajar bajo la modalidad remota, se logró desarrollar una educación de calidad mediada por la tecnología, lo que permitió continuar con los procesos educativos y cumplir con el compromiso de las instituciones de este sector para aportar al desarrollo del país.

Actualmente, las aplicaciones se han posicionado como una de las herramientas más eficaces, ya que facilitan y mejoran la vida de los usuarios. Son un software a medida que se




puede instalar en dispositivos móviles, permitiendo el fortalecimiento de estrategias de seguimiento y acompañamiento.



La sociedad está migrando cada vez más rápido hacia la digitalización, al lograr esto se abren ventajas competitivas en la economía global, esto permitirá beneficiar: la industria, salud, la educación y la evolución de la humanidad. La cuarta revolución industrial es la unión entre sistemas digitales y físicos que permiten mejorar la calidad de vida de los seres humanos, superando el nivel convencional y generando avances entre la inteligencia artificial y la competitividad del mundo digital. Trae consigo el propósito de generar una mayor adaptabilidad, fortalecer interconexiones y el uso eficiente de los recursos, logrando así, potencializar los espacios virtuales.

### Estado del arte:

Se realizó una investigación sobre proyectos que tuvieran relación a la situación problema planteada, posteriormente de nombrarlos se adjunta una tabla de análisis.

Tabla 1: Estado del arte

PROYECTO	DE QUÉ TRATA	VENTAJAS	DESVENTAJAS	UBICACIÓN	LINK
	Plataforma Digital de Orientación al Estudiante, con varias secciones de ayuda.	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Atención personalizada</li> <li>•Información veraz</li> <li>•Especializaciones</li> <li>•Gratuita</li> <li>•Residencia</li> <li>•Piensa en las carreras del futuro</li> </ul>	Solo información de España	España	<a href="#">Ver</a>
	Aplicación para asesorar en la elección de universidad, conecta a la persona directamente con la universidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Hay contacto directo con las universidades.</li> <li>•Información veraz.</li> <li>•red social de universidades.</li> <li>•Versión para estudiantes y aparte para universidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Solo habla de las universidades.</li> <li>•no ayuda en orientación vocacional</li> </ul>	Australia	<a href="#">Ver</a>
	Una herramienta online única para comparar el rendimiento de las universidades españolas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Comparar universidades simultáneamente.</li> <li>•Indicadores transparentes y fiables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Únicamente hay 77 universidades de España.</li> <li>•No hay ranking de carreras del área de arte y diseño.</li> </ul>	España	<a href="#">Ver</a>

	<p>App que ayuda a jóvenes a descubrir la mejor decisión de Universidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Test psicológicos.</li> <li>•Formación vocacional.</li> <li>•Varios enfoques: Papás, estudiantes, consejeros.</li> <li>•Eventos universitarios.</li> <li>•Lienzo de lo que le va gustando</li> <li>•Tienen una fundación que ayuda a jóvenes vulnerables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Es costosa.</li> <li>•No habla de financiación.</li> <li>•No le llega a todas las personas por \$.</li> </ul>	<p>Colombia</p>	<p><a href="#">Ver</a></p>
	<p>Es una plataforma digital que analiza el comportamiento de los jóvenes en Twitter para guiarlos y acompañarlos en el proceso de búsqueda de una carrera o de una institución universitaria.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Interacción con estudiantes universitarios.</li> <li>•Si eres estudiante de la U puedes dar consejos a los primiparos.</li> <li>•Tiene calendarios de apoyo con fechas importantes en procesos de admisión.</li> <li>•Hacen análisis a tus redes, para ver tus intereses.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Solo es con Twiter</li> <li>•No revisa la parte becas ni financiera</li> <li>•Solo es de Colombia y Suiza</li> <li>•Si no hay participación de Gurús (Universitarios) puede ser aburrida, con poca interacción.</li> </ul>	<p>Colombia</p>	<p><a href="#">Ver</a></p>

Luego de realizar la pertinente investigación, pudimos conocer un poco sobre proyectos que tienen una temática similar al que estamos desarrollando, se puede concluir que:

El proyecto que se quiere desarrollar es una herramienta que permita:

- Al usuario definir y encarrilar su proyecto de vida, de acuerdo a las habilidades, talentos y conocimientos que posee.
- El acceso gratuito de la población afectada, a través de dispositivo móvil con internet.
- Mantener actualizada la información para estar al tanto de todas las oportunidades y novedades que ofrece el área educativa.

Con base en lo anterior, se propone crear una aplicación que contenga:

- Test de perfil de personalidad y habilidades, ofertas de universidades (programas, pñsum, docentes, enfoques y temáticas), experiencias del proceso académico, fuentes de financiación, becas, espacio de preguntas y respuestas. La información estará ordenada por medio de las siguientes fases:

1. **Creación de perfil de usuario**
2. **Definir el Norte:** Tu futuro (Orientación vocacional)
3. **Encontrar el Sur:** Fuentes de financiación
4. **Ubicar el Este:** Oferta de Universidades
5. **Conocer el Oeste:** Becas (Colombia o exterior)

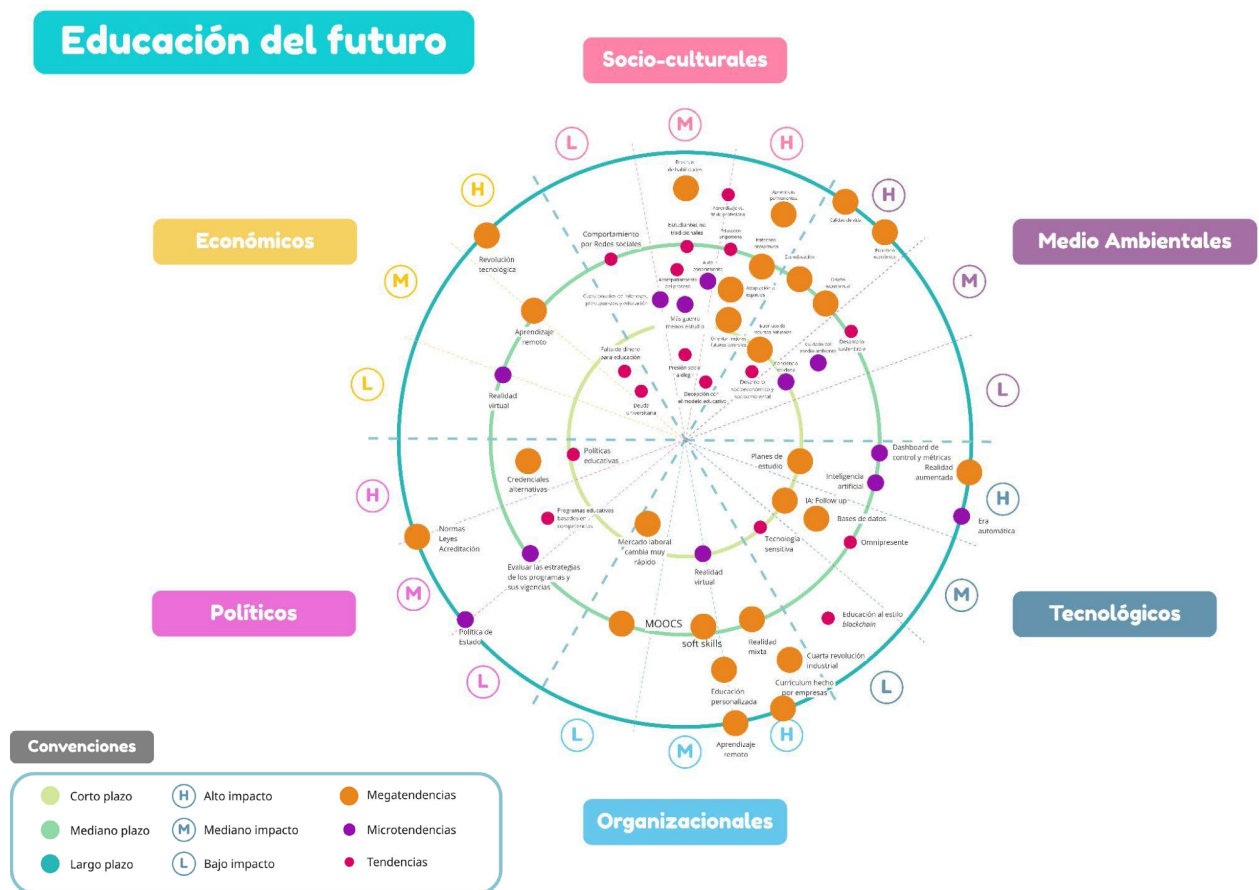
Con las siguientes características:

- Fácil de manejar y entender, con una interfaz ordenada y dinámica.
- Con información coherente, concisa e interactiva.
- Adaptación a diferentes sistemas operativos.
- Ofrecerá un progreso de gamificación dentro de la herramienta, donde se puede conocer en qué paso va cada usuario, si ya completó una etapa determinada le permitirá dar continuidad con el progreso.

La brújula será el eje temático de la aplicación, donde se quiere proponer una dinámica de etapas, como anteriormente se mostraron, donde cada dirección tiene un contenido de valor que le servirá al usuario en su proceso.

## 7. Líneas estratégicas:

Las líneas estratégicas elegidas para el desarrollo y enfoque del proyecto están basadas en el resultado de una búsqueda e investigación sintetizada por medio de un radar de tendencias presentado a continuación, en el cual se puede evidenciar los impactos de la educación del futuro por sectores y en periodos de tiempo, puntos claves de innovación y vanguardia para la estructuración de la herramienta propuesta.



**Figura 2. Radar de tendencias Educación del futuro. 2022**  
Realización propi

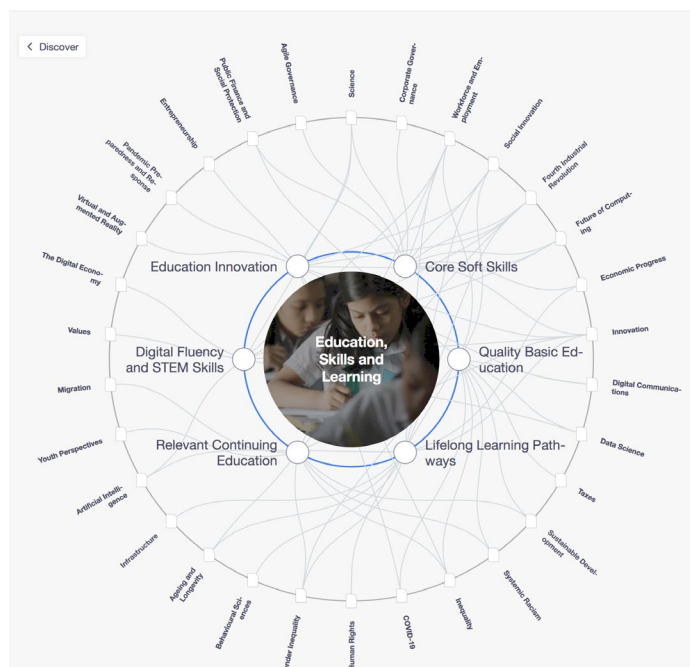
## Educación

Nos enfocamos principalmente en esta línea, que es un pilar de la sociedad, buscando incentivar el continuo aprendizaje, mejorar las competencias para minimizar los porcentajes de deserción, dar a conocer las oportunidades y formas de acceder a educación de calidad, ampliar los niveles de empleabilidad y permitir el crecimiento socioeconómico del país.

En la actualidad, el título universitario respalda una formación académica que permite el acceso al mundo laboral, como fuente generadora de ingresos. Debido a cambios políticos y socioeconómicos, se ha generado un replanteamiento en la sociedad sobre el valor de la inversión en educación versus el ingreso monetario, esperando un retorno significativo.

Analizando las proyecciones del Foro Económico Mundial, encontramos que la educación cobrará cada vez más fuerza, convirtiendo las habilidades individuales (*soft skills*) en aprendizajes permanentes, la actualización constante y el fortalecimiento de las competencias adquiridas, esto con el fin de potencializar el perfil. Parte de los procesos de cambio en la educación está en robustecer las herramientas de aprendizaje en línea (MOOCs) con costos asequibles y en tiempo más cortos. Esto sin invalidar las universidades ni los títulos, por el contrario, diversificando y reforzando los conocimientos.

A continuación podemos evidenciar algunas tendencias en los perfiles de la educación en el futuro:



**Figura 3.** Educación, habilidades y aprendizaje. 2022  
Foro Económico Mundial

“La construcción de sistemas educativos preparados para el futuro (y a prueba de pandemias) requiere planes de estudios adecuados para el siglo XXI, junto con la entrega constante de instrucción ampliamente accesible que construya una base sólida para una vida de

adaptación y desarrollo de nuevas habilidades”. Este informe se basa en las opiniones de la Red de Expertos del Foro Económico Mundial 2022.

La educación del futuro se centrará en la demanda del mercado laboral y en las características individuales como: creatividad, empatía, resiliencia, pensamiento crítico y comunicación.

En cuanto al expediente académico, encontramos la importancia de migrar a los archivos digitales abiertos que permitan verificar conocimientos, habilidades socioemocionales y logros que serán clave para encontrar un perfil laboral específico.

## **Tecnología**

La pandemia aceleró el proceso de adaptación de la educación a las modalidades virtuales, aumentando la interactividad y permitiendo procesos de enseñanza remotos por medio de plataformas digitales, por lo tanto, decidimos aprovechar las herramientas tecnológicas para desarrollar y articular nuestro proyecto.

Antes de la pandemia, solo el 10% de los estudiantes se encontraban en modalidad virtual, más de 200.000 alumnos, según la red Ilumino. Según cifras entregadas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, en Colombia, las clases virtuales aumentaron en un 70%.

La Cuarta Revolución Industrial impactará la forma en que vivimos, aprendemos, trabajamos y hasta cómo nos relacionamos con los demás, generando nuevas industrias. Esto incrementará la demanda de habilidades que buscan los empleadores basados en los avances tecnológicos. En la vanguardia de la educación, es fundamental la reinención de las instituciones, programas y docentes frente a los avances tecnológicos en este sector, incluida la inteligencia artificial. El aprendizaje será interpersonal, lo que transforma el rol del docente en esta nueva modalidad, convirtiéndose en un apoyo activo a través del análisis, debate y ejercicios aplicados.

Las plataformas digitales de aprendizaje en línea se han convertido en un aliado fundamental de la educación, especialmente desde la pandemia, permitiendo visibilizar que no hay necesidad de tener un espacio físico para generar conocimiento.

En el 2018, existían aproximadamente 11,400 cursos a través de MOOCs, en los cuales se inscribieron cerca de 101 millones de alumnos en al menos un curso. Los 5 proveedores de MOOCs más conocidos son:

- **Coursera:**

**Coursera en números\***

<b>37</b>	Millones de alumnos
<b>+150</b>	Universidades, empresas e instituciones participantes
<b>+2,700</b>	Cursos
<b>+250</b>	Especializaciones
<b>+4</b>	Grados completos

\*Datos obtenidos de la plataforma Coursera, 2018.

**Figura 4.** Coursera en números. 2018. Tomado de Coursera

- **edX**

**edX en números\***

<b>18</b>	Millones de alumnos en el mundo
<b>+130</b>	Universidades, empresas e instituciones participantes
<b>+2200</b>	Cursos
<b>+64</b>	Millones de inscripciones a sus cursos
<b>+29</b>	Millones de alumnos en cursos flexibles

\*Datos obtenidos de la plataforma edX, 2018.

**Figura 5.** edX en números. 2018. Tomado de edX

- **XuetangX**

**XuetangX en números\***

<b>+14</b>	Millones de usuarios
<b>+32</b>	Millones de inscripciones a sus cursos
<b>1700</b>	Cursos
<b>+500</b>	Socios

\*Datos obtenidos de la plataforma XuetangX, 2018.

**Figura 6.** XuetangX en números. 2018. Tomado de XuetangX

- **Udacity**

**Udacity en números\***

<b>+10</b>	Millones de usuarios
<b>+187</b>	Cursos MOOC
<b>+34</b>	Nanogradados
<b>+8</b>	Millones de estudiantes a nivel mundial
<b>+53,000</b>	Alumnos inscritos en sus nanogradados
<b>+18,000</b>	Graduados de nanogradados

El nanogrado de coches autónomos registró **10 000** estudiantes matriculados y recibió **43 000** solicitudes de inscripción.

\*Fuente: Udacity's 2017: Year In Review / MOOC Report by Class Central (Shah, 2018c).

**Figura 7. Udacity en números. 2018. Tomado de Udacity**

*Edu Trends - Instituto para el Futuro de la Educación. 2019  
Tecnológico de Monterrey*

## **Financiación y oportunidades**

Una de las falencias que hemos encontrado es el alto costo de los programas y la falta de oportunidades para aplicar a beneficios y/o becas que permitan la continuidad en la formación académica, por lo cual, será clave tener en cuenta las oportunidades disponibles para darlas a conocer y acceder a ellas.

De acuerdo a la información suministrada por el Dane, en Colombia el porcentaje aproximado de estudiantes que continúa con sus estudios superiores es el 39%, lo que equivale a 74.453 estudiantes, de los cuales menos de la mitad entran a instituciones acreditadas con alta calidad y el 61% ingresa a instituciones sin ningún tipo de acreditación educativa.

El tránsito inmediato de los estudiantes graduados de colegios privados es 20% más alto que de los oficiales. Los inscritos a Educación Superior durante el segundo semestre del 2019 son un total de 931.324, donde el 68.9% son en el sector oficial y 31.1% en el sector privado. De estos, los matriculados en el segundo semestre del 2019 fueron un total de 377.172 donde el 53.2% en el sector oficial y el 46,8% en el sector privado.

Actualmente, en apoyo a la educación superior, el sector financiero cuenta con 95 entidades bancarias, agrupadas en 13 conglomerados a nivel nacional y 286 instituciones de educación superior de las cuales 81 son universidades, de las cuales el 40% son públicas y el 60% privadas.

En cuanto a las entidades gubernamentales, es importante contemplar al Ministerio de educación, MinTic e Icetex. También existen oportunidades en el exterior por medio de Embajadas, Gobiernos y entidades como Colciencias y Colfuturo, permitiendo el acceso a otras alternativas a través de becas.



## **Personalización**

Será la base inicial y fundamental para perfilar al usuario según las capacidades, talentos, fortalezas y gustos. En la actualidad, las personas ven la necesidad de desarrollarse de una forma particular, generando un perfil destacado que se diferencie de los demás profesionales y potencialice sus capacidades.

La característica principal de la personalización del programa académico, es la posibilidad de formarse sin ninguna limitación de tiempo ni espacio y satisfaciendo las necesidades particulares, logrando así, un proceso de aprendizaje más efectivo.

La transformación digital en la educación personalizada, genera procesos encaminados hacia el uso de herramientas de las nuevas tecnologías como el e-learning. Es importante tener en cuenta que estas herramientas se complementan con la planeación, estrategia y gestión de los docentes para diversificar las tareas, organizar trabajos y personalizar los contenidos más relevantes para afianzar las habilidades y competencias individuales.

## 8. Metodología:

Para el desarrollo de este proyecto, la metodología que se plantea está basada en el *Design Thinking*, donde se definieron etapas y actividades, las cuales permitieron llevar a cabo el proceso de creación y desarrollo de la idea para obtener resultados óptimos.

### Etapas del proyecto



**Figura 8.** Esquema metodología propuesta para el proyecto. 2022  
Realización Equipo La Aventura

## **8.1 Investigación (acercamiento al usuario)**

### **Grupo Objetivo**

La definición de nuestro mercado lo dividimos en dos:

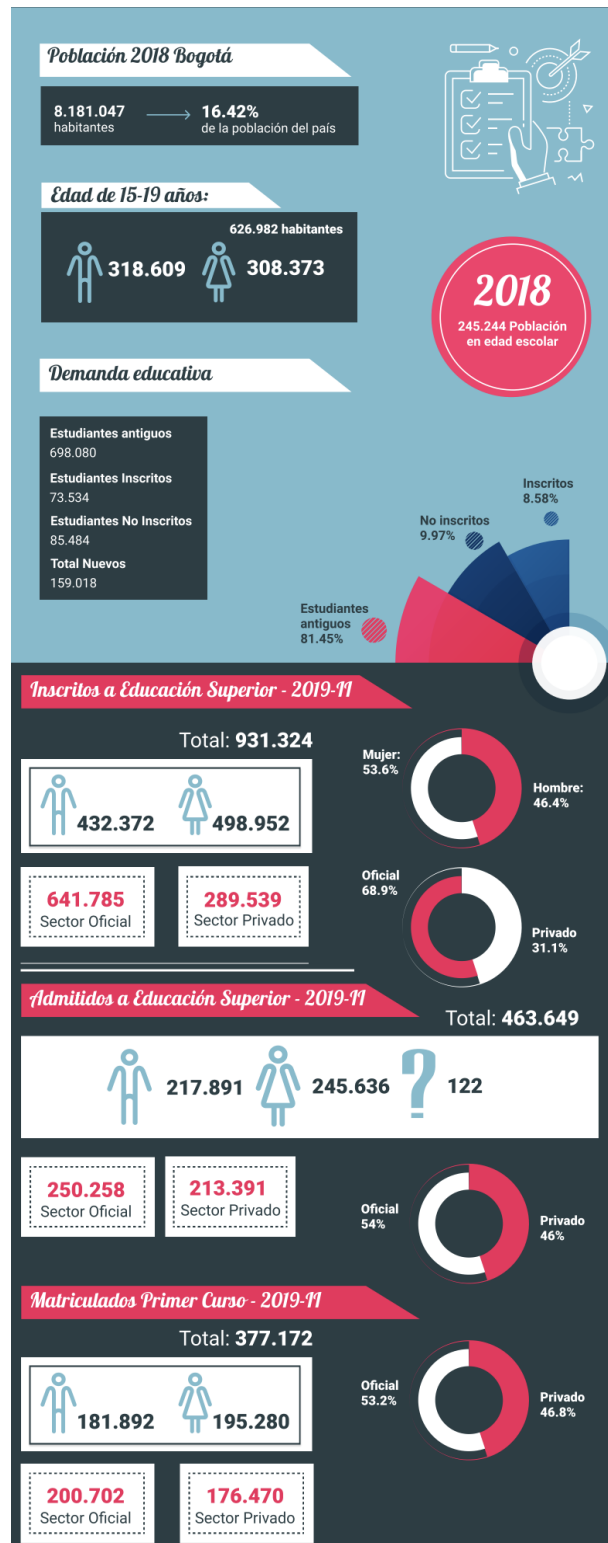
#### **Usuarios**

Inicialmente, abordaremos a los que se encuentran en Colombia como entorno, el mercado al que apuntamos son los colegios, el segmento son estudiantes de 11, en especial los que no tienen claro qué hacer con su futuro. Son mujeres y hombres de 15 a 19 años con acceso a dispositivos móviles e internet. **Ver imagen 1.**

#### **Aliados estratégicos**

Son las entidades e instituciones del sector económico y de educación en Colombia.

La información detallada de cada uno se encuentra en el numeral anterior, Financiación y Oportunidades.



**Figura 9. Mercado. 2022**  
Realización Equipo La Aventura

Para esta fase se lleva a cabo la planeación y desarrollo de una investigación, donde es importante iniciar con la recolección de datos sobre del usuario para tener un acercamiento, conocerlo y entenderlo, por medio de recolección información pertinente que ayudará a argumentar, proponer y avanzar en el proyecto.

## Fuentes y técnicas de recolección de la información

Al comenzar el proyecto, el país se encontraba en la modalidad virtual por la emergencia sanitaria, se utilizaron herramientas digitales de investigación por diferentes fuentes de información, la realización de encuestas, entrevistas y actividades grupales.

## Instrumentos para la recolección de la información

Las entrevistas semiestructuradas fueron un instrumento que permitió, de manera más amplia, conocer y analizar el pensamiento, los conocimientos previos de las personas partícipes sobre el tema de elección de estudios superiores. Con esta actividad se logró profundizar en las necesidades de las personas y el interés por el proyecto.

La búsqueda bibliográfica es una herramienta que se emplea para recolectar información y con base en los resultados, generar análisis y hallazgos importantes para el entendimiento y desarrollo del proyecto. Es información valiosa, con datos que complementa y argumenta el proceso de la propuesta.

## Instrumentos para el análisis de la información

Para el análisis de la información se realizaron registros, en vídeos y anotaciones, de las conversaciones con las personas entrevistadas; además de los apuntes del diario de campo, esquemas de síntesis y fichas de registro.

## Primer acercamiento a las entrevistas

Tabla 2: Fichas de registro

Nombre:		
Edad:		
¿En qué grado estás?		
¿Estás interesado/a en estudiar o qué has pensado hacer después de graduarte?		
<b>Sí quiere estudiar:</b>		
¿Ya sabes qué estudiar?	<b>Si</b>	<b>NO</b>
	¿Qué quieres estudiar?	¿Por qué no lo has hecho aún?
	¿Fue fácil elegir la carrera? ¿Estás seguro de tu elección? ¿Por qué?	¿Por qué quieres estudiar esa carrera?
	¿Sabes en cuáles universidades tienen esa carrera?	¿Sigues tu vocación o haces caso a lo que te dicen tus padres?

	¿Ya te informaste de qué se trata la carrera?	¿Conoces el valor del semestre de la carrera que quieres estudiar?
¿Sabes cómo costear los gastos?	¿Quién costeará tu carrera (tus papás, tú, por medio de una beca, un programa o un préstamo)?	¿Sabes si tienes los recursos para estudiar en esa universidad?
		○ ¿Si no tienes los recursos, sabes cómo costear tus estudios (becas, préstamos)?
¿Has recibido alguna ayuda, guía para saber qué estudiar, qué universidad elegir?	¿Qué tipo de ayuda les dan?	
	¿Te gustaría encontrar una herramienta (web o aplicación) que te oriente, en qué puedes estudiar, dónde estudiar?	
	• ¿Cómo te la imaginas?	
	• ¿Te gustaría tener un espacio donde encuentres toda la información sobre lugares, becas, oportunidades y variedad de programas de pregrado?	
	• ¿Estarías dispuesto a responder un test de vocación?	
	¿Conoces alguna herramienta que ayude en el proceso de elección? ¿Cómo se llama?	
<b>No quieres estudiar:</b>		
¿Por qué no quieres estudiar?		
• ¿Qué has pensado hacer: trabajar, viajar?		
• ¿Qué opinan tus papás al respecto?		
¿Te gustaría encontrar una herramienta (web o aplicación) que te oriente en qué hacer durante este tiempo?		
• ¿Cómo te la imaginas?		
• ¿Estarías dispuesto a responder un test de vocación?		

Se realiza un primer acercamiento a los posibles usuarios de la aplicación para conocer mejor sus intereses, acompañado de un mapa de empatía donde se plantean las conclusiones de las entrevistas, los resultados fueron los siguientes:

Se realizan 6 entrevistas a jóvenes de 17-19 años en últimos grados del colegio, los cuales están en búsqueda de carrera universitaria y posibilidades para lograr continuar con sus estudios.

## • • • Entrevista #1

Nombre: Miguel Alarcón  
Link grabación: <https://bit.ly/3sDmSbB>



### Palabras Clave

Carrera universitaria  
Pasiones  
Deporte y bienestar  
Apoyo padres

### Datos Relevantes

- 17 años
- Universidad Santo Tomás
- Universidad Javeriana
- No fue difícil tomar la decisión de qué estudiar
- Recién egresado
- Si le interesa tener una herramienta que lo oriente en que estudiar y donde

### Hipótesis

• Una de las grandes pasiones de su vida ha sido el deporte, gracias a esto el enfoque y motivación al elegir una carrera universitaria fue más fácil, buscando así crecer profesionalmente en una área que lo apasiona.

### Conclusión

Miguel Alarcón tiene una visión clara de su futuro académico gracias a su vocación y motivación personal, tiene información de carreras y precios de los programas de su interés. Cuenta con el apoyo de sus papás quienes costearán los semestres académicos. Sus papás lo apoyan pero el que toma directamente la decisión es él.

## • • • Entrevista #2

Nombre: Andrés Rocha  
Link grabación: <https://bit.ly/3sC9KTV>



### Palabras Clave

- Proyecto club internacional de futbol
- Carrera universitaria
- Deporte
- Apoyo de los padres

### Datos Relevantes

- 17 años
- Futbol profesional
- Aviación
- Negocios internacionales
- Recién egresados
- Si le interesa tener una herramienta que lo oriente en que estudiar y donde

### Hipótesis

• La decisión final sobre su futuro académico depende de si se le da la oportunidad de vincularse a un equipo de futbol profesional.

### Conclusión

Andrés Rocha tiene varios proyectos en mente pero no se ve aún el panorama claro. Se inclina a diferentes opciones de acuerdo a los que siempre ha anhelado y le gustaría para su vida. No tiene claridad en que universidades puede encontrar las opciones de carreras, ni de que constan ni sus valores.

## • • • Entrevista #3

Nombre: Sara Brausini  
Entrevista sin grabación, apuntes:  
<https://drive.google.com/file/d/1Ssu7IrBgSxrX8e0FAurz9f0cP4JD18Tk/view?usp=sharing>



### Palabras Clave

Diseño grafico  
Oportunidades  
Apoyo  
Trabajar  
Estudiar

### Datos Relevantes

- 19 años
- No tiene claro en que universidad quiere estudiar
- Quiere acceder a un beca pero no sabe como hacerlo
- Quiere trabajar y estudiar al tiempo.

### Hipótesis

Ella es una chica que no tiene los recursos suficientes para poder costear su carrera por lo cual quiere trabajar y pagarla ella misma, pero no sabe como buscar información para conseguir una beca o un apoyo, además no ha indagado en internet o alguna herramienta que universidades dictan su carrea, ni cual le gusta mas.

### Conclusión

Sara es un chica de 19 años que esta en grado 11 y sabe que quiere estudiar diseño grafico pero no sabe donde, tiene algunos conocimientos previos de experiencias que ha escuchado, pero nunca ha tenido un guía en el proceso. Desea estudiar y trabajar para poder financiar su carrera pero no conoce como hacerlo.

<p>• • • <b>Entrevista #4</b></p> <p>Nombre: Felipe Montaña            Link grabación: <a href="https://drive.google.com/file/d/1Sqlyexg88grJoM_TWuE6M2AtUzYXqzq/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1Sqlyexg88grJoM_TWuE6M2AtUzYXqzq/view?usp=sharing</a></p>		
<p><b>Palabras Clave</b></p> <p>Mecánica            Facilidad            Inseguridad            Falta información            Auto suficiente            Pasiones</p>	<p><b>Datos Relevantes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 16 años</li> <li>• Tiene gran pasión por los carros</li> <li>• Tiene medio a elegir</li> <li>• Es el hermano mayor, son nuevos en el mundo de las Universidades</li> <li>• Ha explorado opciones de manera autónoma e individual.</li> <li>• Tiene claro que quiere algo relacionado a la mecánica.</li> </ul>	
<p><b>Hipótesis</b></p> <p>El tiene clara su pasión por los autos pero tiene miedo de elegir la universidad equivocada ya que puede que sea la misma carrera, pero tenga distinto enfoque y lo que el desea es aprender sobre todo de mecánica automotriz, no ha encontrado la información necesaria y por eso duda tanto, además de no tener claro si se le facilita el costeo de la misma.</p>	<p><b>Conclusión</b></p> <p>Felipe es un chico muy joven que ha tenido desde pequeño un gusto por los autos y quisiera estudiar algo relacionado con el tema, por ser una familia primeriza tienen miedo de arriesgarse al escoger universidad, ya que no están seguros y tampoco han recibido mucho apoyo por parte de expertos en el tema.</p>	
<p>• • • <b>Entrevista #5</b></p> <p>Nombre: Paula Carolina Alberto Vargas            Link grabación: <a href="https://bit.ly/3kaJr3G">https://bit.ly/3kaJr3G</a></p>		
<p><b>Palabras Clave</b></p> <p>Confusión            Inglés            Apoyo            Guía</p>	<p><b>Datos Relevantes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiene 16 años</li> <li>• Quiere estudiar inglés porque le parece importante saberlo para su vida profesional, aun si no quiere o no sabe qué estudiar</li> <li>• Se siente confundida</li> <li>• El colegio no ofrece un programa de acompañamiento</li> <li>• Esta dispuesta a responder cuestionarios</li> <li>• No conoce herramientas que la ayuden en este proceso</li> </ul>	
<p><b>Hipótesis</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un año no es suficiente para preparar a los estudiantes de colegio para realizar su proyecto de vida, debería iniciarse desde grado décimo.</li> <li>• Hay mucha confusión porque en casa y en colegios no están apoyando a los jóvenes para preparar su futuro</li> <li>• Ella podría dejar sus estudios porque tendría que trabajar para pagar la carrera</li> </ul>	<p><b>Conclusión</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los colegios no tienen un programa de acompañamiento, no están guiando a los jóvenes</li> <li>• Considera útil una herramienta que le aporte información de qué estudiar, en qué universidad</li> <li>• No se considera buena para el estudio y por eso no sabe tampoco que estudiar</li> </ul>	
<p>• • • <b>Entrevista #6</b></p> <p>Nombre: Kevin Nicolás Rojas Rodríguez            Link grabación: <a href="https://bit.ly/3D8WOKk">https://bit.ly/3D8WOKk</a></p>		
<p><b>Palabras Clave</b></p> <p>Exterior            Inglés            Oportunidades            Escoger carrera            Becas            Gustos</p>	<p><b>Datos Relevantes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiene 16 años</li> <li>• Quiere estudiar inglés primero en el exterior y luego quiere regresar a estudiar la carrera</li> <li>• Fue complicado escoger la carrera por sus habilidades académicas</li> <li>• Dependiendo de si le va bien en el exterior, escogería estudiar fuera o dentro del país</li> <li>• Le gustaría encontrar una página web con la información de universidades, costos, becas</li> </ul>	
<p><b>Hipótesis</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saber que no le va tan bien en ciertas materias podría causar temor a la hora de escoger carrera</li> <li>• Las universidades en el exterior son nuevas oportunidades para esta generación que se encuentra con mayor interés de aprender inglés primero</li> <li>• La opinión de los padres puede ser un factor determinante para escoger que estudiar</li> </ul>	<p><b>Conclusión</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los gustos de materias, hobbies interfieren en la decisión del porque se escoge la carrera</li> <li>• Se ha puesto en la tarea de buscar por internet buenas universidades que tuvieran la carrera, pero no eran muy reconocidas</li> <li>• Una herramienta que le brinde información acerca de lo que quiere sería de gran ayuda para escoger y saber cómo también puede recibir financiación</li> </ul>	

**Figura 10. Formatos de las primeras entrevistas. 2022  
 Realización Equipo La Aventura**



También se realizó un corto diario de campo donde se registran algunos comportamientos en los estudiantes en su contexto habitual: Colegio y en su horario de clase.

- **El objetivo de la observación:** Observar y registrar los distintos comportamientos de los estudiantes de últimos grados al hablar de su futuro y estudios profesionales, para entender el contexto y a lo que se enfrentan al encontrarse con su futuro profesional.
- **El lugar:** 2 colegios públicos en Bogotá, Colombia
- **Formato:** Análisis comportamiento en clase de chicas y chicos de grado 11 en un taller vocacional.
- **Público objetivo:** Estudiantes de grado 11



**Figura 11. Formatos diarios de campo. 2022**  
 Realización Equipo La Aventura



[Mapa de empatía](#)







**Figura 12.** Mapa de empatía. 2022  
Realización Equipo La Aventura

## 8.2 Definición e ideación del proyecto

La Aventura inicialmente surgió de una experiencia personal, en el momento de elegir la carrera profesional con la que continuaría con sus estudios. Para plantear la temática del proyecto se inició por la idea de:

- Diseñar un conjunto de herramientas y estrategias que apoyen a los jóvenes de colegio en sus últimos grados, a encontrar su vocación o la carrera con la cual se sientan más identificados, dando una guía también para los primeros días de universidad.
- El planeamiento surgió cuando una de las integrantes del grupo pasó por una situación difícil y confusa en el momento de tomar la decisión de escoger cuál era la carrera profesional que quería estudiar y dónde lo haría. Se sintió perdida, angustiada, frustrada y asustada. Optó por la búsqueda de una “solución” que ayudará y acompañará este proceso de vital importancia, que da un orden y orientación a la vida de cada persona.
- Al conformar el equipo estratégico, La Aventura se convirtió en un reto personal para cada una de las personas involucradas, donde nos propusimos varias metas, comprometiéndonos con una colaboración activa en varios aspectos necesarios para alcanzar los objetivos de este proyecto.
- La idea inicial ha tenido varias transformaciones. A continuación, se adjunta un esquema, donde se evidencian aspectos importantes que permitieron el replanteamiento y evolución de la idea principal.

## SIMPLE MATEMÁTICA

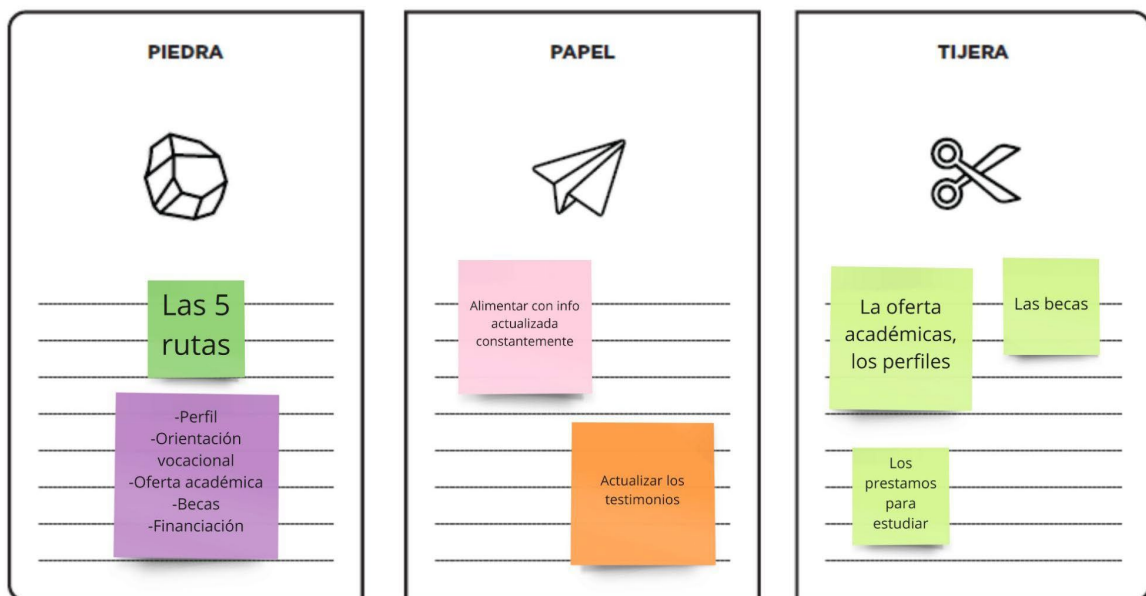
OPORTUNIDAD	 <b>SUMAR</b> ¿Qué le agregarías?	 <b>RESTAR</b> ¿Qué le quitarías?	 <b>MULTIPLICAR</b> ¿Qué pondrías más de una vez?	 <b>DIVIDIR</b> ¿Qué separarías?	 <b>EXPONENCIAR</b> ¿Qué elevarías de estatus?	 <b>FACTORIZAR</b> ¿Qué simplificarías?
<div style="background-color: #f8d7da; padding: 5px; border: 1px solid #f5c6cb;">Herramienta de oportunidades educativas</div>	<div style="background-color: #d1ecf1; padding: 5px; border: 1px solid #bee5eb;">Generar canales que enlace expertos para que la herramienta sea conocida y pueda apoyar a más estudiantes</div>	<div style="background-color: #d4edda; padding: 5px; border: 1px solid #c3e6cb;">Información irrelevante, todo aquello que no tenga valor para el usuario</div>	<div style="background-color: #fff3cd; padding: 5px; border: 1px solid #ffeeba;">Las oportunidades</div>	<div style="background-color: #d4edda; padding: 5px; border: 1px solid #c3e6cb;">Nada, la idea es unificar</div>	<div style="background-color: #d1ecf1; padding: 5px; border: 1px solid #bee5eb;">La diferentes opciones de estudio superior</div>	<div style="background-color: #d1ecf1; padding: 5px; border: 1px solid #bee5eb;">La búsqueda</div>

**Figura 13.** Simple matemática - Trabajo Final. 2022  
Realización Julia I. Murillo - Equipo La Aventura

Teniendo en cuenta estos aspectos, la idea final planteada es:

Diseñar una aplicación que apoye al estudiante que está en el proceso de elegir sus estudios superiores, facilitando la búsqueda de la información sobre programas académicos, instituciones, fuentes de financiación, oportunidades educativas y todo lo relacionado con el sector, dándola a conocer de una manera articulada y organizada; alineada al perfil vocacional de cada uno, aportando valor a la hora de tomar la decisión.

Es importante tener en cuenta que hay varias cosas que se transforman y dentro del proyecto se proponen las siguientes, dónde piedra son las cosas que permanecen estables, papel son las nuevas y tijera las que se transforman en el tiempo:

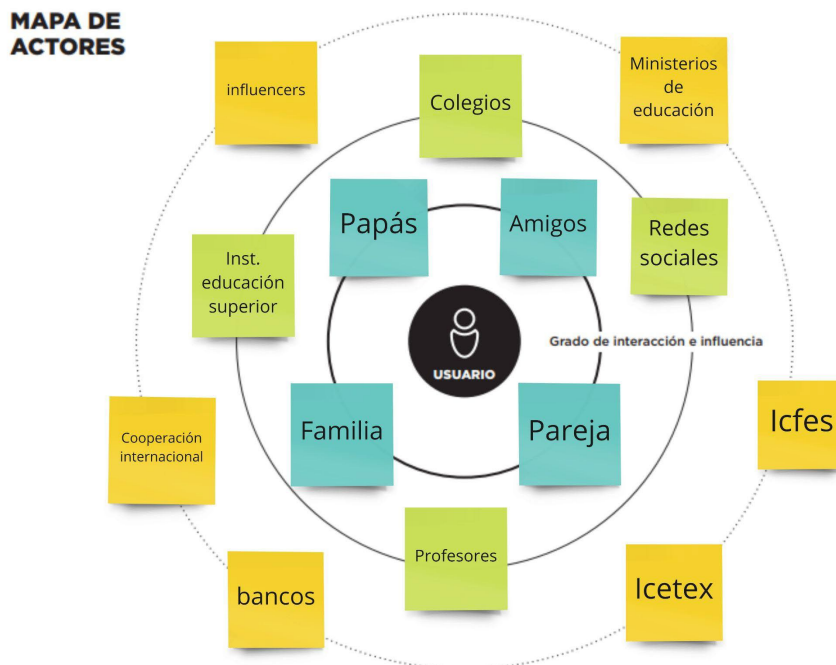


**Figura 14.** Piedra, papel y tijera - Trabajo Final. 2022  
Realización Julia I. Murillo - Equipo La Aventura

**Para este proyecto se ha definido que el usuario es el siguiente:**

Jóvenes próximos a graduarse del colegio (bachillerato/secundaria) que cuenten con dispositivo móvil y acceso a internet.

En la siguiente imagen podemos ver la influencia que ejercen las personas y/o instituciones al momento de elegir y decidir sobre la educación superior.



**Figura 15.** Mapa de actores - Trabajo Final. 2022  
Realización Julia I. Murillo - Equipo La Aventura

El círculo más cercano al usuario, son las personas más allegadas hasta llegar al más lejano, que son actores que pueden afectar tanto de manera positiva como negativa la toma de la decisión.

### **Ecosistema:**

Es un esquema en el cual se presentan, mejor explicados, los actores y factores que intervienen en el proyecto. A continuación, se muestra como se planteó el de La Aventura, donde los actores principales que inciden en el usuario y en la decisión al elegir qué hacer con sus estudios superiores, se ve afectada por las conexiones interpersonales, las instituciones de educación superior y por aliados estratégicos que pueden o no estar presentes.

Esto se hace con el fin de ampliar el panorama y tener claro qué factores influyen, para analizarlos y tenerlos en cuenta en la toma de decisiones. Estos pueden afectar o favorecer, frente a la condición del usuario. Además, mirar cómo relacionarlo con los aliados estratégicos que pueden ser un gran apoyo para poder lograr el objetivo de su proyecto de vida.

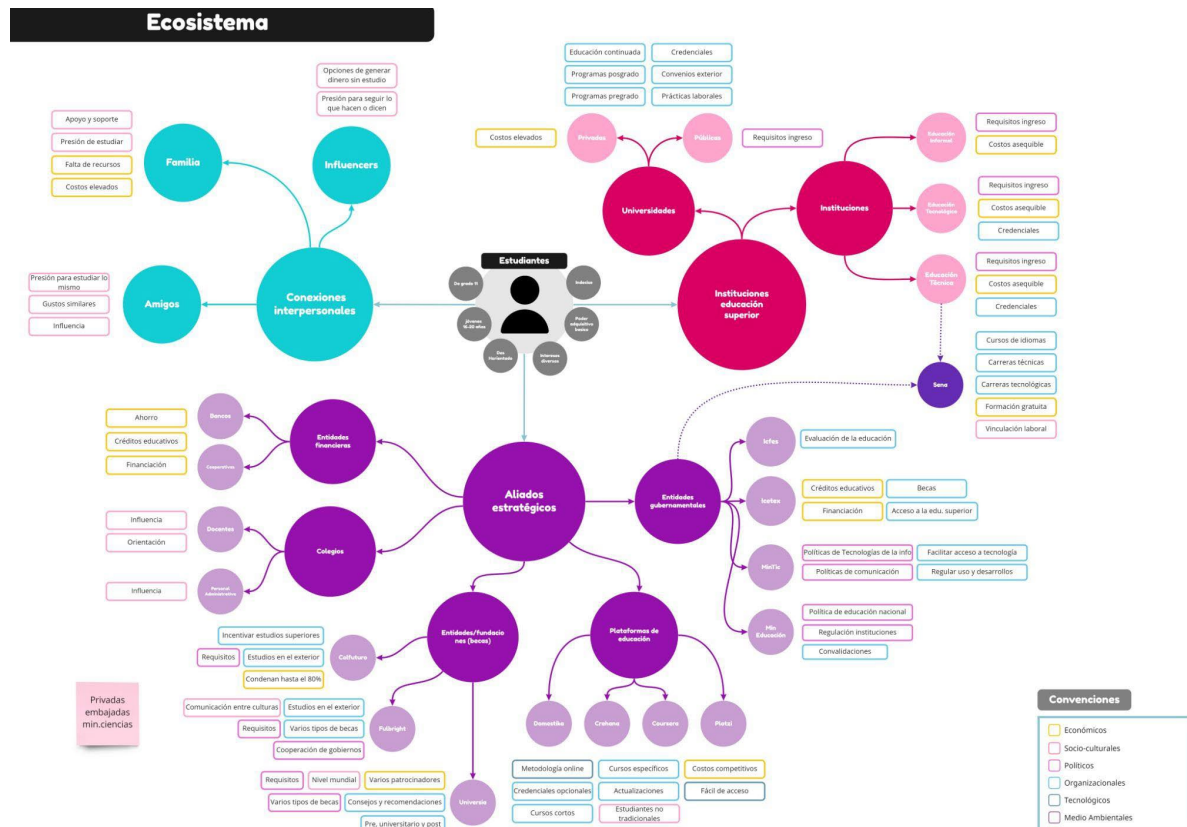


Figura 16. Ecosistema Educación del futuro. 2022  
Realización Equipo La Aventura

## Planeación estrategia para desarrollar la aplicación

El proceso planteado para lograr tener una herramienta óptima que cumpla el objetivo principal, está estructurado de la siguiente manera como un listado de tareas por cumplir:

- Recopilar la información necesaria e importante para subir a la plataforma
- Indagar con expertos para la creación de cuestionarios para el perfil vocacional, en este caso un psicómetra
- Planificar el proceso de gamificación para que los usuarios sean motivados a usar la herramienta (ranking, mensajes para motivar al uso, retos y tips semanales)
- Planear el progreso de las 5 etapas por cumplir
- Diseñar una interfaz llamativa y usable
- Desarrollar la programación de las funciones que contenga la App
- Diseñar una estrategia de Marketing para llegar a los usuarios
- Actualizar constantemente la información que se ofrece
- Hacer un seguimiento con los usuarios que han dejado de usar la aplicación.

### ¿Cómo se medirá el cumplimiento del objetivo?

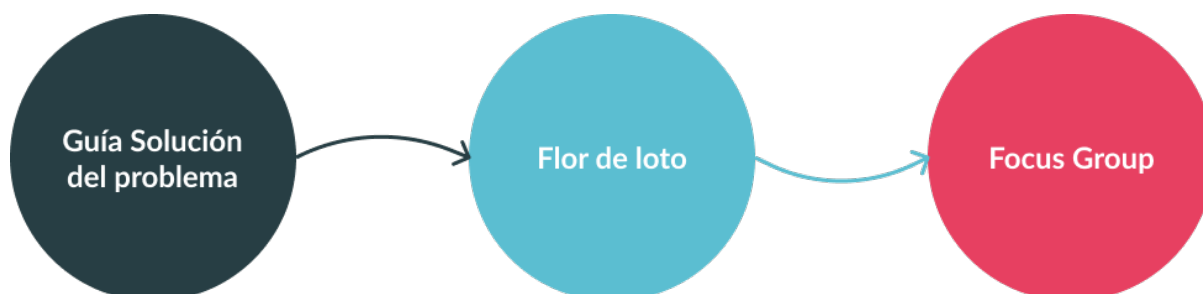
- El número de personas que descargan la aplicación
- Calificación de experiencia de los usuarios
- Largo plazo: Cifras y estadísticas de disminución en la deserción emitidas por el Ministerio de Educación

### ¿Cómo se medirá el avance?

- Los usuarios deben crear un perfil para poder medir quienes están activos, quienes dejaron de utilizar la aplicación, en qué etapa dejaron el proceso y cuántos lo lograron completar.
- Métricas de la aplicación: descargas, cuántas personas están activas, en qué horas lo usan y el número de interacciones

## 8.3 Diseño del prototipo

### Primer prototipo



Los métodos planteados para la parte inicial de este proyecto se dividieron en tres momentos, los cuales se describen a continuación:

### Guía Solución del problema

A partir de un elemento que fuera significativo para el prototipo iniciamos la construcción del planteamiento de la herramienta digital, así:

Tabla 3: Guía solución

Ítem	Solución
Escribe la pregunta con la que vas a dar solución al problema, esta debe ser la que ya identificaste en la actividad anterior.	¿Cómo articular la información para enfocar el proyecto de vida de cada individuo?

<p>Elige un elemento de tu entorno y escribe cuál fue:</p>	<p>Una brújula</p>
<p>Escribe un listado de características diferenciales del elemento elegido.</p>	<p>¿Qué hace que la brújula sea una brújula y no un mapa?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Te guía</li> <li>• Da un norte</li> <li>• No hace que te pierdas</li> <li>• Te acompaña</li> <li>• Cabe en el bolsillo</li> <li>• Es fácil de manejar</li> <li>• La puede tener una persona de cualquier estrato social</li> <li>• La puedes llevar a todo lado</li> <li>• Te va indicando el camino seguro</li> <li>• No te hace dar vueltas</li> <li>• No depende de otro elemento para dirigirte (ejemplo conexión a internet)</li> <li>• Si no tienes una la puedes hacer tu mismo</li> <li>• La puede tener una persona de cualquier edad</li> <li>• Te sirve en cualquier parte del mundo</li> <li>• Es una herramienta de supervivencia</li> <li>• Te puede llevar al lugar que tú elijas</li> <li>• Es pequeño</li> </ul>
<p>Aplica la lista de características del elemento elegido a la solución del problema y a partir de esto escribe la lista de ideas creativas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear una guía para informar: gráficas, datos, videos y experiencias. (Inspirado en “guía”).</li> <li>• Crear una herramienta que acompañe constantemente y que le permita tomar la decisión adecuada para la vida profesional. (inspirado en “Te acompaña”).</li> <li>• Que la herramienta sea fácil de manejar y entender para que cualquier persona pueda disponer de ella (Inspirada en “es fácil de manejar”)</li> <li>• Crear una herramienta online que permita tener información actualizada</li> <li>• Generando un progreso (gamificación) dentro de la herramienta se puede saber en qué paso va y si ya terminó una etapa determinada que le permita dar continuidad con el proceso (Inspirada en “te va indicando el camino seguro”).</li> </ul>

## Flor de loto

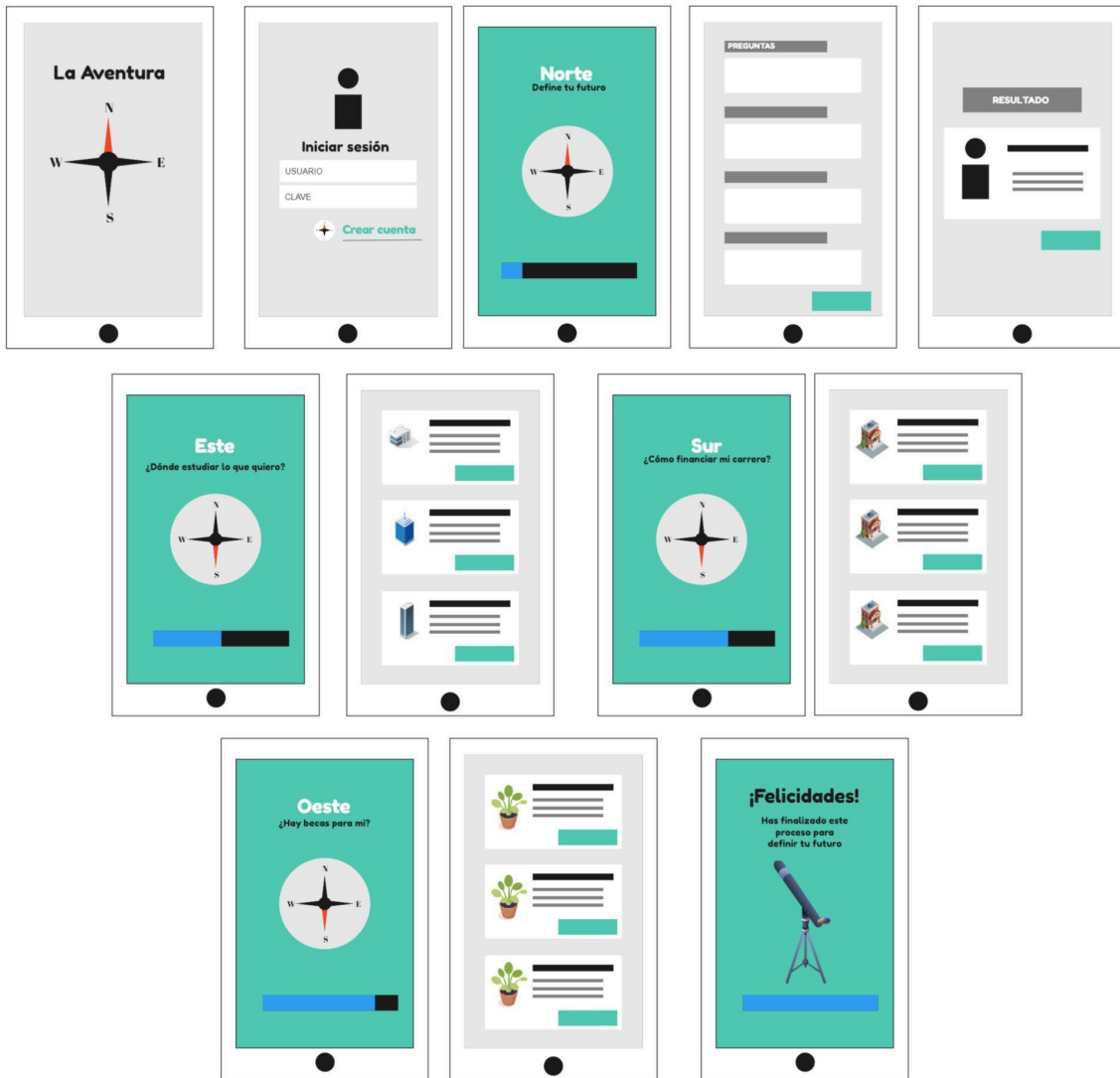
Al tener esto definido, utilizamos la herramienta Flor de Loto que nos ayudó a organizar y plantear estas ideas para darle inicio al prototipo. Se eligieron íconos que fueran relevantes para la solución y a partir de allí se crearon los objetivos de la aplicación.



**Figura 17.** Flor de Loto - Fundamentos. 2021.  
Realización Cristina - Equipo La Aventura

Como resultado comenzamos el boceto de las interfaces, esto nos permitió tener los primeros acercamientos de lo que sería la aplicación.





**Figura 18.** Prototipo de baja - Fundamentos. 2021.  
Realización Equipo La Aventura

Una vez realizado estos bocetos y el planteamiento de las características se diseñaron los *wireframes* de la aplicación dónde debíamos encontrar el logotipo, mensaje de bienvenida y el recorrido dividido en cinco etapas. A continuación, mostraremos los resultados:



**Figura 19.** Prototipo - Fundamentos. 2021.  
Realización Equipo La Aventura

Para observar mejor el funcionamiento [haga clic aquí](#)

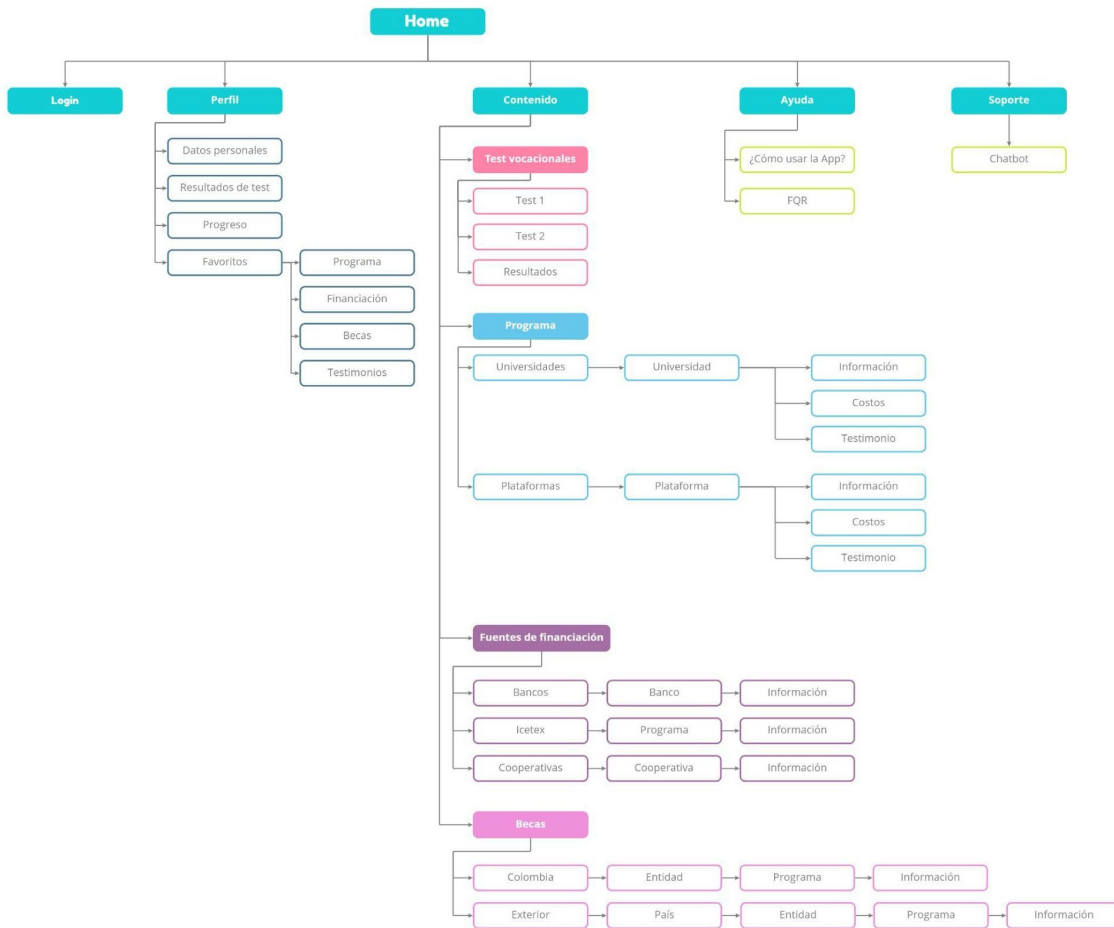
Ver vídeo resumen [haga clic aquí](#)

## Segundo prototipo

Para el diseño del segundo prototipo nos propusimos reorganizar la aplicación y para eso utilizamos la arquitectura de la información, inicialmente creamos un *Sitemap* (ver imagen 4) que nos permitió crear las categorías principales y su contenido interno dependiendo la profundidad que contendría.

### Sitemap

- Login, para el ingreso del usuario y recolección de datos
- Perfil, dónde encontrará sus datos, los resultados de su test, el progreso en el que va, descuentos y favoritos de las opciones de programa, becas y financiación.
- Contenido se divide en:
  1. **Test vocacional**
  2. **Programa académico:** Sí es de universidad o MOOC, con su respectiva información, costos y testimonios
  3. **Fuentes de financiación:** Bancos, Icetex o cooperativas
  4. **Becas:** Dentro y fuera del país.
- Ayuda para el uso de la aplicación
- Soporte para todo lo relacionado con el contenido de la aplicación

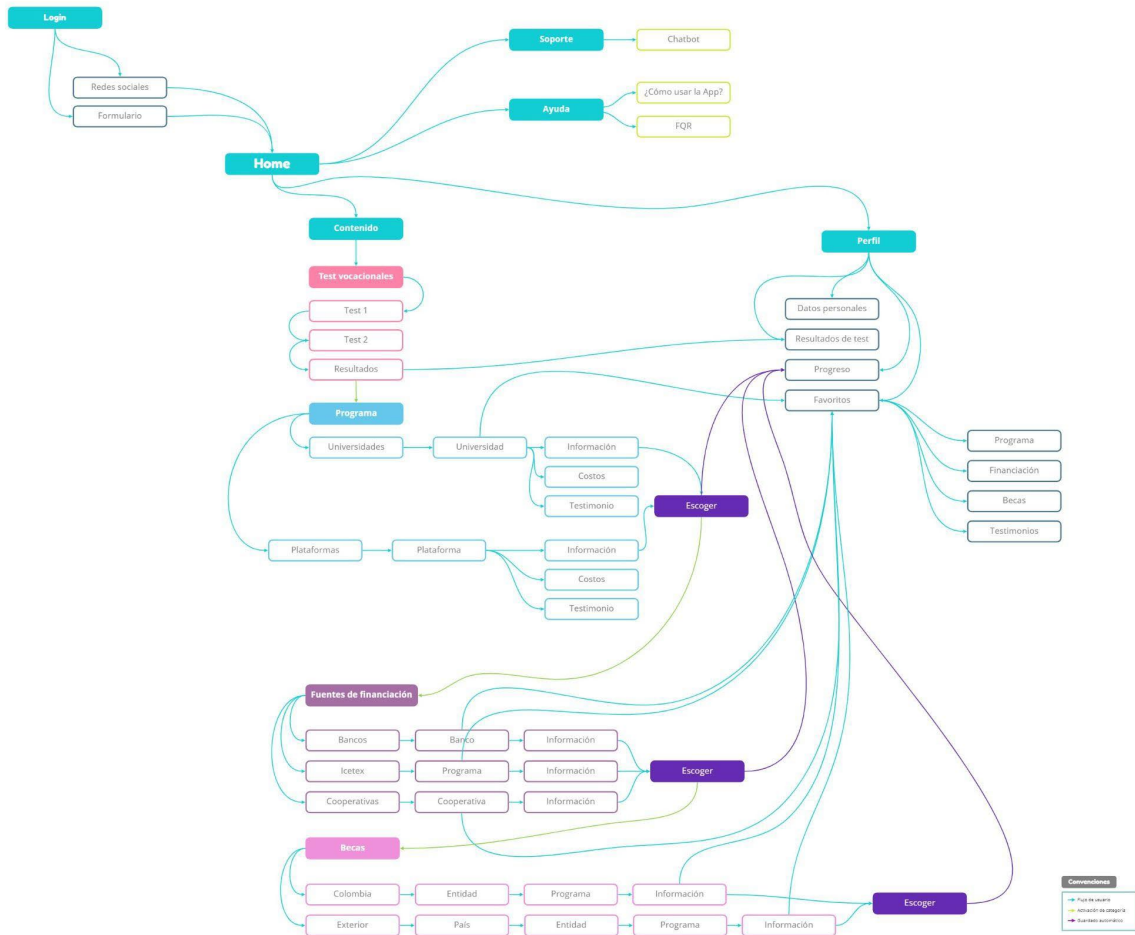


**Figura 20. Sitemap - Trabajo final 2021.**  
Realización Equipo La Aventura

[Ver sitemap](#)

## Userflow

Basados en el *sitemap*, diseñamos una representación visual del recorrido que hará el usuario para realizar una tarea específica en una aplicación, esto nos facilitará conocer las conexiones internas de las diferentes interfaces internas. (ver imagen 5)



**Figura 21.** Userflow - Trabajo final 2021.  
Realización Equipo La Aventura

[Ver userflow](#)

## Diseño de logo

Al iniciar el proyecto se propuso un primer diseño (ver Logo 1), sin embargo, por la reestructuración y pensando en la visualización en los dispositivos móviles, se replanteó el diseño por uno que fuera más minimalista, sujetándose a las tendencias del diseño flat. (Ver Logo 2)



Logo 1



Logo 2

### Colores y fuente tipográfica

- **Colores logotipo**

Se escogió esta paleta de color para darle más dinamismo a lo que representaba el nombre “**La Aventura**”, queríamos que fuera llamativo para los jóvenes y que así mismo le diera sobriedad para dar a entender la importancia de escoger un proyecto de vida.



- **Colores de la aplicación**

Los colores que escogimos para la aplicación se dividen en colores de fondos, primarios y secundarios.

Fondos



#202028

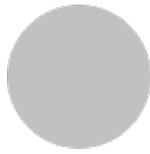


#F0F0F4

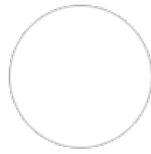
Colores primarios



#78C6C4



#C1C1C1



#FFFFFF



#FCDB7A

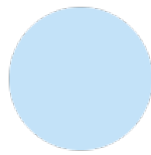
Colores secundarios



#5BB1AF



#5B5B68



#C3E2F8



#026773



#002333

- **Fuente tipográfica del Logo**

Retomando el concepto de dinamismo, se buscó una fuente que representará este concepto, por lo cual escogimos esta fuente tipográfica:

*Masker Área*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789

- **Fuente topográfica de la App**

Para facilitar la lectura en los dispositivos móviles buscamos una fuente sin serifa y que tuviera en su familia tipográfica diferentes opciones para crear las jerarquías de títulos, subtítulos y párrafos que harán parte del contenido de la aplicación.

*Lato font family*

Heading 1

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Heading 2

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Body 1

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Body 2

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

## Diseño de wireframes de alta

Tabla 4: Wireframes de alta

Descripción	Diseño	Descripción	Diseño
<b>1. Inicio:</b> Animación inicial del logo		<b>2. Bienvenida:</b> Explicación corta de lo que se trata la App	

**3. Login:** Registro o ingreso a la App (almacenamiento de datos)



**4. Introducción:** Se le muestra al usuario los beneficios de usar la App



**5. Feed / Home:**



**6. Test:**



**7. Programa académico:** El estudiante tiene la posibilidad de escoger un programa universitario o un curso con certificado



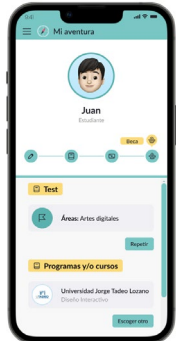
**8. Financiación:**



**9. Becas:**



**10. Perfil:**



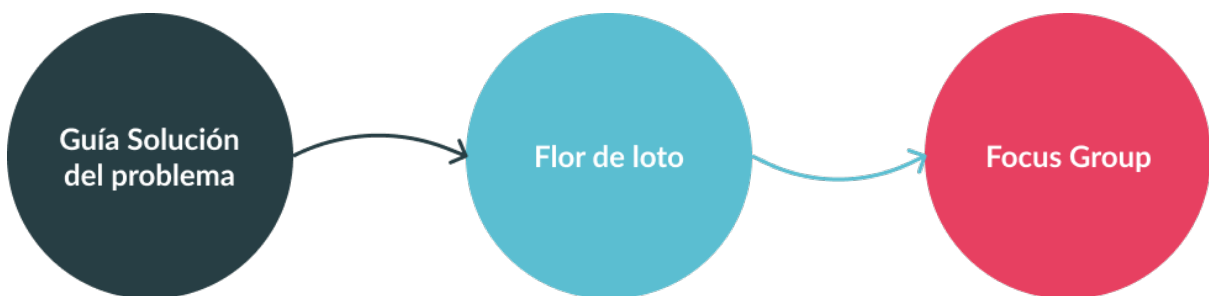


<b>11. Favoritos:</b>		<b>12. Ayuda:</b>	
<b>13. Soporte:</b>		<b>14. Resultados:</b>	

Para ver el prototipo funcional [haga clic aquí](#)

## 8.4 Testeos y comprobaciones

### Primer prototipo



En el primer prototipo se realizó un *focus group* con un grupo de ocho (8) estudiantes de colegio de grado 11, dentro de los 17 - 19 años. El objetivo de la sesión era obtener retroalimentación de nuestro prototipo en cuanto a: funcionalidad, usabilidad, contenido, comprensión de la información, experiencia de acompañamiento, interés y atractivo de uso continuo. Para esto creamos una guía de trabajo y preguntas clave que usamos en la sesión (ver Tabla de preguntas para el *focus group*).

Tabla 5: Preguntas para el focus group

PREGUNTAS
Edad:
Intereses:
¿Les gustaría participar en esta sesión de evaluación?
¿Qué le gustaría encontrar?
Tareas para realizar dentro de la App:
Registro de datos
Define tu norte, realiza las actividades que te dice el paso a paso de la aplicación
Ubica las ofertas de universidades, ¿Entendiste la información?
Encuentra las fuentes de financiación, ¿Te parece mejor que la información esté escrita o en video?
Conoce las becas disponibles, ¿Fue fácil llegar hasta acá?
¿Qué fue lo que más te llamó la atención de la app?
¿Qué no te gustó de la app?
¿Te gustaría ver la versión final?

### Orden de la sesión

Con el fin de tener un orden y llevar a cabo la sesión de manera efectiva, se presentó inicialmente el proyecto de forma general (ver imagen 6) para que ellos entendieran el prototipo, luego se les envió el link de ingreso al prototipo y se destinaron unos minutos para explorar e interactuar con la herramienta, continuamos con algunas preguntas que se encuentran en la ficha de registro (ver tabla xx) y por último se les compartió un incentivo por su participación en forma de agradecimiento por su participación.



**Figura 22.** Orden de sesión - Trabajo final 2021.  
Realización Equipo La Aventura

## Ambiente

Por la dificultad de reunir a los usuarios y la pandemia, se realizaron videollamadas donde se logró interactuar con los participantes tanto con micrófono como con la cámara (ver imagen 7).

## Participación

En la sesión se tenían destinados dos espacios para la participación, pero constantemente se habilitó el micrófono para que todos interactuarán y realizarán comentarios, sugerencias o dudas.

**Grabación de la sesión:** [Ver video de las evidencias del Focus group](#)

## Registro de actividad con usuarios

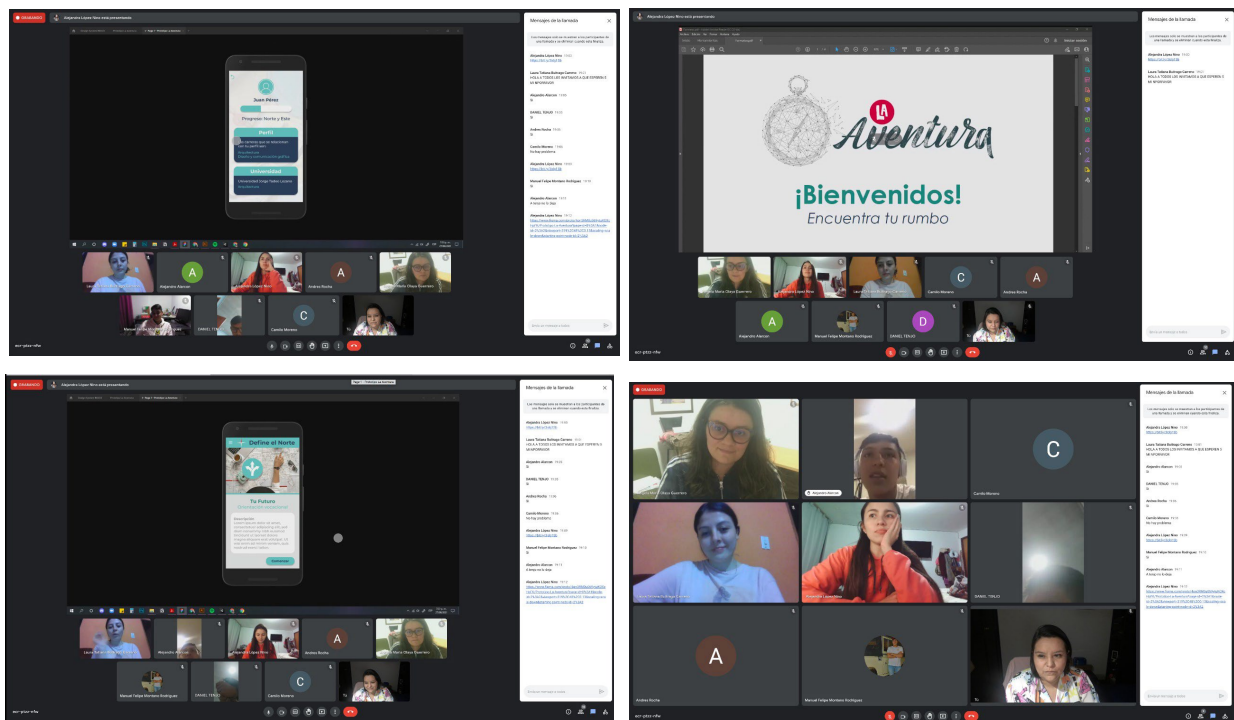


Figura 23. Registro Focus Group - Trabajo final

2021.  
Realización Equipo La Aventura

Tabla 6: Ficha de registro

FICHA DE REGISTRO			
<b>Nombres</b>	Andrés Rocha, Camilo Moreno, Alejandro Alarcón, Manuel Montano, Daniel Tenjo, Carol Ávila, Valentina Bustos y Juan Pablo Polanía (8 participantes)	<b>Edades</b>	17-19 años
<b>¿Les gustaría participar en esta sesión de evaluación?</b>	Sí		
<b>¿Qué le gustaría encontrar?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un espacio de foro para poderse comunicar con las personas que ya han estudiado</li> <li>• Que la información esté actualizada</li> <li>• Encontrar los precios de las carreras</li> <li>• Becas de diferentes lugares del mundo</li> <li>• Contenido dinámico</li> <li>• Infografías</li> <li>• Videos cortos</li> <li>• Que el test funcione y que les muestre que carrera estudiar</li> <li>• Todas las opciones de universidades de una carrera específica</li> <li>• La aplicación ya funcionando en el mercado</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información y opciones de financiación para ellos y sus padres</li> </ul>
<b>Durante la exploración</b>	
<p>¿Entendiste la información? <b>Oferta universidades</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí, es clara, pertinente, fácil de encontrar, coherente</li> <li>• Les gusta que todo esté en la misma aplicación</li> <li>• Les gustaría que la información esté en infografías</li> </ul>
<p>¿Te parece mejor que la información esté escrita o en video? <b>Fuentes de financiación</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si les gustaría porque dicen que no les gusta leer textos extensos</li> <li>• También quieren que los contenidos sean dinámicos e interactivos para permanecer en la aplicación</li> </ul>
<p>¿Fue fácil llegar hasta acá? <b>Becas disponibles</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fue fácil llegar hasta el final, la aplicación es fácil de usar y tienen una continuidad el proceso para cada etapa</li> <li>• No hay tanta carga visual, la información es puntual y se puede continuar con facilidad</li> </ul>
<b>Después de explorar la APP</b>	
<p>¿Qué fue lo que más te llamó la atención de la app?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los colores</li> <li>• El orden</li> <li>• El contenido</li> <li>• El propósito para lo que fue creada</li> <li>• Las actualizaciones de la información</li> <li>• La información de financiación</li> <li>• Las oportunidades de becas</li> <li>• Los test vocacionales respaldados por expertos</li> </ul>
<p>¿Qué no te gustó de la app?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¡Todo nos gustó!</li> <li>• No todos los botones de la app servían (aclaramos que solo es un prototipo)</li> <li>• Sienten curiosidad por las preguntas del test vocacional</li> <li>• Que aún no esté la aplicación en el mercado</li> </ul>
<p>¿Te gustaría ver la versión final?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí, están más que listos esperando por ella</li> <li>• Quieren ellos mismos difundir esta aplicación con sus amigos y conocidos</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	

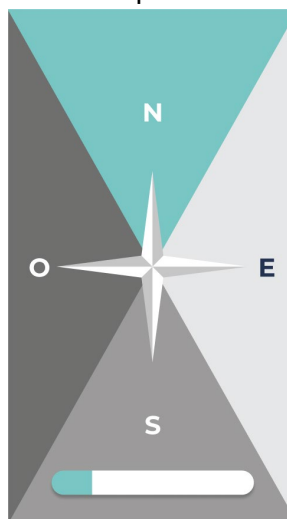
<p>Características de los participantes (gestos, postura corporal, etc.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estaban atentos a la aplicación, preguntaban mucho por el desarrollo</li> <li>• Estaban con una buena disposición para saber cómo servía, de qué se trataba, cómo iba a funcionar después</li> <li>• Sonreían, se veían ilusionados</li> <li>• Finalmente, se emocionaron con el premio de participación</li> <li>• Fue un tiempo agradable porque los chicos estuvieron participativos y aportaron ideas para fortalecer la aplicación</li> </ul>
--	---

### Aplicación de ajustes

A partir de los resultados obtenidos en el *focus group*, se implementaron los cambios al primer prototipo. También, se tuvieron en cuenta estos comentarios y sugerencias.

### Resultados

- Creíamos que los muchachos no iban a entender la interfaz que tiene el inicio de las etapas. Observamos que el 70% de los participantes entendieron que se estaban desactivando las etapas cada vez que se iba progresando, con esto aprendimos que la interfaz debe ser más intuitiva para los usuarios, por lo tanto, debemos cambiar esta parte y poner botones con instrucciones que faciliten este proceso.



**Figura 24.** Interfaz inicial - Fundamentos. 2021  
Realización Julia I. Murillo - Equipo La Aventura

- Creíamos que la aplicación no iba a ser fácil de manejar y se podrían confundir, observamos que la mayoría de los participantes la entendió y disfrutó navegando, con

eso aprendimos que la dinámica y el orden que estamos usando son efectivos, por lo tanto, debemos seguir mejorando en los contenidos.


- Creíamos que los colores no iban a ser del agrado de los usuarios, observamos que todos los participantes recibieron de manera asertiva la gama elegida, con esto aprendimos que la gama permite una buena lectura y visibilidad de la información (es agradable) por lo tanto, debemos continuar con el uso de la paleta seleccionada.
- Creíamos que la sección de testimonios no sería tan relevante, observamos que para ellos es importante encontrar esa información con mayor cercanía y confianza de alguien que haya pasado por este proceso, con esto aprendimos que debemos darle más importancia y visibilidad a esta sección en la App, por lo tanto, debemos trabajar en la ubicación y relevancia del botón “testimonios”
- Creíamos que no iba a ser necesario hablar de la forma de dar a conocer la aplicación. Observamos que los muchachos estaban interesados en saber cómo llevaríamos a cabo esta difusión, con esto aprendimos que debemos articular los diferentes medios para dar a conocer nuestra aplicación, por lo tanto, entendimos la importancia que generó en los usuarios el uso de la App y nos recomendaron que fuera promocionado por YouTube.
- Creíamos que la aplicación no tendría un gran primer impacto, observamos que los participantes quieren y esperan poder tener la aplicación, pronto con esto aprendimos que debemos continuar el proceso para llevar a cabo una presentación formal de la propuesta para llegar al mercado, por lo tanto, debemos continuar en la búsqueda de aliados estratégicos para desarrollar la aplicación
- Creíamos que se iban a interesar por la versión offline de la aplicación, observamos que para ellos es importante invertir el tiempo suficiente para hacer el proceso de forma correcta, con esto aprendimos que debemos tener la información actualizada, por lo tanto, seguiremos trabajando con la versión online y tener la información a la vanguardia.
- Creíamos que los videos (cortos y concisos) serían la forma más adecuada de presentar la información, pero observamos que para ellos también es importante las infografías, imágenes e información interactiva, con esto aprendimos que debemos generar contenido dinámico que incentive a los usuarios , por lo tanto, debemos trabajar en una estrategia más adecuada para presentar la información.
- Creíamos que los test no tendrían tanta relevancia para los participantes, observamos que estaban interesados en saber cómo se realizan, funcionan y cómo lo encontraría en el perfil, con esto aprendimos que debemos continuar en la contratación de profesionales que apoyen y aporten en la fase inicial de la aplicación, y , por lo tanto, enfocarnos en este primer acercamiento al usuario (Norte), ya que es crucial para continuar con las siguientes etapas.
- Creíamos que no sería necesario dar a conocer las alianzas que tendríamos para buscar la información, pero observamos que para ellos es fundamental saber de dónde viene la información que vamos a estar actualizando en la aplicación, con esto aprendimos la importancia de generar la información desde las universidades y entidades, ya que esta información sería más confiable, por lo tanto, contaremos con personas dentro de las universidades y entidades que nos entreguen la información en los periodos que se requiera para estar actualizados.

## **Segundo prototipo**

En el segundo prototipo se planteó realizar testeos que tuvieron como objetivo analizar el flujo del recorrido, observar la funcionalidad de los botones y la comprensión de íconos y textos, a diferencia del prototipo anterior colocamos toda la información extraída de páginas web para darle más realismo al prototipo y hacer las comprobaciones de funcionalidad de acuerdo a la información presentada.

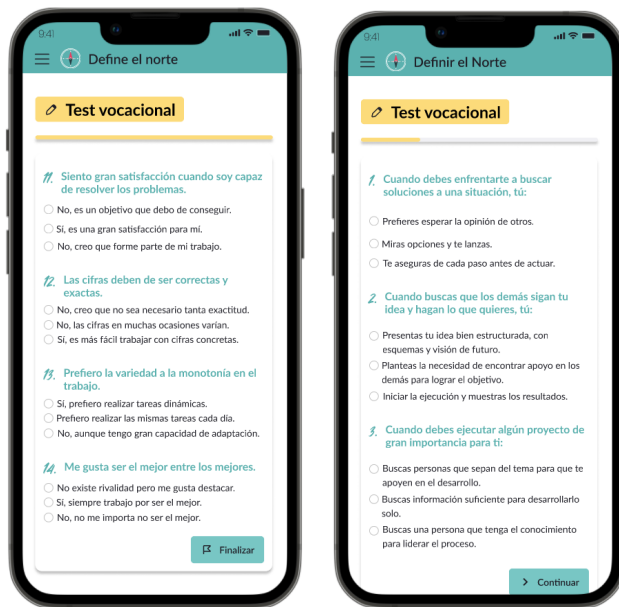
Para esto se crearon actividades puntuales para que los usuarios desarrollaran durante el testeo y se definieron así:

Tabla 7: Actividades testeo

Actividades para realizar
Nombre
Ingresar
Seguir el recorrido (Fijarse si lee los mensajes emergentes)
Seleccionar un programa
Seleccionar un banco
Decirle que vaya al Home
Preguntar que solo vea la publicidad de becas (revisar si entiende estos botones)

Buscar ayuda
¿Qué le pareció? ¿Qué le cambiaría? ¿Qué no entendió? ¿Qué le pareció difícil?

Algunos de los datos suministrados por los usuarios nos dieron los ajustes para el diseño final del prototipo, entre estos estaba el interlineado de los textos, espaciado de botones de selección en el testeo y que los resultados del test que fueran más claros para explicar a qué área académica está adaptado el perfil. Por otro lado, los comentarios de color, flujo y organización fueron positivos y entendibles para ellos, la información presentada era precisa y concisa, fácil de entender y de poder escoger un programa o crédito con base a eso.



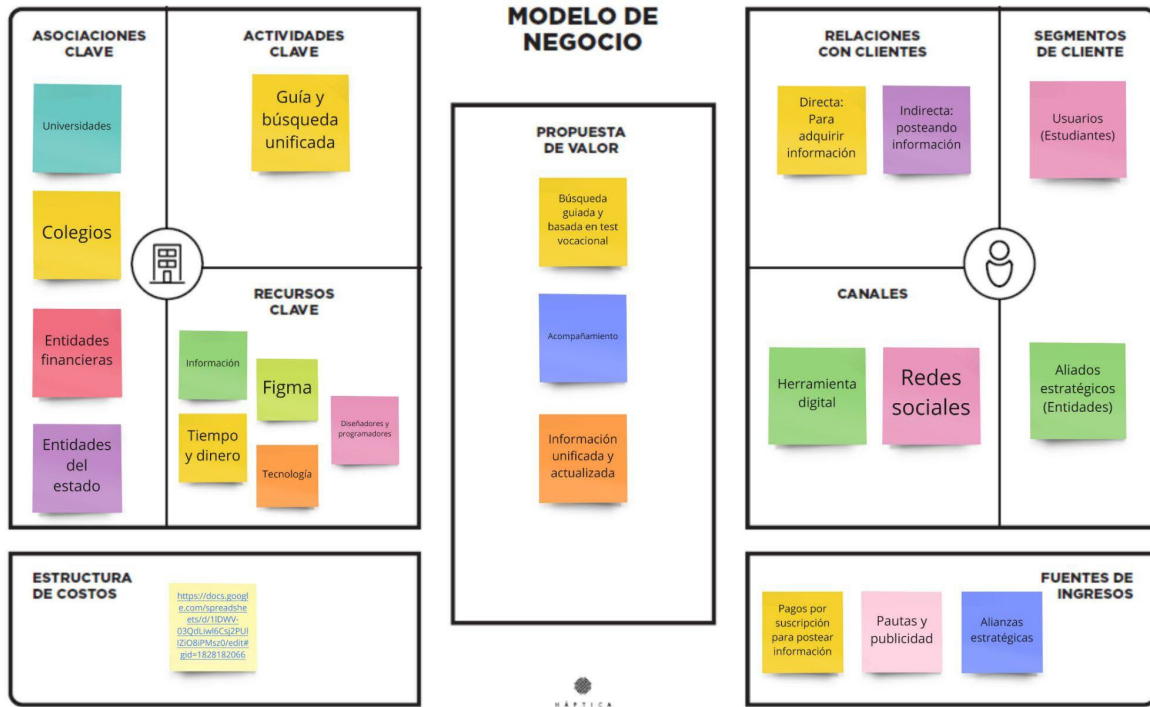


**Figura 25.** Cambios de espaciado - Trabajo Final. 2022  
Equipo La Aventura

## Testeos - Segundo Prototipo

Los testeos y actividades de iteración con el usuario fueron claves en la construcción del proyecto, ya que permitieron escuchar y entender las necesidades del mercado objetivo a través de un trabajo colectivo, llevando a realizar ajustes de los aspectos pertinentes, mejorando cada vez más la interfaz y los elementos claves de la aplicación, con el fin de tener una mayor acogida y un producto exitoso.

## 9. Modelo de negocio



**Figura 26.** Modelo de Negocio - Trabajo Final. 2022  
Realización Julia I. Murillo - Equipo La Aventura

## Propuesta de valor

Para la construcción de la propuesta de valor y factor diferencial del proyecto, se alimentó la siguiente matriz:

## PROPUESTA DE VALOR



**Figura 27.** Propuesta de valor - Trabajo Final. 2022  
Realización Julia I. Murillo - Equipo La Aventura

Bajo el concepto de una brújula, se creó una aplicación, como una herramienta de ayuda para encontrar el camino indicado hacia el futuro profesional deseado. Debe ser útil, de fácil acceso, didáctica, intuitiva y sencilla de manejar. El punto de partida será conocer el perfil vocacional de cada usuario para empezar a construir, de manera personal, una guía por medio de fases donde podrá encontrar toda la información pertinente de manera organizada, con la que se irá engranando su progreso, el cual contará con un acompañamiento desde la etapa de inicio hasta la finalización. Adicionalmente, tendrá un espacio con testimonios de personas que ya han vivido la experiencia y han alcanzado con éxito el objetivo de encontrar el programa académico y universidad adecuada. Al finalizar, el usuario encontrará la mejor opción para su futuro.

Teniendo en cuenta lo anterior se propone la siguiente propuesta de valor:

### Dale norte a tu futuro

Te ofrecemos información actualizada y articulada en una sola herramienta, para que puedas escoger de manera asertiva el futuro de tus estudios superiores, dando un amplio panorama de los ámbitos más importantes sobre orientación vocacional, instituciones y programas académicos, oportunidades de auxilio educativo (becas) y financiamiento para lograr tus objetivos.

## Relaciones, asociaciones, actividades y recursos clave

### Relaciones con clientes

El principal medio que usaremos será por medio de un perfil (de la aplicación) y pautas en redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter, TikTok y YouTube), adicional queremos utilizar como medios la pauta radial en emisoras que escuchan los jóvenes (La mega, Oxígeno, Radio Activa), visibilizarnos en las páginas de los aliados (colegios y universidades), también por medio pautas (anuncios de publicidad) en juegos online y por último en medio de ferias y/o eventos en colegios.

El usuario podrá interactuar e integrar los medios de comunicación social en medio de sus actividades cotidianas como el uso diario del celular, revisando sus redes sociales o en cualquier momento que escuche música en YouTube o la radio, además de los espacios libres para jugar videojuegos en este dispositivo. La idea es ir mostrando como es, las dinámicas y las ventajas de descargar y usar la aplicación.

A continuación se muestra cómo será esa relación de los medios con los dos actores principales: los usuarios de la aplicación y los aliados estratégicos.

Tabla 8: Medios y actores

	Información	Evaluación	Compra	Entrega	Post Venta
MEDIOS	¿Cómo daremos a conocer nuestra solución?	¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluar nuestra solución?	¿Cómo pueden comprar nuestros clientes nuestra solución?	¿Cómo entregamos a los clientes nuestra solución?	¿Qué servicio de atención posventa podremos ofrecer?
USUARIOS	Por medio de las pautas en redes sociales daremos un primer acercamiento	Ingresando desde la pauta a los perfiles de nuestro producto e interesándolos por adquirirla y creando expectativa para descargar la App	Para los usuarios solo bastará con descargar la App y crear un usuario para poder ver y el contenido	Después de descargar la App aparecerá el ícono que le indicará que ya podrá acceder y crear su perfil para utilizarla.	El seguimiento al usuario en su proceso y las actualizaciones constantes en el contenido que permitirán estar a la vanguardia.
ALIADOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Generar espacios donde podamos dar a conocer el producto</li> <li>•Relacionamiento directo: donde se va a contactar con profesores, decanos, mercadeo, áreas administrativas</li> </ul>	Por medio de una presentación daremos a conocer los beneficios y objetivos de la aplicación para que se interesen y quieran adquirirla como medio para promocionar los intereses de la entidad	Para poder pautar dentro de la aplicación paguen una suscripción mensual o anual	Subir la información que se va a mostrar a la APP para luego aprobar y publicar.	Informes mensuales con estadísticas de uso, descarga y visualización en su perfil.

## Definición de relaciones

Las relaciones que esperan los diferentes clientes del proyecto son:

### Usuarios

Servicio automático (En la App al registrar el usuario podrá seguir el progreso por medio de las 5 etapas y de manera automática va a crear un recorrido y contenido personalizado).

### Aliados

Asistencia personalizada exclusiva (Porque al actualizar los contenidos debemos mantenerlos informados y trabajar de la mano con ellos) y creación colectiva (Porque necesitamos la información para crear el contenido de la aplicación).

Para establecer y mantener las relaciones se deben tener en cuenta el costo del diseño y desarrollo de la aplicación, el mantenimiento, el personal experto que maneje las actualizaciones de contenidos y las estrategias de Marketing y publicidad sería aproximadamente de:

Tabla 9: Actividades y presupuestos de desarrollo

Actividad	Presupuesto
Pautas publicitarias: <ul style="list-style-type: none"><li>• Lanzamiento</li><li>• Community Manager</li><li>• Diseño</li><li>• Contenido</li></ul>	Presupuesto trimestral para pautar <b>\$2.000.000</b> La elaboración del diseño y publicación de contenido será realizado por las integrantes del grupo
Programación - Actualización de contenidos y dentro del funcionamiento de la App	Aprox. <b>\$1.500.000</b> mensual (para actualizarla constantemente)
Diseño y desarrollo de la app: <ul style="list-style-type: none"><li>• Aplicación Android</li><li>• Interfaz personalizada</li><li>• Aplicación gratuita con anuncios para usuarios y pago para los aliados</li><li>• Ingreso de perfil con redes sociales</li><li>• Perfil propio del usuario con progreso</li><li>• Panel de administración para actualizar contenidos</li></ul>	<b>\$30.500.000 COP</b> (Equipo diseño / desarrollo y marketing)
Asistencia a ferias: <ul style="list-style-type: none"><li>• Para promocionar la App en la feria</li><li>• Material POP</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Expoestudiante - 2021 STAND BÁSICO (TIPO A) 9 m<sup>2</sup> = 3 m x 3 m <b>\$7.497.000</b></li><li>• Material POP <b>\$2.000.000</b></li></ul>
Subir la App al PlayStore y mantenerla en funcionamiento	La cuota de inscripción es un pago único de \$25. <b>Aprox. \$100.000</b>

	Para iOS (membresía anual de 99 dólares) <b>Aprox. \$400.000 anuales</b>
Mano obra profesional (psicólogos): • Creación de test para proyección vocacional	Voluntariados y/o practicantes <b>\$908.526</b> Expertos <b>\$4.000.000</b>
Ayuda de otros profesionales: • Corrección de estilo	<b>\$2.000.000</b>
Otros	<b>\$1.403.000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$51.000.000</b>

Todo esto con el fin de:

### Usuarios

Al tener una cantidad mayor de usuarios se pretende usar el servicio automático para responder de manera rápida y efectiva a cada uno de ellos, de acuerdo al progreso y decisiones que tome en las 5 etapas.

### Aliados

Porque son ellos los que nos darían la información actualizada y mantendría en auge la aplicación.

Por último, se establecen las principales relaciones y el propósito, para qué construirlas.

Tabla 10: Relaciones y propósito

RELACIONES	Propósito de la relación
Servicio automático	Programar la información para dar respuesta automática y personalizada a cada usuario, creando una interacción constante, permitiendo pasar por diferentes etapas que le dará un rumbo al perfil profesional, generando una experiencia única.
Asistencia personalizada	Enfocar los contenidos específicos que nos darán los aliados para ofrecer un correcto tratamiento al perfil de cada usuario.
Creación colectiva	Recopilar y organizar información de calidad y actualizada para ofrecer el mejor servicio al usuario y cumplir con el objetivo de encontrar todo en una sola herramienta y definir su norte.

Con esta planeación de las relaciones y ejecución de mercado se busca establecer un buen plan de acción para salir beneficiados todos, entregar un producto óptimo al usuario y cumplirle al aliado estratégico con metas para poder ayudar a muchos jóvenes a tomar la decisión universitaria más acertada posible.

## Canales

Según las Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2020-2022, se puede concluir que la audiencia de redes sociales presente en las plataformas de anuncios de Facebook, Instagram y Facebook Messenger en los jóvenes de grado 11 es del 11.9% en mujeres y 12.4% en hombres, lo cual nos indica que tienen una alta participación en estos medios, por lo cual las redes sociales es el principal canal de difusión para dar a conocer nuestra aplicación.

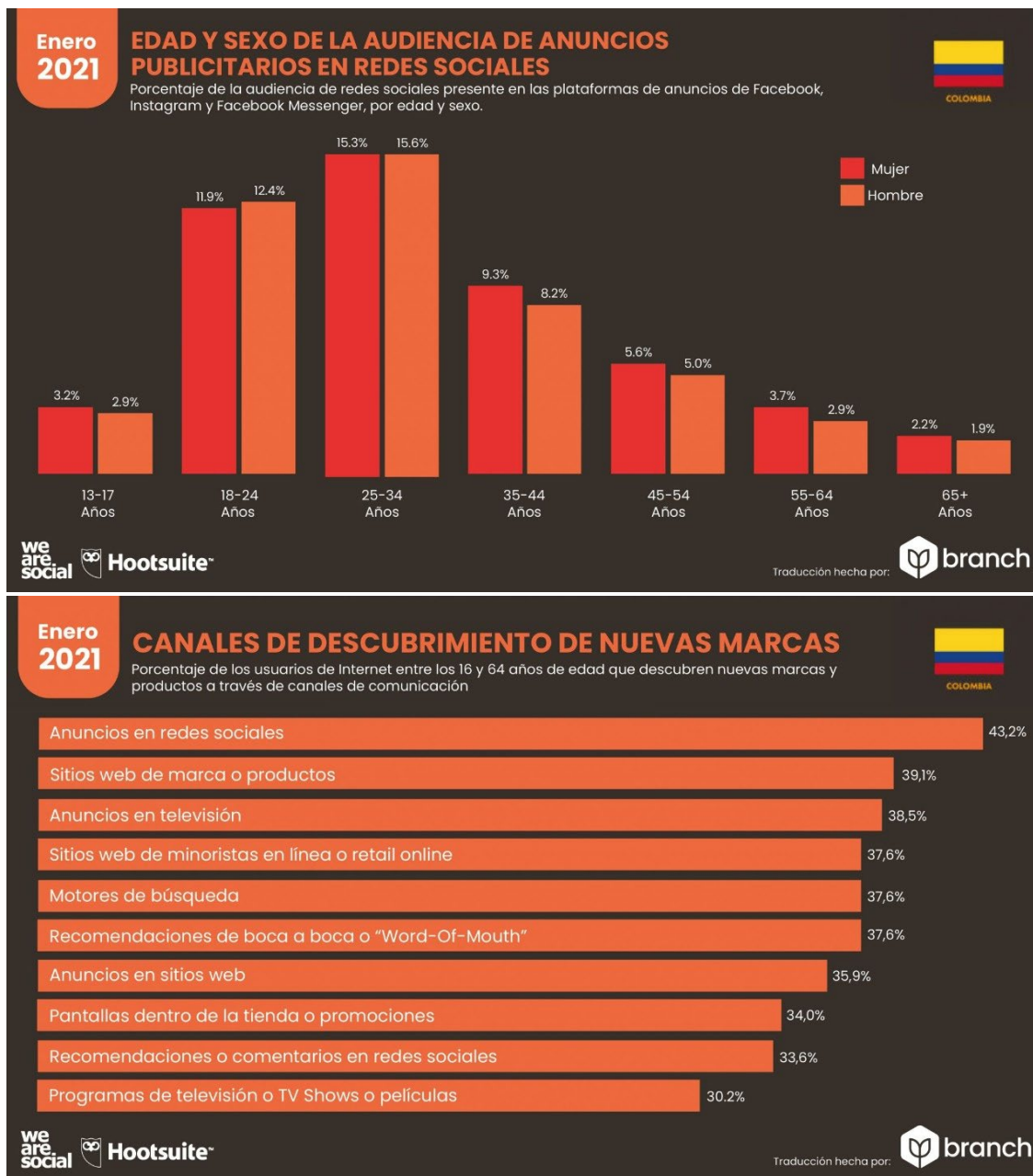
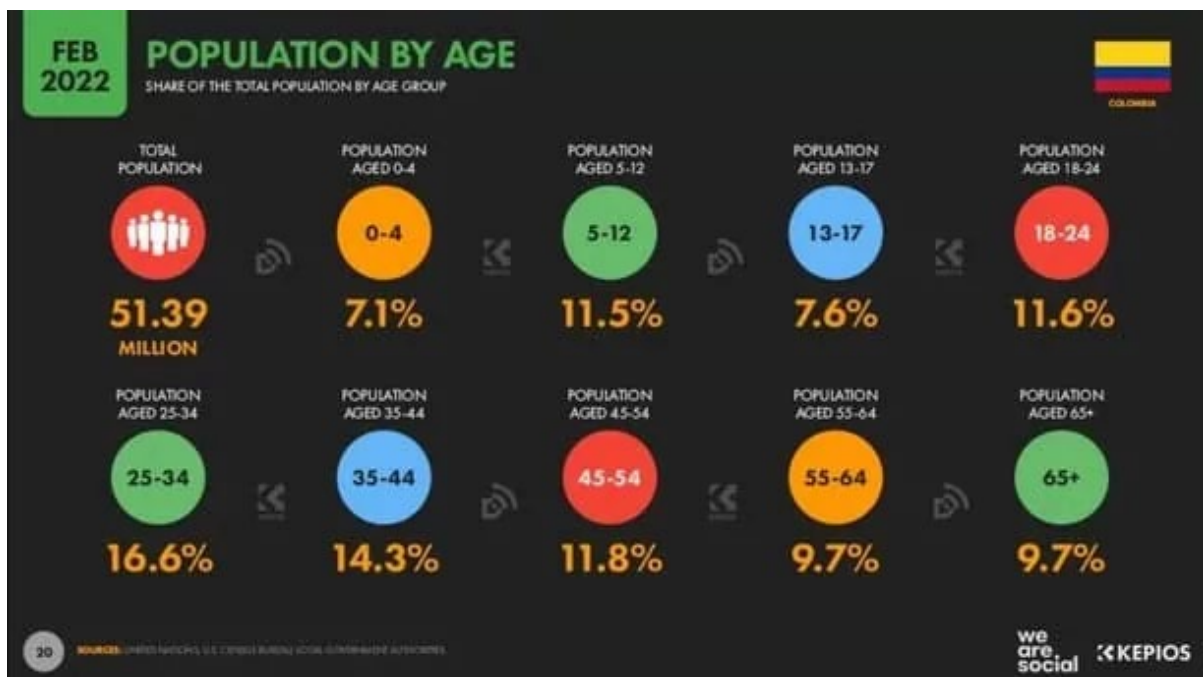


Figura 28. Situación Digital en Colombia. 2021  
 Branch

Importante tener en cuenta que la población que analizamos, sobre todo entre los 18-24 según la tabla, corresponde a un 11.6% de los colombianos que están conectados a las redes sociales.



*Figura 29. Cifras estadísticas Marketing Digital. 2022 Marketing Digital Blog*

## Fuentes de ingresos

En las ventas queremos ofrecer una cuota de suscripción a nuestros clientes (Aliados estratégicos) para publicar contenido en aplicación, para eso definimos los siguientes planes:

Por un único pago 1 año costará \$70.000.000 o la mensualidad (1 mes) tendrá un costo de \$5.000.000, si los clientes pagan durante los primeros 5 días del mes obtendrán el 10% de descuento, por lo cual les quedaría en \$4.500.000 el valor del mes y \$63.000.000 por el año.

Los beneficios que tendrá el pago de esta mensualidad serán los siguientes:

## Visualización de información actualizada

- Subiremos contenido de la Universidad en cada una de las etapas que tiene la App, donde mostraremos información de calidad de las carreras, docentes, instalaciones y precios.
- El contenido ofrecido estará en formato video, imagen y texto.
- Pop up y banner de publicidad de las mismas universidades o entidades
- Etiquetas y recomendaciones en las redes sociales de la App
- Entrega de reporte y estadísticas de visualización e interacción en los perfiles propios



El precio que proponemos se basa en el crecimiento de inversión publicitaria digital que ha tenido Colombia en los últimos años: Según Adlatina nos informa que “una compañía anunciante, en Colombia, invierte en marketing-comunicación-publicidad, en promedio, el 3,6% de su facturación-ventas. De esa inversión, más de un tercio se destina a acciones digitales, lo que representa un aumento del 15% en los últimos 2 años”. Siendo las universidades una de las industrias que más invierte en el sector publicitario, la nueva estrategia luego de que comenzara la pandemia es llegar al público de interés, con un mensaje relevante y captar su atención completa, objetivo que se espera lograr por medio de la app.

### **Estructura de costos**

Los recursos que necesitaremos para mantener la suscripción de los clientes en la aplicación móvil son: Administrador de contenido (persona que tiene acceso a actualizar la información), producción del contenido tipo texto, imagen y/o video (alquiler de equipo audiovisual, alquiler estudio de grabaciones, fotógrafo y editor de vídeo), marketing digital (community manager y diseñador gráfico).

En los meses con mayor demanda y por actualización de datos (meses próximos a ingresos en universidades) tendrá un total de \$28.150.000 y para los siguientes meses tendrá un costo de \$7.300.000

### **Gastos**

Las actividades clave que se desarrollarán en la empresa y que aportan son:

- Investigación de mercado
- Creación de pautas publicitarias para el lanzamiento y beneficios de la App
- Asistencia a ferias para promocionar el uso de la App
- Transporte relativo a los desplazamientos que surjan en el proceso
- Arriendo de oficinas
- Software para diseño y programación
- Cuota por publicar App en tienda
- Material POP
- Contratación de personal externo: Reclutador, community manager, diseñador gráfico, publicista, diseñador UX, desarrollador, agente comercial, psicólogos, corrector de estilo y abogado.

En los meses con mayor demanda y por actualización de datos (meses próximos a ingresos en universidades) tendrá un total de \$12.773.500 y para los siguientes meses tendrá un valor de \$2.773.500

### **Estado de Resultados**

Si conseguimos la cantidad de inversores - aliados (al año) el proyecto generará un saldo

positivo desde el primer mes de \$43.176.500 y así posteriormente para llegar a un total de \$1.936.768.000 de excedente del ejercicio.

## **Flujo de Caja**

Se espera que tomemos un préstamo bancario de \$10.000.000 para dar inicio al proyecto, con una inversión adicional (patrimonio) de cada una de las integrantes del grupo (4) de \$7.500.000 para un total de \$40.000.000.

## **Indicadores Financieros VAN – TIR**

Según nuestro Valor Actual Neto de \$18.190.146 con un porcentaje de riesgo del 35% (debido a que al ser un proyecto nuevo se toma desde el 30 al 80%) nos daría un valor positivo indicando que es viable nuestro proyecto.

Nuestro proyecto de inversión será aceptado, ya que la Tasa Interna de Retorno (50,90%) tiene un porcentaje mayor al porcentaje de la tasa mínima de rentabilidad (35%) que se exige a dicha inversión.

Para ampliar mejor la información se invita a dirigirse a la: [Guía de Finanzas](#)

## **10. Conclusiones**

Se debe entender la educación como parte fundamental en la economía del país. Esta importancia nos llevó a verificar que la información necesaria para construir un perfil vocacional, actualmente, es demasiado débil y poco efectiva, por ello es importante generar canales que permitan crear una respuesta apropiada a las demandas de la sociedad. Esto nos lleva a concluir que la educación no debe ver la tecnología como una amenaza, sino, por el contrario, como aliado estratégico que permite fortalecer el alcance, minimizando las brechas de desigualdad y ampliando el conocimiento a nivel global, logrando así, un aumento en el desarrollo económico de Colombia.

Es relevante entender las ventajas que se obtendrían al generar una aplicación que permita, en un solo lugar, encontrar no solo las oportunidades en cuanto a planes de estudio o universidades, sino también a las entidades a las que pueden acceder para obtener los recursos a partir de oportunidades financieras, becas o alianzas.

La aplicación ayudará a presentar la información al usuario de una forma deslocalizada e incluyente, es decir, que cualquier persona que desee acceder a ella pueda hacerlo, teniendo en cuenta las personas que viven en las lejanías, zonas rurales que quieren tener información sobre los programas y las oportunidades.

La herramienta está diseñada para que cualquier persona tenga a la mano la información adecuada y pueda buscar oportunidades integrales, destacando la sección de becas para ampliar las posibilidades.

Tuvimos la oportunidad de generar un espacio con diferentes actores, Manuel Acevedo, expresidente de ICETEX y actual Rector Universidad CES de Medellín; Hans Dieter, Director del Instituto de Lenguas de la Universidad Santo Tomás y Julian Galvis, Asesor presidencia ICETEX, responsable de temas socio ocupacionales de usuarios de la entidad, con los cuales logramos analizar la propuesta, teniendo en cuenta las oportunidades de ampliar la cobertura del servicio, el beneficio de *“Ofrecer servicio de recopilación, cargue y actualización de la información, que le permitirá a las universidades tener un servicio integral”* y la capacidad del manejo de la información. Encontramos una respuesta positiva al ver que la aplicación no solo mejora las alternativas de las Instituciones de Educación Superior, sino que es pensada en el estudiante como el centro... *“Pensar en el Estudiante como un todo, potenciar sus capacidades y competencias”*, permitiendo no solo enfocarse en una experiencia directa con el usuario, sino en conocer sus aptitudes y construir un perfil individual que le permita identificar las oportunidades en el país y en el exterior. Incluir un portafolio de posibilidades en una app no sería algo negativo para las instituciones, por el contrario, traería consigo muchos beneficios al estar en un lugar donde todos los posibles usuarios entran por un interés específico y es encontrar la mejor alternativa pensando en su proyecto de vida, generando *“ventajas las universidades al estar en un mismo sitio”* con la información completamente actualizada, veraz y pertinente para cada perfil.

## 11. Bibliografía

- Alvino, C. (2021, 3 junio). *Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2020–2021*. Branch. Recuperado 24 de abril de 2022, de

<https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2020->

[2021/#:~:text=El%20porcentaje%20de%20usuarios%20de,4.0%20millones%20de%20perfiles%20nuevos](https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2020-2021/#:~:text=El%20porcentaje%20de%20usuarios%20de,4.0%20millones%20de%20perfiles%20nuevos)

- Diseño web illusion Studio. (2020, 12 febrero). *Apps Móviles y su importancia en la actualidad*. Illusion Studio. Recuperado 3 de marzo de 2022, de <https://www.illusionstudio.es/apps-moviles-importancia-actualidad>
- Editorial La República S.A.S. (2022, 14 febrero). *Presupuesto del sector educativo pasó de \$38,5 billones en 2018 a \$49,2 billones en 2022*. Diario La República. Recuperado 4 de marzo de 2022, de <https://www.larepublica.co/economia/presupuesto-del-sector-educativo-pasa-de-38-5-billones-en-2018-a-49-2-en-2022-3302471>
- Especiales, R. (2021, 3 marzo). *Tres retos de la educación virtual en Colombia*. ELESPECTADOR.COM. Recuperado 16 de marzo de 2022, de <https://www.elespectador.com/especiales/tres-retos-de-la-educacion-virtual-en-colombia/>
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. (2019, abril). *Credenciales alternativas* (N.º 14). EDUTRENDS. <https://observatorio.tec.mx/s/14-EduTrends-Credenciales-Alternativas-2019.pdf>
- Kenneth, R., & Cabot, T. (2020, 25 febrero). *¿Cuándo la tecnología convulsionará la educación superior?* Foro Económico Mundial. Recuperado 18 de abril de 2022, de <https://es.weforum.org/agenda/2018/02/cuando-la-tecnologia-convulsionara-la-educacion-superior/>
- Marketing digital blog. (2022, 25 marzo). *Cifras Estadísticas Marketing Digital Colombia 2022*. Recuperado 12 de mayo de 2022, de <https://marketingdigital.blog/marketing-digital/cifras-estadisticas-marketing-digital-colombia-2022/>

- Melo, L., Ramos, J., Rodríguez, J., & Zárate, H. (2021, 2 noviembre). *Efecto de la pandemia sobre el sistema educativo: El caso de Colombia*. Banco de La República. Recuperado 3 de marzo de 2022, de <https://www.banrep.gov.co/es/borrador-1179>
- Pachon, J. (2021, 31 mayo). *Educación personalizada: Tendencia innovadora desde el aprendizaje virtual*. Revista de Educación Virtual. Recuperado 20 de abril de 2022, de <https://revistaeducacionvirtual.com/archives/3486>
- S. (2022, 9 febrero). *¿Cómo la educación superior en Colombia está enfrentando los desafíos que ha generado la pandemia?* Semana.com Últimas Noticias de Colombia y el Mundo. <https://www.semana.com/opinion/articulo/como-la-educacion-superior-en-colombia-esta-enfrentando-los-desafios-que-ha-generado-la-pandemia/202211/>
- World Economic Forum. (2020, 9 noviembre). *Strategic Intelligence | World Economic Forum*. Stategic Intelligence. Recuperado 12 de marzo de 2022, de <https://intelligence.weforum.org/topics/a1Gb0000000LPPfEAO?tab=publications>

## 12. Anexos

**PALABRAS CLAVES**

- Invertir en proyectos
- Participación de servicios
- Atiende una necesidad del servicio (Aplicación)
- Acceso educación Superior
- Canal de comunicación
- Políticas de Bienestar
- Estímulos Financieros

**DATOS RELEVANTES**

**Aplicativos como canal de acceso a la Educación Superior**

- Hacer seguimiento de los perfiles como base de datos
- Inteligencia artificial (Cualificar la trayectoria)
- Importancia de generar los fondos necesarios para cada estudiante
- Oportunidades Becas o estudios en el exterior

**Ofrecer servicio de RECOPIACIÓN,**  **cargue y actualización de la información**

La importancia de cualificar, como ya conocemos el perfil del estudiante podamos tener optimizada la información para el específicamente.

Probabilidad de éxito del joven y los factores de riesgo para conocer que tipo de acompañamiento se puede hacer en cada perfil, y revisar que tipo de perfil sociodemográfico se tiene para así entender las falencias u oportunidades de éxito se tienen para disminuir los índices de deserción

**ENTREVISTA**  
**MANUEL ACEVEDO**  
ACTUAL RECTOR UNIVERSIDAD CES / EX PRESIDENTE ICETEX



[Audio entrevista - Manuel Acevedo](#)



## DATOS RELEVANTES

CCYK  
 UNIVERSIA \$30,000.000 COSTO POR UNIVERSIDAD  
 La importancia de generar no solo la descarga sino el mantener a los estudiantes  
 Identificación del público (Que busca, que quiere)  
**Todo el mundo quiere estudiar**  
 Mercado latente (medio millón de personas)  
 UNAD, UNIMINUTO Y EL SENA concentran más de 300.000 estudiantes en ellas  
 297 Universidades



## PALABRAS CLAVES

Educación Superior	Carreras
Referentes	Mercadeo
Información (Actualización)	Incentivos
Beneficios	Regiones
Utilidad Real	Ciudades
	Acuerdo de servicios



## Ventajas de las Universidades al estar en un mismo sitio

La importancia de generar un valor agregado para mantener a las personas en la aplicación, para ello conseguir con los aliados un descuento adicional para las personas que entran por medio de la aplicación.

Enfocarse en estudiantes de Posgrado, generar un gancho que permita fidelizar a las personas por medio de incentivos.

PROPUESTA DE VALOR PARA MANTENER LA JUVENTUD,  
**CONSEGUIR ALIADOS ESTRATÉGICOS**



ENTREVISTA  
**HANS  
 DIETER SELSTED**

DIRECTOR CENTRO DE CULTURA Y LENGUAS EXTRANJERAS UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

[Audio entrevista - Hans Dieter](#)



## PALABRAS CLAVES

Perfiles  
 Áreas de conocimiento  
**AUTOCONOCIMIENTO**  
 Intereses  
 Capacidades  
 Opciones de Financiación  
 Becas de las Universidades  
 Orientación  
 Formación  
 Entoque  
 Plan de vida

## DATOS RELEVANTES

Identificar las carreras para que sirven (Qué? porqué? para qué?)

### Generar un match con la carrera

Identificar el perfil  
 Generar un proceso desde 9  
 Explorar espacios, campos laborales para identificar el espacio de conocimiento  
 Tener en cuenta las oportunidades de becas como factor adicional  
 SNIES (Análisis)  
 Match entre la carrera y tu perfil  
 Psicometra



**Pensar**  
*en los* **ESTUDIANTES**  
 como un todo, potencializar sus capacidades y competencias

La importancia de generar un acompañamiento y analizar el perfil que se tenga en cuenta las características individuales, tomando como ejemplo una persona que es autonomía y le gusta investigar y entra a una universidad donde depende del trabajo en equipo y no le genera esa empatía terminan desertando, por eso es importante revisar el perfil de la Universidad, de a carrera y del estudiante.

Generar un conocimiento en cuanto a los perfiles, lo que es técnico, tecnólogo o profesional no solo para los estudiantes sino para las empresas pensando en el mundo laboral.

Analizar las carreras de acuerdo con la oferta laboral y revisar lo que viene en demanda para así potenciar esos perfiles de acuerdo con lo que se busca para el futuro.



ENTREVISTA  
**JULIAN GALVIS**

PSICOLOGO UNIVERSIDAD PILOTO/ ASESOR PRESIDENCIA ICETEX RESPONSABLE TEMA SOCIOOCUPACIONAL DE USUARIOS

[Audio entrevista - Julian Galvis](#)



### 13. Glosario de términos

**Aptitud:** f. Capacidad para operar competentemente en una determinada actividad. Cualidad que hace que un objeto sea apto, adecuado o acomodado para cierto fin. Capacidad y disposición para el buen desempeño o ejercicio de un negocio, de una industria, de un arte, etc. Suficiencia o idoneidad para obtener y ejercer un empleo o cargo.

<https://dle.rae.es/aptitud>

**Actitud:** f. Postura del cuerpo, especialmente cuando expresa un estado de ánimo. Las actitudes de un orador. La actitud agresiva del perro. Disposición de ánimo manifestada de algún modo. Actitud benévola, pacífica, amenazadora, de una persona, de un partido, de un Gobierno.

<https://dle.rae.es/actitud?m=form>

**Cualidades:** f. Elemento o carácter distintivo de la naturaleza de alguien o algo. Cualidad positiva, especialmente de una persona. Calidad, condición o naturaleza de algo o de alguien.

<https://dle.rae.es/cualidad?m=form>

**Gusto:** m. Placer o deleite que se experimenta con algún motivo, o se recibe de cualquier cosa. Propia voluntad, determinación o arbitrio. m. Cualidad, forma o manera que hace bello o feo algo. Afición o inclinación por algo.

<https://dle.rae.es/gusto?m=form>

**Moocs:** Los cursos en línea masivos y abiertos, son una modalidad de aprendizaje donde los estudiantes pueden acceder en cualquier momento, desde cualquier lugar, de una manera más flexible y adaptable.

### ENTIDADES

#### Ministerio de Educación

Sistema de aseguramiento de la calidad de la educación superior, la pertinencia de los programas, la evaluación permanente y sistemática, la eficiencia y transparencia de la gestión para facilitar la modernización de las instituciones de educación superior, implementar un modelo administrativo por resultados y la asignación de recursos con racionalidad de los mismos.

#### Ascun

Asociación Colombiana de Universidades

#### Icetex

Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior

#### Dane

Departamento Administrativo Nacional de Estadística

**Colciencias**

Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación.

Promueve las políticas públicas para fomentar la CTI en Colombia. Las actividades alrededor del cumplimiento de su misión implican concertar políticas de fomento a la producción de conocimientos, construir capacidades para CTI, y propiciar la circulación y usos de los mismos para el desarrollo integral del país y el bienestar de los colombianos

**Colfuturo**

La Fundación para el futuro de Colombia (COLFUTURO) contribuye al desarrollo del país al generar oportunidades para la formación de posgrado de profesionales colombianos de excelencia académica en los mejores programas del mundo.