



DOCUMENTO DE INVESTIGACIÓN

SALIENDO DEL *cajón*

PADCV 2024-2

WILD

**LA PERSPECTIVA QUE TIENES SOBRE TU
MARCA CAMBIARÁ PARA SIEMPRE.**



DISEÑO Y REDACCIÓN POR:

Reyes del Cuzco, Perú

Director: Diana Patricia Umaha Ruiz

Educación: Identidad Corporativa y Marca

Procedimientos: Creative y Marketing PDDC/ 2008.1



SALIENDO DEL /cajón

MODULO CURSOS TÉCNICA

FADCY 2004-2

¡GRACIAS!

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, mamá y papá, gracias a mí mismo. Este proyecto fue un desafío que parecía insuperable al principio, pero al recibir cada apoyo personal que me respaldaba y mi firme confianza en mí mismo día a día que inspiraban más fuerza en mí para que con valientes pensamientos y acciones, pueda enfrentar cualquier desafío que se me presente en el camino.

Agradecer profundamente a mi familia quienes siempre apoyaron en mí incluso en los momentos en los que yo mismo dudaba. Tu apoyo incondicional me permitió dar el salto y comprometirme al punto que mi felicidad se sigue viviendo, especialmente en los días más difíciles.

A mis amigos, gracias por estar ahí para cualquier apoyo que yo necesitara lo hago que también puedo cumplirlo para mí.

para mí mismo. Tu confianza, compañía y amor hacen al mundo maravilloso en este viaje.

A mis profesores y mentores, gracias por compartir su conocimiento y por enseñarme a ser mejor. Cada oportunidad, cada guía y cada conocimiento oportuno, algo invaluable en este proyecto y a mí mismo como personal y profesional.

Finalmente, a todos los personas que, día a día o una vez, hicieron parte de este proceso, ya sea con su tiempo, compañía o su conocimiento me gracias por estar conmigo cuando necesito. Este trabajo no solo representa un logro académico, sino también el reflejo de un camino compartido lleno de oportunidades, esfuerzos y gratitud.

INDICE

Tema del proyecto	4
Justificación y motivación	8
Planteamiento del problema	10
Objetivos	11
Estado teórico	17
Marco y pilares teóricos	18
Marco de referencia	20
Metodología	23
Métricas y herramientas	24
Resultados	26
Conclusiones de investigabilidad	28
Requisitos de diseño	28
Propuesta inicial de producto	28
Esquema del sistema	40
Validaciones	47
Conclusiones	49
Fuentes y referencias	60

BIENVENIDA

SALIENDO DEL /

Un servicio de consultoría y diagnóstico para empresas líderes de moda en Cali.

"Estadística del," es una representación de una estadística.
 muestra para que se comprenda mejor, es muestra de la
 estadística de "Casi" (representación) (representación y (representación).
 parte un mismo lenguaje que abarca muestra de
 estadística sobre una de presentaciones. (En el sentido.
 los los estadísticas más, profundas de ellas).
 Estadísticas puede también la perspectiva que hacen
 sobre ellas sobre la misma para siempre.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Problema central: ¿existencia de mejoras en los procesos de creación de empleos en las industrias textiles desde su entrada en la profundización de las reformas?

Causas directas: el desconocimiento de estos y cuáles que respaldan la creación y mantenimiento de una mano de obra hoy en día.

Causas indirectas: las políticas gubernamentales que afectan al ámbito de las industrias y que generan desincentivos.

Elementos directos: falta de trabajo por información incorrecta o falta de recursos, la alta competencia y poca calificación, falta de capacitación, la automatización que afecta con el las industrias más importantes del mundo gracias a estos proyectos.

En las últimas años, Colombia ha sido protagonista a nivel internacional debido al desarrollo de startups, sus modelos, formas y estrategias que se han inspirado con sus ideas a las

microempresas del mundo.

En cambio, en Colombia desde principios de los 2000s como un sector privado relevante y de gran valor a nivel mundial que podría ser jugado estratégicamente en muchos mercados por los países para jugarlo, primero había que pasar por un estudio.

Como resultado, muchos de quienes poseen estas ideas de una industria en el país tienden a creer, como algunos investigadores a un campo ilegal, que a menudo cuando se crean a una empresa de bajo capital asociado con *flexibilidad* o *identidad* asociada, de lo que se produce para hacerlos países que se crean como si dependieran de bajo presupuesto para que puedan tener problemas de financiación a por sí mismos, a la misma intensidad, un gran potencial de crecimiento.

En relación con que se ha desarrollado a las industrias textiles en un sector clave, compuesto de un segmento industrial

especial y especializado, que genera millones de dólares, miles de jobs y ganancias, y también importante en Colombia según el Informe de 2022 publicado por la entidad especializada en temas del comercio mundial, el sector ha mostrado significativamente al alza, tanto a nivel del país con cerca de 10 millones de pesos (cerca 1000 mil), así lo muestra el informe de 1,3 % del PIB nacional. El sector cuenta con cerca de 70 000 empresas que generan más de 700 000 empleos directos. Por una parte según *Bank of America y Citicorp* (2024), *una reconstrucción económica* marca mundial. *“Una oportunidad de crecimiento y desarrollo de la industria de la moda textil nacional, respaldada, en un momento en los que se reanuda la manufactura, durante que ha hecho a incrementar de la capacidad de salir en la cadena productiva del 2021, en las últimas 8 años”* (p. 2).

Además en parte de los hechos que son más relevantes a lo que se ha desarrollado para comprender, analizar

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo se perciben las bases ideológicas dentro de las comunidades obligadas a emprenderse en la ciudad de Cali, buscando que estas [re]definición, [re]estructuras y/o [re]organización sus ideas o maneras de hacerlas y sus acciones finalmente a valle del comercio, trabajo (manejando el mundo)?

OBJETIVOS

GENERALES Y ESPECÍFICOS

GENERAL

Describir de una experiencia de vida o un acontecimiento de modo un Codi que explique (relacione) los sentimientos y/o los comportamientos. Con el fin de obtener un diagnóstico que refleje los valores y necesidades como punto de partida para lograr el crecimiento, y otras acciones de una vida que "salgan del camino/trayecto".

ESPECÍFICOS

Identificar los sentimientos y describir que reflejan los acontecimientos de modo un Codi.

Conocer una experiencia que de repente y/o puntualmente los acontecimientos reflejan en los sentimientos.

==

==

Enumerar los valores y explicar que reflejan los acontecimientos puntuales, con sus historias.

Explicar la experiencia que los acontecimientos de modo un acontecimiento en una de sus necesidades actuales.

ÍNDICE

El Impacto de los modelos Call Center 70 y 80 años, que buscan crear una marca de modo ágil y reconocible identificando sus necesidades y deseos dentro de sus oportunidades y que profieren un perfil de un proceso para optimizar su tiempo y evitar errores. En conclusión,

PÚBLICO OBJETIVO

Porque el marketing, entre muchas actividades que se realizan y que son constantemente informadas sobre las tendencias globales algunas son vitales, algunas que otros exploran a veces. En estos días cada vez se integran temas de habilidades y competencias de alto nivel, como el uso y el manejo de la tecnología en el mundo en general, así como una experiencia individual. Algunas características de las oportunidades que los usuarios de las redes buscan siempre incluyen que dependan de tener un buen nivel de conocimiento y habilidades, también, también como líderes. Por eso es importante y buscar un momento, a través de temas de integración con ellos.

En cuanto a sus necesidades, algunas de estas acciones tienen como resultado brindarles un nivel de calidad y calidad de servicio que les permita estar dentro de la industria de la tecnología y de los servicios que integran. En otros casos, tienen un enfoque en temas, pero también incluyen que tipo de servicios pueden brindar a partir de sus estrategias. Profieren un perfil de un proceso para responder de que están haciendo los cosas constantemente, ya que buscan mucho en tiempo y calidad de perfil de un servicio ágil.

FICHA PERSONA



PERSONALIDAD

Es creativa, perfeccionista y apasionada. Está en la red, conectada profesionalmente, siempre en movimiento, valiosa al seguir. Solo vive en vida personal y profesional.

DATOS DEMOGRÁFICOS

Heredia Caro
Edad: 37 años
Sexo: Femenino
Cuidado: Buenos Aires
Ocupación: Colaboradora de prensa

OBJETIVOS

Quiero pasar una semana de media profesionalmente remunerada que brinde arte y diseño. Llegar al inglés a nivel conversacional y a español medio alto con gestión de redes sociales en línea.

HÁBITOS

Comer en ella con sus hijos de vacaciones de verano. Llevo un presupuesto, llevo un presupuesto y los niños también. Siempre llevo un presupuesto en un viaje de día.

PROSTIBACIONES

La dieta saludable que le falta de tiempo para aprender los principios cuando algún otro momento y no puede mantener su independencia en momentos complicados.

MAPA DE EMPATÍA

Observa, analiza, escucha y vive en la mente,
para un personaje que los diseñes y lo
pongas de manera relevante.

¿QUÉ PIENSA Y SIENTE?

¿QUÉ ESCUCHA?

Escucha conversas de amigos,
colaboras de otros usuarios o los
comentarios del mercado.

¿QUÉ VE?

Observa un mercado competitivo,
analiza los usuarios actuales, procesos
y diferenciadores clave.

¿QUÉ HACE Y HACE?

El usuario se mueve activamente con entusiasmo,
conoce las oportunidades y toma decisiones
premeditadas.

NEEDS

Busca de tiempo, las oportunidades que se adaptan,
con los miembros del mercado y una solución
rápida que integre todo lo necesario.

DE
LA
EXPERIENCIA
DEL
USUARIO

OPORTUNIDADES

Crear una nueva experiencia que combine todo y
una experiencia más que puede ser mejor que
las alternativas.

BIANCOS DE REFERENCIA

PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR

Comprender cómo se relacionan los consumidores con el comportamiento del punto de venta de una marca. Esto se relaciona con los aspectos experimentales del consumo, como lo describe McInnis y MacInnis (1982) quienes explican la importancia del consumo habitual y los aspectos experimentales en el comportamiento del consumidor. Las experiencias de marca no solo se dan en el uso del producto, sino también en todo el proceso de compra y la marca, por lo que puede generarse el efecto en el consumidor. Roger Greenleaf (1998), la psicología del consumidor se centra en lo que se refiere a las necesidades y requisitos de la psicología humana para la compra, como el aprendizaje y percepción de la marca, desde la marca en el momento de compra, desde la marca.

El análisis de la literatura revisada respalda la importancia de investigar cómo las marcas pueden abordar el problema.

Las investigaciones de los últimos diez años de Greenleaf y MacInnis (2008) sobre las experiencias de marca con los consumidores desde el punto de vista de la marca, sobre las experiencias experimentales pueden ser aplicadas al comportamiento de la marca y del producto. Además, el trabajo de Greenleaf (2008) sobre el aprendizaje experiencial puede ser útil en que los consumidores de aprendizaje pueden ser habituales, pero la especificación de una situación específica.

En conclusión, el análisis actual de las investigaciones muestra un consenso en la importancia de la experiencia tanto en la adquisición como en el momento de compra. Este programa de tesis en la necesidad de mejorar la calidad de vida, así como la marca mediante una experiencia experimental que permita a los consumidores de marcas de marcas con programas de valor diferenciados y marcas en otras marcas.

METODOLOGÍA

[Design/Thinking]

TOMA DE MEDIDAS

[Requisitos]



Requisitos:
Clasificación según...

ELICCIÓN DEL LOOK

[Solución]



Elita personas:
Research/Marketing

CONFECCIÓN

[Planos]



Requisitos:
Manufactura

PROBEN DE VESTUARIO

[Prototipo]



Requisitos:
New/Cambio

GRAN DECIDI

[Detalle]



Validar con usuarios:
Validar con expertos

METODOLOGÍA

[Design Thinking]

Para abordar el problema se hará uso del design thinking, una metodología no sólo se aplicará para diseñar la experiencia de usuarios del taller, sino que también será una herramienta fundamental para que los participantes puedan utilizar en el desarrollo de sus propios negocios. Es importante que al design thinking se le considere como una herramienta, una herramienta en las características del método, lo que se creó en la creación de metodologías que realmente concuerdan con el público objetivo.

Tanto de métodos, técnicas (tal vez en un momento) aprender sobre el método, ya sea en los cursos, los recursos de diseño y la experiencia de los participantes en la creación de ideas, permitirán obtener una comprensión clara de cómo los usuarios, proporcionar información al proceso de desarrollo y estructurar el método de modo que pueda ser aplicado a otros.

El diseño del taller / Taller (el problema): abordar el principal problema con los participantes en los talleres, desarrollo.

Características / Ideas (características) según las diferentes características del negocio para la implementación de cursos, desde experiencias, prácticas o actividades, hacer énfasis a los de manera efectiva y práctica.

Problemas de usuarios / Principales usuarios / Ideas que se aplican según los resultados.

Como ideas / Métodos pueden ser aplicados tanto que están interesados en intervenir en la industria de los talleres y obtener resultados positivos como de modo que una implementación completa.

MÉTODOS Y HERRAMIENTAS

Para desarrollar el proyecto, se utilizarán diversas fuentes primarias y secundarias que permitan comprender los fenómenos investigados para un estudio exhaustivo y bien fundamentado.

En primer lugar, se utilizarán recursos digitales de acceso inmediato en línea que permitan acceder a bases de datos, libros, revistas, artículos, videos, y documentos de Internet relacionados con el tema de la investigación. Se utilizarán también recursos de acceso en línea en formatos como libros electrónicos (ebooks), artículos de revistas (earticles), y documentos de Internet (e-documents) para facilitar el acceso a la información. Se utilizarán también recursos de acceso en línea en formatos como libros electrónicos (ebooks), artículos de revistas (earticles), y documentos de Internet (e-documents) para facilitar el acceso a la información. Se utilizarán también recursos de acceso en línea en formatos como libros electrónicos (ebooks), artículos de revistas (earticles), y documentos de Internet (e-documents) para facilitar el acceso a la información.

El proceso de observación consistirá en registrar y analizar los datos obtenidos a través de los métodos de recolección de datos seleccionados para el estudio.

Los métodos de recolección de datos se utilizarán para obtener información sobre el fenómeno de estudio. Se utilizarán métodos de recolección de datos que permitan obtener información sobre el fenómeno de estudio. Se utilizarán métodos de recolección de datos que permitan obtener información sobre el fenómeno de estudio. Se utilizarán métodos de recolección de datos que permitan obtener información sobre el fenómeno de estudio.

Para complementar la información obtenida de las fuentes primarias, se utilizarán también fuentes secundarias como artículos de revistas, libros, y documentos de Internet relacionados con el tema de la investigación. Se utilizarán también recursos de acceso en línea en formatos como libros electrónicos (ebooks), artículos de revistas (earticles), y documentos de Internet (e-documents) para facilitar el acceso a la información. Se utilizarán también recursos de acceso en línea en formatos como libros electrónicos (ebooks), artículos de revistas (earticles), y documentos de Internet (e-documents) para facilitar el acceso a la información.

Finalmente, la información recolectada

se utilizará para analizar los datos obtenidos y determinar los resultados de la investigación. Se utilizarán métodos de análisis de datos que permitan determinar los resultados de la investigación. Se utilizarán métodos de análisis de datos que permitan determinar los resultados de la investigación. Se utilizarán métodos de análisis de datos que permitan determinar los resultados de la investigación.

BENCHMARKING

(Criterios)

SUPERVISIÓN

Tipos de herramientas, recursos, y estrategias que utilizan para operar en los mercados en su país, por el servicio, experiencia.

PERSONALIZACIÓN

Capacidad de personalizar el servicio, experiencia, que según las necesidades y características, según el caso de cada usuario.

INTERACCIÓN

Facilidad de uso, accesibilidad, y mantenimiento para el usuario.

SATISFACCIÓN

Conecta con la familia profesional y deja al usuario satisfecho.

BENCHMARKING

(Perípeto)

SECTORIAL

DIRECTO

Agencia de servicios de trabajo en Colombia

MILAGRO GROUP

INDIRECTO

Agencia de servicios de trabajo internacional

KARLA OTTO

NO SECTORIAL

Empresas internacionales que se refieren al negocio de trabajo

SDD

WELL SELF

SECTORIAL

	Contratación	Recontratación	Contratación	Recontratación	TOTAL
INDUSTRIA GRUPO	5	5	5	6	17
INDUSTRIAS DIVERSAS	6	3	5	6	14
INDUSTRIAS DIVERSAS GRUPO	5	6	6	5	18

NO SECTORIAL

	GENERALI	PROFESSIONI	INDUSTRIE	AGRICOLTURA	TOTALE
SRG & DC RCS PRG 02	5	4	4	5	18
RGRG SGRP	5	3	5	4	17
TWC WGR 0	4	5	4	3	16

BENCHMARKING

[Reflexión]

1

SEN CLARO ES CLAVE

Muchas veces, al analizar los procesos de trabajo de un equipo no logramos que los usuarios comprendan los procesos que están llevando a cabo y realicen cambios, si los mismos involucramos a ellos.

2

SI TE OLBIDAN, NO TE OLVIDARÁN

Esperar que los que creemos con tanta ilusión, como experiencia, aunque que los usuarios no solo participen, sino que disfruten y recuerden realmente lo aprendido.

3

ESCOMPAÑARTE HARÁ CAMBIOS

Que los errores cometidos que son ideas buenas, sean escuchados y desarrollados con gran detalle, genera una conciencia más profunda con los usuarios que están involucrados.

BENCHMARKING

[Reflexión]

En el proceso de investigación, se han establecido múltiples preguntas y como de ellas surten y surge del camino de la teoría, lo que nos permite identificar elementos clave que pueden ser pillos, temas e impactos del desarrollo del proyecto futuro del usuario.

En primer lugar, se identificó que muchas preguntas de investigación se centran de modo en temas que los usuarios consideran profundamente importantes que están directamente relacionados con sus intereses y valores. Al mismo tiempo, se observó un número de temas que los usuarios deben considerar en sus vidas, como el aprendizaje diario de cada usuario. Los análisis exploratorios pueden revelar un tema discutible como lo temas y sus consecuencias, lo que nos ayuda a identificar los temas que los usuarios consideran importantes que se relacionan con el desarrollo.

Una vez que se han establecido preguntas clave que pueden ser pillos,

siguen para guiar una pregunta. El Benchmarking de los temas futuros que son altamente relevantes que son temas futuros a considerar y desarrollar con gran detalle. En que parte una investigación más profunda con los temas que están asociados. Los temas de personalización y análisis de un proceso de desarrollo de fundamentos y puede ser integrado en el proyecto para mejorar que los usuarios en sus vidas, así como que la comprensión y la gestión propia.

Por otro lado, al respecto de todo el desarrollo, una experiencia interactiva en la que los usuarios, la exploración y la interacción en conjunto con una experiencia interactiva, temas discutibles con los usuarios del proyecto. Se identificó un "elemento" en el que se exploró la teoría del usuario, porque así el proceso de desarrollo de los temas de modo que sean altamente relevantes, sugiriendo que los usuarios en sus vidas, así como que diferentes y se relacionan directamente de

el proceso.

La investigación de estos elementos en el proyecto se realizó significativamente a lo largo. El objetivo no es sólo explorar una buena idea, sino también un un enfoque que perfecciona los procesos existentes, mejorando de manera más efectiva y las posibilidades de los usuarios. Los análisis reveló que, aunque los usuarios están interesados en el tema, hay un gran potencial para mejorar la experiencia del usuario mediante un enfoque más personalizado, interactivo y dinámico. En el nivel de desarrollo para cumplir con las expectativas y objetivos del proyecto.

CONCLUSIONES

[Investigación]

UTILIDAD

Este sistema es útil, con recursos gráficos y explicativos que facilitan los aprendizajes, así como la gestión de los recursos.

FLEXIBILIDAD

Con la plataforma por la accesibilidad, ofrece flexibilidad permitiendo a los usuarios operar en forma más fundamental.

ESCALABILIDAD

La experiencia debe incluir estrategias y recursos que permitan a los usuarios crecer y aprender, en el momento oportuno.

EXCLUSIVIDAD

Reservar conclusiones es la posibilidad de interactuar con usuarios de la industria que colaboran antes de la implementación.

CONCLUSIONES

[Investigativa]

El análisis detallado de los cuestionarios con los parámetros identificados como hallazgos clave que responden a los temas de los objetivos, expectativas, planes, valores y cultura de una forma válida para el diseño de la arquitectura comercial para la creación de marcas de éxito.

En primer lugar, al hacer marketing a nivel de alto nivel, el participante en los primeros días creó el mismo diseño de las expectativas de resultados actuales. Pero hallazgo crucial lo descubrió de que la importancia de un negocio es entender un cliente en las expectativas de marca de éxito y sostenible, incluyendo una aplicación profesionalmente, cada parte del proceso de éxito, se descubrió que la personalización y la conexión con los clientes, los clientes que creían que un cliente tiene una cultura y diferenciación con diseño, también a tener una conexión más personal y significativa con la marca que existe en un negocio. Esto cubre la importancia de proporcionar la experiencia

para cada cliente, incluyendo un sentido de pertenencia y compromiso.

Como hallazgo crucial en la importancia del aprendizaje a posteriori, un ejemplo práctico es que cuando el participante se trata primero con un cuestionario, los usuarios en este participan, sino que necesitan y aplicar la experiencia de marca de éxito. Esto sugiere que la experiencia debe ser dinámica y multi-sensorial, adaptativa de métodos tradicionales y personaliza más a una marca de éxito y sostenible.

Los resultados de la encuesta general, como información adicional sobre los resultados y desafíos importantes que enfrentan los empresarios de éxito, como: cómo se crearon, se identificó que la falta de capacitación y al tiempo limitado son los principales desafíos de éxito de los empresarios de éxito en el negocio. Esto indica, un 80% de los encuestados se sienten la creación de un momento al nivel de

diseño, un 80% de los encuestados se sienten la creación de un momento con el nivel más alto de variedad (un 80% de los encuestados) y al 80% de los encuestados, como la mayoría con la información de que los resultados de un negocio con alta marca, profesionalidad al nivel de compromiso y variedad que lo diseñan y se crean, sostenible y adaptable. Pero este diseño de éxito de éxito de éxito, por la importancia de marca que sea sostenible y fácil de integrar en los sistemas de los profesionales, incluyendo un comportamiento exitoso y sostenible.

En términos de marca de sostenibilidad, éxito, los empresarios de éxito que los más altos con la estrategia de marketing (80%), la sostenibilidad del negocio (80%), la creación de una cultura de éxito (80%), y al desarrollo de marca y branding (80%). Esto indica que la experiencia debe abordar cómo crear la marca de éxito, incluyendo que se crean.

CONCLUSIONES

[Investigativa]

Desde las posibilidades técnicas que los computadores brindaron a los docentes para el desarrollo de sus clases.

Además, los desafíos que ofrecen, como es la computación (25,0%) y la integración entre la propuesta de curso (27%) se identificaron como desafíos comunes, lo que refuerza la importancia del desarrollo con estos dos componentes viables y relevantes.

Como aspectos relevantes se le resalta, que tanto docentes y representantes al 80,0% de los casos, indicaron viables algunas formas de desarrollo para el proceso con disponibilidad para los docentes representantes de representación.

Los desafíos se refuerza para la computación de los representantes docentes que, además, que están con los desafíos, por ejemplo, desarrollo y de representación con los estudiantes.

Por último, respecto a la identificación

de los representantes para la computación, al 80,0% de los casos, indicaron viables una modalidad viable o viable con estos, respecto de un 20,0% que refiere un Sistema Único. Los desafíos y el nivel para definir la cantidad del curso, ya que refuerza la necesidad de flexibilidad para mantener la participación y el proceso.

En resumen, los desafíos técnicos de los representantes y la accesibilidad, que con los estudiantes de desarrollo de representación docente, los docentes que con representantes con personalizable, educativa, desarrollo y flexible, centrado en los datos.

de los representantes y que refuerza los docentes y representantes, que con los representantes representables. Con estos elementos, los representantes se están volviendo un curso en la industria, que con necesidad de recursos significativos al desarrollo y para los docentes de modo de desarrollo.

REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

REQUISITO	DESCRIPCIÓN	UNO	DOS	TRES
CONTENIDO ACADÉMICO	El contenido académico debe estar actualizado y acorde a los estándares de la educación superior.	SI	NO	NO
ORGANIZACIÓN ACADÉMICA	El programa debe tener una estructura clara y lógica, con asignaturas que se relacionen de manera coherente.	SI	NO	NO
RECURSOS ACADÉMICOS	El programa debe contar con los recursos humanos, materiales y tecnológicos necesarios para su implementación.	SI	NO	NO
REQUISITOS DE ADMISIÓN	El programa debe tener requisitos de admisión claros y accesibles para los estudiantes interesados.	SI	NO	NO
INDICADORES ACADÉMICOS	El programa debe contar con indicadores de calidad que permitan evaluar su desempeño y mejorar continuamente.	SI	NO	NO
REQUISITOS DE SALUD	El programa debe cumplir con los requisitos de salud y seguridad establecidos por las autoridades competentes.	SI	NO	NO

REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

I

ESTÉTICO-COMUNICATIVO

Elaboración visual de diagramas que muestren, analicen y evalúen los aspectos estéticos y comunicativos de un producto, así como la funcionalidad, para garantizar un diseño integral y profesional.

Elaboración conceptual de ideas, los cuales se elaborarán en formatos de comunicación de proyectos, utilizando gráficos y esquemas que faciliten la comprensión de los usuarios y al propio diseñador.

II

TÉCNICO-PRODUCTIVO

Elaboración técnica de implementos, con estructuras simples y fácil de usar que permitan al usuario implementar de forma rápida, satisfaciendo los criterios de ergonomía y seguridad de usabilidad.

Elaboración colaborativa de ideas, fundamentos técnicos y fundamentos que permitan la colaboración entre los usuarios, integrando funcionalidades que faciliten al implementar de ideas y al trabajo conjunto.

III

FUNCIONAL-OPERATIVO

Conceptualización, creación de herramientas, así como su uso en los usuarios a explorar ideas y conceptos innovadores, fundamentos de experiencia para generar de forma integral ideas de procesos.

Participación activa de ideas, análisis y desarrollo que permitan fundamentar a los usuarios, integrando los conceptos a través de ideas, ideas innovadoras, así como el producto a realizar.

PROPOSTA INICIAL DE PRODUTO

Es hora de cumplir con los requisitos de diseño relacionados con el diseño de flujo de información con los usuarios o representantes de modo en C&A, en línea o en una sesión de flujo de ideas (Brainstorming). Este ejercicio busca generar ideas de manera libre y no restrictiva, fomentando la exploración de diversas posibilidades alineadas con los objetivos planteados. El propósito principal es desarrollar una amplia gama de propuestas creativas y viables, que luego serán evaluadas y refinadas para su implementación.

BRAINSTORMING

Ejercicio de Análisis Proposicional con "Paper" (para hacer mientras se dibuja) para que los usuarios de flujo o usuarios o sus representantes dibujan una hoja de análisis para registrar lo que encuentran en los "momentos" de sus competidores, como fortalezas y debilidades.

Ejercicio de Ideas Libres con "Sin el copio" con folios y marcadores para investigar y registrar ideas de competidores/gestores con marcas. Los representantes deben estar al menos descubierto para hacer ideas y que pueden mejorar.

Juego de Posing de Ideas incluye dibujos o representaciones, una para que los representantes creen ideas como "¿Qué es el futuro?" o "¿Cómo se venían?" y cualquier combinación de dibujos y estrategias desde una perspectiva creativa.

Declaración de Ideas Creativas ofrece materiales para que los representantes creen un "libro de ideas" a partir de productos relacionados relacionados del día. Una muestra las permite experimentar con ideas nuevas y evaluar cómo se alinean con la identidad de la marca.

PROPUESTAS FINALES

CRIA

TIEMPO

SALIENDO DEL *cajón*

NIVELES

JUEGO

ES
ES

"SALIENDO DEL CAJÓN" ES PARA TI, SI

TRABAJA EN UN MUNDO DE INFINITAS POSIBILIDADES Y EN LA BÚSCA DEL BIEN.

CONSTRUYE UNO DE LOS MEJORES BIENESTAR ALTERNANDO UN BUEN SALARIO.

LA INICIATIVA Y EL INTERÉS DE TU NEGOCIO SON LA FÓRMULA IDEAL.

TE MUESTRAMOS UN EJEMPLO DE TRABAJO EN EL INTERIOR.

EN ESTOS MOMENTOS DE TU CARRERA PROFESIONAL.

BIENVENIDA

SALIENDO DEL cajón

Un servicio de consultoría y diagnóstico para emprendedores de comida en Cali

"Saliedo del Cajón" es un juego de cartas creado mediante un sistema para guiar a emprendedores de comida (colombianos, latinoamericanos y extranjeros) en temas para que obtengan ideas de negocios viables como sus preferencias. Este sistema incluye 100 cartas, 100 cartas distribuidas en tres categorías: 88 preguntas (88 por tema), 20 recomendaciones ("recomiendo") y 4 cartas ("no recomiendo") además de 2 recomendaciones y recomendaciones. Este es un juego de cartas que cuenta 100 cartas y es parte de un conjunto de herramientas al primer momento (juego) para seleccionar desde un menú de recomendación al servicio de diagnóstico (recom).

La magia del juego pasa en la estrategia queja. El responsable al momento de jugar debe preparar bien las fichas de información de la mano y con tiempo que le represente, de esta manera, al recibir el turno jugar una mano después a la carta programada recibiendo en su paraguas, todo para responder las mismas preguntas que al responsable. ¿Hay en el recibir un descarte? La dificultad de esta actividad está en cómo responder dependiendo de cada caso y detallado con la información de la mano en las preguntas que serán evaluadas.

La preparación del recibir se comienza únicamente a partir de la información disponible por la mano, si la mano luego transfiere la decisión al recibir (juego al río o responder), podrá jugar una mano diferente. Lo que permite que al responsable recibir todo tipo de acciones en mano sin modificaciones adicionales, recibiendo fichas y otros de jugar en su estrategia.

PROPUESTA DE VALOR

LEVEL 1 DELIMITAR a través de límites

DEFINICIÓN

Modelo y prototipo
Hacer y experimentar
Objetivo al final del año

DESARROLLO

Artesanía visual
Nave de pensamiento
Forma y uso de espacio

INDICADORES

Coherencia
Fundamentación
Académica rigurosa

LEVEL 2 ESTRUCTURAR a través de estructuras

CONCEPCIÓN

Planificación formal
Experimentación de espacio
Formalización

DESIGNANDO

Diseño preliminar
Modelo y prototipo
Artesanía visual

PRODUCTIVIDAD

presente al final
Cura de detalles
logística, Operativa

LEVEL 3 PROYECTAR a través de roles

INDICADORES

Estrategia y función
Presentación preliminar
Diseño preliminar

INDICADORES

Artesanía visual
Técnicas preliminares
Formalización de materiales

CREATIVIDAD

Artesanía visual
Artesanía visual
Gestión de recursos

TIPOGRAFÍA

Las tipografías en "Historias del /cajón" se seleccionaron para ofrecer una línea visual y un rango, permitiendo al cliente reconocer sus diferentes niveles de influencia cultural. Aunque se basó en una tipografía con carácter, se usó una alternativa hermosa para no desviar la atención del cliente. Se eligieron dos tipos tipográficos tipo *hand writing*, uno un estilo más infantil, refuerza la idea de que son "K&F" todos los libros con calidez y los primeros capítulos son libros, cómics, y que no están etiquetados "literatura infantil".

Lucas El Badi
@LUCAS_ELBADI
elbadi@elbadi.com.ar
011 54 911 5990
(+54) 11 5990 9111

Diego Emilio Díaz El Badi
@DIEGO_ELBADI
elbadi@elbadi.com.ar
011 54 911 5990
(+54) 11 5990 9111

Estelita
@ESTELITA_ELBADI
elbadi@elbadi.com.ar
011 54 911 5990
(+54) 11 5990 9111

PALETA DE COLORES



1

ROJO

Asociado con el riesgo y la urgencia, es la segunda de todas cosas en el mundo en la construcción de la marca. Representa la importancia de los datos y los datos en el pago para la experiencia.



2

GRAY SCALE

Regula para mantener una buena lectura y un alto contraste, permite que el contenido se entienda en blanco y negro en diferentes contextos, desde el contenido más básico al proceso más complejo.



3

AMARILLO

Usado en títulos, botones y (como en el punto 1), este color resalta información importante y establece urgencia, creatividad y actividad, inspirando un espíritu audaz y positivo.

SISTEMA DE PRODUCTO

Este sistema ha sido diseñado para atraer a las emprendedoras con características intrínsecas y personales que facilite su participación y adaptación. Siguiendo un orden progresivo, se busca aplicar cada proceso de la experiencia,

comprenderlo que cada una para sus retos y objetivos. Este enfoque garantiza una experiencia flexible, enfocada en atender las necesidades específicas del usuario y promover habilidades intrínsecas basadas en un análisis objetivo.



CONTRIBUCIÓN DE COMPETENCIAS

www.elfortalecimiento.org.ec



FORMA DE ENTRENAR AL INDIVIDUO

[Según el análisis actual de los usuarios]



FORMA DE ENTRENAR LOS EQUIPOS

[Propuestas experimentales]



FORMA DE ENTRENAR AL MANEJO DE LA RED

[Según sus grupos, sus dinámicas]



DESEÑOS EXPERIMENTALES

[Seis se repiten con diferentes]



FORMA DE ENTRENAR LOS PROCESOS

[Procesos] actual o futuros]

Processo di scelta



Un'idea di scelta può essere definita come un atto di scelta in un dato momento.

Non è solo un'azione, perché bisogna anche riflettere!

LA SCELTA DEL PRODOTTO

1. **Definizione**

Definire il problema

2. **Analisi**

Analizzare

3. **Generazione**

3. **Generazione**

Generare

4. **Selezione**

Selezionare



Definire il problema (definire il problema)



Analizzare il problema (definire il problema)



Generare soluzioni (definire il problema)



Selezionare la soluzione (definire il problema)



Selezionare la soluzione (definire il problema)

Processo di scelta



La scelta è un atto di scelta in un dato momento.

Non è solo un'azione, perché bisogna anche riflettere!



CARTAS

[80 Preguntas, 120 minutos y 1 hora]

CODIGO "MUNDO"

Este apartado informará sobre el país o países para responder con precisión y claridad para las preguntas que se le presenten.

El juego incluye 128 cartas diseñadas para guiar al participante a una reflexión profunda sobre su cultura, actividades en 3 niveles de complejidad. Cada nivel contiene 3 categorías, y cada categoría tiene 3 subcategorías, con 3 preguntas por subcategoría, proporcionando así un nivel de profundidad.

CODIGO "MUNDO"

Este apartado se evaluará necesariamente sobre las cartas, diferenciando al proceso y transformándolo en algo "útil".

Este formato incluye una experiencia dinámica y estructurada, con resultados medibles y un diagnóstico que define una ruta clara y adaptada a las necesidades de cada marca. Las cartas están diseñadas para crear un sistema personalizado, programable de acuerdo con la disponibilidad de cada país.

CARTAS

[20 Propaganda, 107 Letras y Frases]



NIVEL 1



NIVEL 2



NIVEL 3



NIVEL 4



NIVEL 5

INSERTO/PAPELERIA



INSERTO 1



INSERTO 2

PROPAGANDA (2)

PROPAGANDA (2)



PROPAGANDA



INSERTO 3



INSERTO 4

TABLEROS/MARCADORES/RELOJ DE ARENA



Estas herramientas son fundamentales para que la obtención del juego funcione de manera efectiva. El reloj de arena simboliza el tiempo limitado para responder, lo que fomenta el pensamiento y procesamiento rápidos. Las tableros blancos, junto con las marcadores, se complementan al permitir pensar, ajustar y reorganizar ideas de forma rápida. Combinadas con respuestas instantáneas y un tablero ideal para el proceso de ideación y creatividad.

PÁGINA WEB



La página web es un elemento clave dentro del sistema del proyecto, ya que actúa como el punto de partida y una de las principales herramientas de comunicación. Su funcionalidad comienza con el registro de los participantes, donde se recopilan la información básica sobre ellos como su nombre, que luego se utiliza al momento de conectar,

organizando su participación subjetiva. Además, la página también se referencia al juego en sí, ya que permite jugar en línea mediante los cards digitales y así un lugar de interacción, al cual se genera de manera dinámica a través de la red de interacción. Este enfoque integral garantiza una experiencia fluida, accesible y personalizada.

PÁGINA WEB

www.rolimobiliaria.com/cigno



ESTRATEGIA

SALIENDO DEL CAJÓN



Cámara de Comercio de Cali

Las alianzas entre la Cámara de Comercio de Cali y Saliente del Cajón buscan empoderar a emprendedores de medio tamaño una experiencia que ofrece herramientas para diagnosticar y estructurar estratégicamente sus negocios. Como parte de esta iniciativa, los talleres una actividad “Política Businesswing” en varias partes de la ciudad.

partes colaborativas que se completarán con reuniones a la pregunta “¿Qué se hace mejor?” para ser más ágiles. Los talleres se enfocarán de lo que cada emprendedor sujeta en su registro inicial, demostrando que la perspectiva externa de nuestros socios puede abrirle de lo que pensamos o queremos.

PUBLIC BRAINSTORMING



please have your phone ready to scan the QR code

Public Brainstorming is a free, interactive online platform that allows you to share your ideas and feedback on the proposed project. You can access the platform at any time and from any location. The platform is designed to be user-friendly and easy to navigate. You can create an account, log in, and start brainstorming. You can also share your ideas and feedback with other users. The platform is a great way to get your voice heard and help shape the future of the project.



PUBLIC BRAINSTORMING



please have your phone ready to scan the QR code

Public Brainstorming is a free, interactive online platform that allows you to share your ideas and feedback on the proposed project. You can access the platform at any time and from any location. The platform is designed to be user-friendly and easy to navigate. You can create an account, log in, and start brainstorming. You can also share your ideas and feedback with other users. The platform is a great way to get your voice heard and help shape the future of the project.



VALIDACIÓN



1

DISEÑADOR

Identifica las características de un producto o se realimenta gradualmente con ilustraciones y creativas, empresas locales y mundiales que utilizan tecnologías nuevas en la práctica profesional en la ingeniería.



2

EXPERTO

Identifica y analiza el producto profesional "autorrealizable" se realimenta gradualmente con la ingeniería mundial para crear un conocimiento, habilidades y experiencia que forman parte.



3

EMPRENDEDOR

Identifica las características de un producto o se realimenta gradualmente con ilustraciones de ingeniería de mundo para analizar ideas y trabajar en proyectos con el grupo.

HALLAZGOS DE LA VALIDACIÓN

Las reglas de validación, validadas con el método de expertos y responsables, se pueden usar en los siguientes contextos:

INSIGHTS

El código de inicio de formularios puede ser abreviado para los responsables: nombres, cognombres y abreviatura de estado (siglas que hacen al nombre)

En el formato de página web (del formato) se transcriben aquellos datos estadísticos sobre el personal haciendo uso del lenguaje claro.

|||

El formulario inicial en la página web para el inicio de los datos puede ser más corto, legible e intuitivo para mejorar el uso de los responsables.

El formato que muestra el uso de los datos, así como los datos de inicio, se está haciendo para mejorar el formato de inicio y hacer un seguimiento de los datos.

CONCLUSIONES DEL PROYECTO

El proyecto cumplió su objetivo general de crear una herramienta que permitiera a los emprendedores de modo no Cali identificar y entender profundamente las necesidades de sus marcas. Al través de un enfoque científico y dirigido por un equipo, se logró que los participantes se volvieran más conscientes y capaces de sus negocios, incrementando significativamente su desempeño en los casos más críticos.

El uso de una metodología innovadora, como el juego de roles, resultó ser fundamental para crear

base a los emprendedores, motivados y comprometidos, permitiéndoles lo que podría haber sido una buena experiencia en una experiencia diseñada y acompañada. Esto además les permitió separar sus marcas de una manera que no solo los fortaleció, sino que les ayudó a entender la necesidad urgente de entenderse para ellos mismos y así lograr realmente un mercado sostenible.

BIBLIOGRAFIA

del lavoro, 11-12 (2019). *Qualifiche e competenze in economia: le discipline tecniche nei* [Rapporto lavoro]. https://www.governo.it/it/portal/tema/qualifiche-e-competenze/qualifiche-professionali-e-competenze-economiche_pagine

Leggenda, 11. *Agente di viaggio, 11, il lavoro italiano, 10-11 (2019)* in *Agente di viaggio: da cliente del servizio del medio del tipo al free float* [Lavoro italiano]. *Il lavoro italiano* (2019), 10-11-12.

Legge n. 104 del 2003. *Legge n. 104 del 2003*, *Legge n. 104 del 2003*. *Il sistema di qualifica e di competenza in economia* [Lavoro italiano]. *Il lavoro italiano* (2019), 10-11-12. *Il sistema di qualifica e di competenza in economia* [Lavoro italiano]. *Il lavoro italiano* (2019), 10-11-12. *Il sistema di qualifica e di competenza in economia* [Lavoro italiano]. *Il lavoro italiano* (2019), 10-11-12. *Il sistema di qualifica e di competenza in economia* [Lavoro italiano]. *Il lavoro italiano* (2019), 10-11-12.

Legge n. 104 del 2003. *Legge n. 104 del 2003*, *Legge n. 104 del 2003*. *Il sistema di qualifica e di competenza in economia* [Lavoro italiano]. *Il lavoro italiano* (2019), 10-11-12. *Il sistema di qualifica e di competenza in economia* [Lavoro italiano]. *Il lavoro italiano* (2019), 10-11-12.

Leggenda, 11. *Agente di viaggio, 11, il lavoro italiano, 10-11 (2019)* in *Agente di viaggio: da cliente del servizio del medio del tipo al free float* [Lavoro italiano]. *Il lavoro italiano* (2019), 10-11-12.

Leggenda, 11. *Agente di viaggio, 11, il lavoro italiano, 10-11 (2019)* in *Agente di viaggio: da cliente del servizio del medio del tipo al free float* [Lavoro italiano]. *Il lavoro italiano* (2019), 10-11-12.

Leggenda, 11. *Agente di viaggio, 11, il lavoro italiano, 10-11 (2019)* in *Agente di viaggio: da cliente del servizio del medio del tipo al free float* [Lavoro italiano]. *Il lavoro italiano* (2019), 10-11-12.

Leggenda, 11. *Agente di viaggio, 11, il lavoro italiano, 10-11 (2019)* in *Agente di viaggio: da cliente del servizio del medio del tipo al free float* [Lavoro italiano]. *Il lavoro italiano* (2019), 10-11-12.

**TODOS ESPERAN DE TU MARCA ALGO MÁS
QUE UN LOGOTIPO RECONOCIBLE.**

REMINDER



PADCV 2024-2