

**DESARROLLO HUMANO, EDUCACIÓN Y TICS: UN PROGRAMA DE  
ESTIMULACIÓN INFANTIL EN NIÑOS Y NIÑAS DE 0 - 1 AÑO DE EDAD EN  
BARRANQUILLA, COLOMBIA**

**KETTY LORENA MIRANDA OROZCO**

**Dra. GEMMA CARBO RIBUGENT**  
**Directora**

**MODALIDAD: Emprendimiento**  
**LÍNEA DE TRABAJO: Educación, Cultura y Desarrollo**

**Tesis de grado para optar al título de Magíster en Desarrollo y Cultura**

**MAESTRÍA EN DESARROLLO Y CULTURA**  
**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR**  
**CARTAGENA, 2016**

Acerca de invertir en la primera infancia:

*“El conocimiento es irrefutable. El argumento moral es sólido.  
La tesis en favor de la inversión es persuasiva.  
El impulso de los Objetivos de Desarrollo Sostenible ya está entre nosotros.  
Y el poder de actuar está en nuestras manos”.*

*“Para dar a cada niño una oportunidad justa en la vida,  
necesitamos invertir al comienzo, invertir equitativamente e invertir inteligentemente—  
no sólo en la educación, sino también en la salud, la nutrición y la protección”.*

Anthony Lake / Director Ejecutivo de UNICEF

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	10
<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>13</b>
<b>2. PREGUNTA PROBLEMA</b>	<b>15</b>
<b>3. OBJETIVOS</b>	<b>16</b>
3.1. Objetivo General	16
3.2. Objetivos Específicos	16
<b>4. JUSTIFICACIÓN</b>	<b>17</b>
<b>5. MARCO TEÓRICO</b>	<b>21</b>
5.1. La primera infancia y la educación inicial	21
5.2. La Primera infancia y el Desarrollo Humano. Fomento a las capacidades	31
5.3. Cultura digital. Las Tics y el Aprendizaje móvil.	34
5.3.1. El Aprendizaje Móvil	38
5.4. Emprendimiento e Industrias culturales.	42
<b>6. ASPECTOS METODOLÓGICOS</b>	<b>51</b>
6.1. El Método Lean Startup	52
6.2. Metodología de investigación propuesta	59
6.3. Técnicas e Instrumentos de recolección de la información	60
6.3.1. Business Model Canvas	60
6.3.2. Value propositions canvas	63
6.3.3. Perfil del Cliente (Customer profile)	63
6.3.4. Mapa de valor (Value Map)	63
6.3.5. Mapa de empatía	64
6.3.6. La entrevista	65
6.3.7. Cuestionario	66
6.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	69
6.5. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	70
6.5.1. Equipo de trabajo y tiempo de recolección de la información:	70

6.5.2. Operativo de recolección_____	70
6.5.3. Procedimientos de crítica, captura y procesamiento de la información _____	72
6.5.3.1. CAPTURA Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN._____	72
6.5.3.2. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS_____	72
6.5.3.3. RESULTADOS DE LOS CUESTIONARIOS _____	77
<b>7. DISEÑO DE UN PROGRAMA DE ESTIMULACIÓN INFANTIL ADECUADO DIRIGIDO A NIÑOS Y NIÑAS DE 0 – 1 AÑO DE EDAD DE LA CIUDAD DE BARRANQUILLA PARA INCIDIR POSITIVAMENTE EN SU DESARROLLO HUMANO Y EL DESARROLLO SOCIAL DE LA REGIÓN A TRAVÉS DEL USO DE LAS TICS.</b> _____	<b>82</b>
7.1. Análisis del Mercado Potencial _____	82
7.2. Segmentación del mercado _____	83
7.3. Identificación y caracterización de los clientes _____	83
7.3.1. Value propositions canvas BabyTime. Perfil del cliente (Customer profile)___	83
7.3.2. Mapa de empatía BabyTime _____	84
7.4. Análisis de la competencia u oferta actual _____	85
7.5. Atributos del producto. _____	91
7.5.1. Value Map. (Mapa de Valor) _____	92
7.5.2. Características del Programa educativo BabyTime_____	93
7.5.3. Beneficios que fomenta el programa educativo BabyTime _____	93
7.5.4. Capacidades que impulsa BabyTime _____	95
7.5.4.1. BÁSICAS_____	95
7.5.4.2. CULTURALES _____	97
7.6. Precio _____	98
<b>8. PLAN DE NEGOCIOS BABYTIME</b> _____	<b>99</b>
8.1. Descripción de la empresa_____	99
8.1.1. Nombre, Posicionamiento, Promesa _____	99
8.1.2. Diseño de la marca: Logo, Colores, tipografía e imágenes_____	100
8.2. Aspectos legales _____	102
8.3. Propósitos de la empresa _____	102
8.3.1. Misión _____	102
8.3.2. Visión_____	102
8.4. Business Model Canvas BabyTime _____	103

8.4.1. Propuesta de Valor. Descripción del Producto _____	103
8.4.1.1. Prototipo BabyTime. Mockups Landing Page y Mockup Multimedia. _	105
8.4.2. Segmentos del Cliente _____	109
8.4.3. Canales _____	110
▪ Canales de comunicación _____	110
▪ Canales de distribución _____	110
▪ Canales de ventas _____	111
8.4.4. Relación con los clientes _____	111
8.4.5. Actividades Clave _____	113
8.4.6. Recursos clave _____	114
8.4.7. Socios Clave _____	117
8.4.8. Fuentes de Ingresos _____	117
8.4.9. Estructura De Costos _____	118
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES _____	120
10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS _____	123
11. ANEXOS _____	130
a. Descripción Espacial Barranquilla _____	130
b. Análisis de la competencia. Competidores directos _____	131

**INDICE DE TABLAS**

<i>Tabla 1</i>	27
<i>Tabla 2</i>	28
<i>Tabla 3</i>	60
<i>Tabla 4</i>	86
<i>Tabla 5.</i>	89
<i>Tabla 5</i>	116
<i>Tabla 6</i>	118
<i>Tabla 7</i>	158

## INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Desarrollo e inversión en la infancia (Vargas, 2007) en Alejandro Acosta. Protección de la primera infancia: abuso, violencia, abandono, niños de la calle, explotación laboral</i>	23
<i>Figura 2. Global numbers of individuals using the Internet, total and per 100 inhabitants, 2001-2015 Note: * Estimate. Source: ITU World Telecommunication /ICT Indicators database</i>	36
<i>Figura 3. The developed/developing country classifications are based on the UN M49,</i>	36
<i>Figura 4. Internet a bajo costo en Colombia</i>	38
<i>Figura 6. Global ICT developments, 2001-2015</i>	41
<i>Figura 6 Índice de desarrollo ITC 2015 Colombia.</i>	42
<i>Figura 7. Clasificación de Industrias creativas de la UNCTAD</i>	44
<i>Figura 8. Clasificación de mercancías mas transadas en el planeta</i>	47
<i>Figura 9. Ciclo de generación de insights para el descubrimiento de clientes.</i>	54
<i>Figura 10. Proceso de desarrollo de clientes.</i>	55
<i>Figura 11. Ciclo Desarrollo del producto con Lean Startup</i>	57
<i>Figura 12. Herramientas modelo Lean Startup</i>	58
<i>Figura 13. Proceso de validación</i>	58
<i>Figura 14. Metodología de investigación propuesta</i>	59
<i>Figura 15. Partes del Business Model Canvas</i>	61
<i>Figura 16. Business Model Canvas</i>	62
<i>Figura 17. Perfil del cliente (Customer profile)</i>	63
<i>Figura 18. Mapa de valor (Value map)</i>	63
<i>Figura 19. Mapa de empatía</i>	65
<i>Figura 20. Guía de entrevista dirigida a padres de familia y madres gestantes para validar la necesidad.</i>	67
<i>Figura 21. Cuestionario de validación del producto. Encuestas a madres y padres de familia para validar la solución</i>	68
<i>Figura 22. Perfil del cliente (Customer profile)</i>	83
<i>Figura 23. Mapa de empatía BabyTime</i>	84
<i>Figura 24. Mapa de valor. (Value Map)</i>	92
<i>Figura 25. Logotipo BabyTime</i>	100
<i>Figura 26. Logotipo mas Slogan</i>	101
<i>Figura 27. Logotipo mas Slogan</i>	101
<i>Figura 30. LandingPage <a href="http://www.babytime.com.co">www.babytime.com.co</a>. Producto Mínimo viable. MVP de baja fidelidad</i>	105
<i>Figura 31. Pantalla Multimedia BabyTime.</i>	106
<i>Figura 32. Pantalla Multimedia BabyTime.</i>	106
<i>Figura 33. Pantalla Multimedia BabyTime. Área de desarrollo Motriz</i>	107
<i>Figura 34. Pantalla Multimedia BabyTime. Área de desarrollo Afectiva</i>	107
<i>Figura 35. Pantalla Multimedia BabyTime. Área de desarrollo Lenguaje</i>	108
<i>Figura 36. Pantalla Multimedia BabyTime. Área de desarrollo Cognitivo</i>	108
<i>Figura 33. Organigrama actual</i>	114
<i>Figura 34. Organigrama futuro</i>	114
<i>Figura 40. Ubicación geográfica de Barranquilla</i>	130
<i>Figura 41. Mapa de Barranquilla</i>	130

## RESUMEN

En los últimos años se han producido numerosas investigaciones alrededor de la niñez específicamente de la primera infancia. Todas estas investigaciones han demostrado la importancia que tiene la primera infancia para el ciclo de vida de cualquier persona como individuo, así como del conjunto de la sociedad. No obstante el comportamiento promedio de los países va en sentido contrario, se invierte poco en los primeros años de vida y luego se realizan inversiones mayores a fin de compensar el no haberlo hecho a tiempo, pero ya sin lograr los mismos resultados. América Latina actualmente afronta importantes desafíos en materia de educación: altas tasas de deserción, analfabetismo en adultos y limitado acceso a la educación, particularmente a la educación inicial y preescolar aún conociendo que las oportunidades en educación, unas adecuadas condiciones nutricionales y de salud, un adecuado estímulo de habilidades a través del juego y la recreación en la niñez, contribuyen a ampliar futuras capacidades en la vida adulta de las personas. En el trabajo se analiza la importancia del desarrollo infantil adecuado en clave de Desarrollo y Cultura y tiene como objetivo potencializar las capacidades cognitivas, de lenguaje, motrices y afectivas de niños y niñas de 0 a 1 año de la ciudad de Barranquilla a través de un programa de estimulación infantil adecuada con base en las TICs, que permita incidir positivamente en el desarrollo humano de los infantes y el desarrollo social de la región. Con un enfoque metodológico cualitativo se implementaron diversas técnicas e instrumentos de recolección de información aplicadas a la población objeto de estudio, que permitieron el diseño de un emprendimiento con la metodología Lean Startup empleada hoy en reconocidas universidades del mundo como base para el desarrollo de emprendimientos basados en tecnología y conocimiento *Startups*.

### **Palabras clave:**

Desarrollo humano, cultura, educación, primera infancia, TIC, emprendimiento, multimedia

## ABSTRACT

In the last years, there have been numerous investigations specifically around childhood and particularly early childhood. All these investigations have shown the importance of early childhood for the life cycle of any person as an individual, as well as the whole society. However, the average behavior of countries going in the opposite direction, since little is invested in the early years of life and then increased investment to compensate it did not perform on time, but without achieving the same results. Latin America currently faces significant challenges in education: high dropout rates, adult illiteracy and limited access to education, particularly early childhood education and preschool even knowing that opportunities in education, adequate nutrition and health conditions a adequate stimulus skills through play and recreation in childhood, contribute to expand future capabilities in adult life of people. At work the importance of proper child development in key development and culture is analyzed and aims to potentiate motor and affective cognitive, language, children from 0 to 1 year in the city of Barranquilla through a appropriate infant stimulation program based on ICT, allowing positively affect human development of children and social development of the region. With a qualitative methodological approach various techniques and tools for collecting information applied to the study population, which allowed the design of a venture with Lean Startup used today in recognized universities in the world as a basis for the development of enterprises based were implemented Startups in technology and knowledge.

### **Keywords:**

Human development, culture, education, early childhood, ICT, entrepreneurship, multimedia

## INTRODUCCIÓN

La primera infancia es la etapa evolutiva más importante de los seres humanos. Numerosas investigaciones demuestran la importancia que tiene la primera infancia para el ciclo de vida de cualquier persona como individuo, así como del conjunto de la sociedad. Componentes tan fundamentales como la confianza, la curiosidad, la capacidad para relacionarse con los demás y la autonomía, dependen del tipo de atención y cuidado que reciben los niños por parte de ambos padres y de las personas encargadas de cuidarlos. Lo que niños y niñas aprenden durante los primeros años va a determinar en gran medida tanto su desempeño en la escuela primaria como los logros intelectuales, sociales y laborales a lo largo de su vida. Hay tres funciones fundamentales que favorecen un buen desarrollo infantil; éstas son sostener, contener afectivamente y estimular (Moreau, 2004).

La primera década del siglo XXI estuvo marcada por el llamamiento a repensar las políticas dirigidas a la primera infancia. Según datos entregados por la Unicef (2015b) “Más de 100 millones de niños en el mundo no están escolarizados y las coberturas en preescolar en Iberoamérica difícilmente alcanzan el 50%”, pese a la claridad de la importancia de la educación en la primera infancia, aún queda mucho por hacer ya que “las capacidades pueden desarrollarse en todos los niños y niñas, por que no dependen de talentos especiales, si no de oportunidades”. (Política Pública, Colombia por la Primera Infancia, 2006 p.16).

Indagar desde la perspectiva del desarrollo humano, la educación y las tics la problemática de la educación en la primera infancia hace parte de un interés personal, académico, profesional y social, como diseñadora gráfica afín al diseño para la educación, ya que pretendo, a partir de la información obtenida, aportar a la construcción de estrategias que fomenten la educación inicial, especialmente aquellas que utilizan las nuevas tecnologías, ya que éstas pueden contribuir al acceso universal a la educación, el aprendizaje de calidad, la reducción de los costos, la preparación de los estudiantes para el aprendizaje a lo largo de toda la vida y la capacitación para incorporarse a una fuerza de trabajo que compite a escala mundial.

Este proyecto es de gran importancia para la Maestría en Desarrollo y Cultura de la Universidad Tecnológica de Bolívar ya que evidencia la relación entre la educación, la cultura y las industrias creativas y que dicha relación puede contribuir al desarrollo humano de las poblaciones. Este proyecto muestra la educación como eje vertebrador no solamente de la cultura, las políticas culturales y las industrias culturales sino también del desarrollo.

Esta investigación en un primer momento plantea la importancia de este trabajo, se aborda la relevancia del mismo para la sociedad con argumentos científicos y estudios económicos, la pertinencia de este proyecto toma como punto de referencia la expedición de leyes, normas y herramientas procedimentales, planes, programas y proyectos institucionales que se han realizado en Colombia y que buscan promover y proteger los derechos de la primera infancia así como el llamamiento de la comunidad internacional a través de los ODS para velar por que todas las niñas y todos los niños tengan acceso a servicios de atención y desarrollo en la primera infancia y a una enseñanza preescolar de calidad, a fin de que estén preparados para la enseñanza primaria, así mismo se refiere a la justificación teórica de la investigación y viabilidad de la misma.

En un segundo momento se expone la fundamentación teórica, donde se hace un recorrido por la definición y el desarrollo conceptual de la primera infancia, el desarrollo humano, las tecnologías de la información y la comunicación, el emprendimiento y las industrias culturales, apoyándose en los valiosos aportes de Heckman, Nash, Sen, Dorf y Blank e importantes documentos de la UNESCO, PNUD, UIT, CEPAL, UNICEF, OEI, DANE y la República de Colombia.

Adicionalmente, en un tercer momento se plantea el postulado metodológico de la investigación cualitativa con un alcance descriptivo, donde el objetivo es potencializar las capacidades cognitivas, de lenguaje, motrices y afectivas de niños y niñas de 0 a 1 año de la ciudad de Barranquilla a través de un programa de estimulación infantil adecuada con base en las TICs, que permita incidir positivamente en el desarrollo humano de los infantes y el desarrollo social de la región, la población objetivo esta constituida por padres de familia de niños y niñas entre los 0 y 24 meses de edad y madres gestantes de la ciudad de Barranquilla.

La investigación se cierra con un último momento donde se presentan interesantes resultados obtenidos a partir de la aplicación de los instrumentos como Business model canvas, Value proposition canvas, el mapa de empatía, la guía de entrevista y el cuestionario que culminan en el diseño de un emprendimiento digital.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los niños de mañana nacen hoy y crecen todos los días. Sus primeros años son irrepetibles y las carencias que tengan serán inamovibles en el futuro. La primera infancia es la etapa evolutiva más importante de los seres humanos, pues en los primeros años de vida se estructuran las bases para el desarrollo cognitivo, emocional y social del ser humano. Greenspan, Shartz y Nash manifiestan que “Los hallazgos en el campo de la neurociencia han demostrado que los primeros tres años de vida constituyen un período crítico en el desarrollo del cerebro y confirman la importancia de las experiencias tempranas en la maduración neural y los comportamientos futuros” (como se cita en Ramírez, 2009).

En las últimas dos décadas se han producido diversas investigaciones, ensayos, evaluaciones y construcciones teóricas alrededor de la niñez y, particularmente, de la primera infancia. Todas ellas han demostrado la importancia que tiene la primera infancia para el ciclo de vida de cualquier persona como individuo, así como del conjunto de la sociedad. Según Acosta (2009) “crece la conciencia de que no invertir en la primera infancia, además de afectar a la garantía de derechos, afecta también a la competitividad. De ahí que, ya no solo por parte de las Organizaciones del Sistema de Naciones Unidas y de las ONG internacionales y nacionales, sino también por parte de la banca internacional, premios Nobel de Economía, autoridades de gobierno, de la rama judicial y de organismos de control, así como de algunos líderes del sector privado, se incrementan las invitaciones para que se invierta en la primera infancia como la mejor inversión que puede realizar la sociedad” (p.34).

Las experiencias de los niños en sus primeros años son fundamentales para su progresión posterior como lo sugiere Álvaro Marchesi, Secretario General de la OEI. Marchesi (2009) explica que “no es extraño por ello que los economistas y los científicos sociales aseguren que los programas que promueven el desarrollo de los niños pequeños son la mejor inversión para lograr el progreso del capital humano y el crecimiento económico” (p.7).

Desafortunadamente, aún queda mucho camino por recorrer en Iberoamérica. Según Álvaro Marchesi, Secretario General de la OEI (2009) “la tasa de escolarización de niños de cinco años no llega al 50% en varios países, lo que indica que en las edades anteriores el porcentaje es bastante menor (p.7). Según Bula (2009), “las coberturas en preescolar en la región difícilmente alcanzan el 50%. Esto significa que los niños que no han podido acceder a este ciclo de formación ven sacrificado un nivel de preparación importante en el desarrollo de habilidades cognitivas muy relevantes en el desarrollo del niño, porque la baja participación en la educación preescolar de los menores de seis años afecta tanto al desempeño escolar, como al desempeño social futuro de niños y niñas” (p.21).

La estimulación adecuada es fundamental para el desarrollo, es en los primeros años de vida donde el cerebro realiza la mayor cantidad de conexiones neuronales. El bebé desde que nace está preparado para descubrir el mundo, pero no cuenta con suficientes herramientas para hacerlo solo. Este es el momento propicio para que los padres brinden a los niños experiencias significativas que potencien sus capacidades desde lo cognitivo, afectivo y motriz. Más aún Bula (2009) comenta: “brindar, un entorno garantista de los derechos a niños y adolescentes no solo se traduce en lograr unas dotaciones iniciales desde la infancia que le permitan al individuo tener una buena vida futura si no en una contribución efectiva al desarrollo humano como condición de la expansión de las libertades humanas (p.25).

“América Latina enfrenta actualmente importantes desafíos en materia de educación. Los temas mas importantes incluyen: altas tasas de deserción; analfabetismo en adultos y limitado acceso a la educación, particularmente a la educación inicial y preescolar entre otros” (Lugo & Schurmann, 2012, p.7). En Colombia más del 10% de la población corresponde a niños y niñas en primera infancia; tomando la población menor de 4 años, el 56% se encuentra en situación de vulnerabilidad socioeconómica y no está atendida. Esta situación es una de las causas por las cuales en el primer grado de la educación primaria se presenta la mayor tasa de deserción y repetición de todo el ciclo escolar. Adicionalmente, se evidencia un problema de inequidad puesto que se presenta el doble de asistencia entre los niños y niñas de 3 a 4 años provenientes de familias de ingresos altos en comparación con los niños y niñas de la misma edad provenientes de familias de ingresos bajos.

Los cambios culturales y la correspondiente modificación de los roles tradicionales de la mujer, ahora inserta en el mercado laboral, (formal o informal) han modificado las formas tradicionales del cuidado y la atención del niño y la niña menor de 6 años (Política Pública, Colombia por la Primera Infancia, 2006). Los Centros de Estimulación Infantil privados son muy costosos y los horarios en los que se imparten las clases coinciden con los horarios laborales de los padres; así mismo la crítica hacia los hogares comunitarios se debe básicamente a deficiencias en la calidad de los servicios, asociada con las condiciones de infraestructura, la carencia de materiales pedagógicos útiles para estimular el desarrollo y con la pobre formación de la madre comunitaria. Según Rosemberg (2005), se debe orientar una política hacia la reducción de costos, la utilización de agentes entrenados o miembros de la familia como agentes educadores (p.53).

En la actualidad, los padres de familia están cada vez más interesados por el desarrollo adecuado de sus hijos y por brindarle a ellos las experiencias óptimas de desarrollo, pero la mayoría desconoce de la importancia que tiene una correcta estimulación en los primeros años de vida de un individuo y en muchas ocasiones por falta de tiempo, condiciones ambientales y recursos, los padres de familia no pueden inscribir a sus hijos en los cursos de estimulación adecuada, que se brindan en centros de atención infantil de forma presencial. La mayoría de las veces, estos centros prestan servicios en jornadas (mañana y tarde) donde los padres se encuentran laborando, y en otros casos exceden los costos presupuestados por la familia. Otros de los problemas es que la información no se encuentra de manera organizada, si no que puede ser encontrada en revistas, videos y libros.

Esta prevalencia en la asistencia a clases por parte de niños de familias con ingresos altos hace que surjan inequidades y por ende desigualdades en el acceso a la información, de igual forma se atenta contra la integralidad de los niños al no recibir una educación inicial de calidad.

## **2. PREGUNTA PROBLEMA**

¿Cómo contribuir al desarrollo de las capacidades cognitivas, de lenguaje, motrices y afectivas de niños y niñas de 0 a 1 año de la ciudad de Barranquilla a través del uso de las TICS?

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. Objetivo General**

Potencializar las capacidades cognitivas, de lenguaje, motrices y afectivas de niños y niñas de 0 a 1 año de la ciudad de Barranquilla a través de un programa de estimulación infantil adecuada con base en las TICs, que permita incidir positivamente en el desarrollo humano de los infantes y el desarrollo social de la región.

#### **3.2. Objetivos Específicos**

1. Reconocer la importancia del desarrollo infantil en clave de Desarrollo y Cultura.
2. Diseñar un programa de estimulación infantil multimedial dirigido a niños y niñas de 0 – 1 años edad de la ciudad de Barranquilla.
3. Elaborar un plan de negocios para el programa de estimulación infantil BabyTime.

#### 4. JUSTIFICACIÓN

“La primera infancia, al influir sobre la salud, el aprendizaje y la conducta durante toda la vida, es una oportunidad única para impulsar el desarrollo humano (UNICEF, 2006a). Investigaciones en varios campos del conocimiento —biología, neurociencia, ciencias del comportamiento, psicología del desarrollo, educación y economía— concluyen que los primeros años de vida son básicos para el desarrollo del ser humano, en todos sus aspectos: biológico, psicológico, cultural y social” (Política Pública, Colombia por la Primera Infancia, 2006)

“Un buen punto de arranque para elevar el desarrollo humano de un país, es invertir en la primera infancia como lo anota Fogel, premio Nobel de Economía, 1993: “Gran parte de la capacidad para tener éxito en la vida depende del cuidado prenatal de las madres, de una nutrición adecuada durante el embarazo, y del fomento, tanto fisiológico como espiritual, de los niños y niñas en su primera infancia” (Política Pública, Colombia por la Primera Infancia, 2006)

Según el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef) (2015a), “lo que ocurre con los niños y niñas en los primeros años de vida tiene una importancia fundamental tanto para su bienestar inmediato como para su futuro. Si en los primeros años de vida un niño recibe el mejor comienzo, probablemente crecerá sano, desarrollará capacidades verbales y de aprendizaje, asistirá a la escuela y llevará una vida productiva y gratificante. Es necesario que cada niño y niña reciba el mejor comienzo en la vida –su futuro y, en realidad, el futuro de sus comunidades, de las naciones y del mundo entero, dependen de ello.” “Las capacidades pueden desarrollarse en todos los niños y niñas, por que no dependen de talentos especiales, si no de oportunidades”. (Política Pública, Colombia por la Primera Infancia, 2006 p.16).

La estimulación adecuada en la infancia es importante para el desarrollo del ser humano. Su objetivo primordial es ayudar en el proceso de formación de la estructura cerebral humana, proporcionando estímulos adecuada y oportunamente, para permitirle al individuo alcanzar un desarrollo con gran variedad de posibilidades. Según Martínez (2001), en su ponencia “La estimulación temprana: enfoques, problemáticas y proyecciones”:

A pesar de esta extraordinaria cantidad de neuronas al nacimiento, y las posibilidades incalculables de realizar sinapsis, la experiencia científica ha demostrado que el recién nacido tiene muchas más neuronas que cuando alcanza el tercer año de vida, y el doble de las que tendrán como adultos. Esto indica, dado el hecho de que la neurona cuando muere no es sustituida por otra y se pierde irremisiblemente, que la no estimulación apropiada, o la falta de ella, no solamente impide la proliferación de las células nerviosas, sino que hace que su número decrezca progresivamente, a pesar de las condiciones tan favorables que tiene la corteza cerebral, por el número de neuronas que posee cuando el niño o la niña nacen. De esta manera se destaca que la falta de estimulación puede tener efectos permanentes e irreversibles en el desarrollo del cerebro, pues altera su organización, y las posibilidades de configurar las estructuras funcionales que han de constituir la base fisiológica para las condiciones positivas del aprendizaje (p.2)

Lo que el individuo posee en esas edades es una infinita posibilidad y capacidad de asimilar toda la experiencia social acumulada por la humanidad durante cientos de generaciones, y que le es transmitida básicamente, sobre todo en los primeros momentos de la vida, por el adulto que lo cuida y atiende. En la estimulación adecuada no se dan conocimientos porque sean útiles para su futuro, son conocimientos para formar su estructura y ampliar la capacidad de recibir y asimilar la información del camino que el niño escoja en su vida.

Según Ramírez (2009) en Primera infancia: una agenda pendiente de derechos:

Si bien los argumentos científicos se han utilizado para resaltar la importancia de la temática, son los estudios económicos los que, hacia finales de los noventa, comenzaron a dominar la arena argumentativa. Los análisis en este campo se han relacionado con la atención a la primera infancia en general, y a la educación inicial (y preescolar) en particular, como inversión. Los estudios de tasa de retorno, que establecen retornos de entre 7 y hasta 17 dólares por cada dólar invertido en primera infancia (Rolnick y Grunewald, 2003; estudios longitudinales de Perry Preschool, 2004). Otros han analizado la inversión en primera infancia como una estrategia de

desarrollo económico, destacando su participación en la generación de capital humano en la medida en que una parte importante de las posibilidades de ulterior éxito académico y laboral se determina por el desarrollo de habilidades y hábitos en la etapa preescolar (Heckman y Masterov, 2004). Finalmente, otro eje que está ganando terreno es el que aborda la búsqueda de la equidad, referido al planteamiento de una mayor efectividad de los programas en primera infancia en el combate contra la pobreza y por la disminución de las brechas de desigualdad (Currie, 2001, y Reporte de Desarrollo Mundial 2005 del Banco Mundial) (p.63)

En la actualidad el cuidado y atención del niño ya no es una responsabilidad exclusiva de la madre, pues se reconoce el papel del padre y se acepta la participación de otros agentes socializadores, miembros del grupo familiar (abuela, tíos, hermanos mayores) de otras personas encargadas del cuidado personal de los niños y las niñas (terceros) (Política Pública, Colombia por la Primera Infancia, 2006). “Estas nuevas formas de atención de la primera infancia exigen un fortalecimiento de los vínculos paternos y de las redes de apoyo familiar y comunitario, para reducir los factores que afectan el desarrollo infantil... al fortalecer las redes familiares, comunitarias y sociales para asegurar el cuidado y socialización de los niños y niñas, se aseguran las condiciones para que pueda darse la transmisión y recreación de las tradiciones, valores y costumbres que garantizan la conservación cultural entre generaciones (Torrado, Reyes y Durán, 2006)” (Política Pública, Colombia por la Primera Infancia, 2006)..

Según Bula (2009), “para Amartya Sen (1984), el enfoque de las necesidades, y en particular de las necesidades básicas insatisfechas, constituye parte de un todo mayor, que es la perspectiva de las capacidades... El concepto de capacidad está estrechamente ligado a la posibilidad que tiene una persona de llevar a cabo el proyecto de vida que tiene razones para valorar más, dentro del abanico de trayectorias posibles ofrecidas por la sociedad. Pero esa posibilidad depende a su vez de las dotaciones iniciales de la persona, que predisponen sus capacidades, su libertad de desempeño y su rango de oportunidades” (p.16). Para Bula (2009) “Haciendo referencia a Sen, la calidad de vida de la que hayamos podido gozar en nuestra infancia se traduce en el tipo de capacidades que podremos desarrollar durante nuestra vida adulta... Las oportunidades en educación, unas adecuadas condiciones nutricionales y de salud, un adecuado estímulo de

habilidades a través del juego y la recreación, contribuyen a ampliar futuras capacidades en la vida adulta de las personas” (p.23).

Según la Política Pública, Colombia por la Primera Infancia, (2006), se observa un fuerte énfasis en programas para responder a las necesidades de supervivencia de los niños y niñas, especialmente ligadas a la salud, la nutrición y el cuidado. Si bien éstas son condiciones fundamentales para garantizar el derecho a la vida de la población infantil, es necesario complementar con estrategias que privilegien el tema de educación inicial, como un aspecto fundamental del desarrollo humano desde los primeros años de vida de los niños y de las niñas, y la educación a las madres y familias desde la gestación, con el fin de posibilitar la promoción de prácticas que garanticen el desarrollo biológico, psicológico, cultural y social desde los primeros años, combinadas con programas de salud, nutrición y cuidado. Es preciso entonces diseñar programas que se adapten a la situación social, cultural y lingüística de los niños y de sus familia favoreciendo una educación inicial integral, la norma debe ser la flexibilidad, la atención a la diversidad y el reconocimiento de sus formas propias de vivir y de comunicarse.

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) pueden contribuir al acceso universal a la educación, la igualdad en la instrucción, el ejercicio de la enseñanza y el aprendizaje de calidad. Las TIC pueden mejorar el rendimiento académico de los alumnos, ampliar el acceso a la escolaridad, aumentar la eficiencia y reducir los costos, preparar a los estudiantes para el aprendizaje a lo largo de toda la vida y capacitarlos para incorporarse a una fuerza de trabajo que compite a escala mundial.

## 5. MARCO TEÓRICO

### 5.1. La primera infancia y la educación inicial

La primera infancia es la etapa inicial del ciclo vital, durante la que se estructuran las bases para el desarrollo cognitivo, emocional y social del ser humano. Investigaciones realizadas desde diferentes campos del saber demuestran que invertir en la primera infancia es una cuestión urgente y no hay tiempo que perder. Heckman premio Nobel de Economía de la Universidad de Chicago (2004) señala: Como sociedad, no podemos darnos el lujo de aplazar la inversión en los niños hasta el momento en que se conviertan en adultos, tampoco podemos esperar hasta que ellos alcancen la edad para asistir a la escuela – un momento cuando puede llegar a ser demasiado tarde para invertir.

Los recién nacidos tienen al nacer miles de millones de células cerebrales o neuronas, entre las cuales se establecen conexiones, llamadas sinapsis, que se multiplican rápidamente, al entrar en contacto el neonato con la estimulación exterior, alcanzan el increíble número de mil billones. Estas sinapsis dan lugar a estructuras funcionales en el cerebro, que van a constituir la base fisiológica de las formaciones psicológicas que permiten configurar las condiciones para el aprendizaje. Si no hay una buena nutrición, especialmente a través de la leche materna, y si no se realiza una estimulación adecuada, habrán menos conexiones entre las células cerebrales y por ende el cerebro no se desarrollará debidamente. Según Martínez (2001):

La edad preescolar, considerada como aquella etapa del desarrollo que abarca desde el nacimiento hasta los 6 o 7 años, es considerada por muchos como el período más significativo en la formación del individuo, pues en la misma se estructuran las bases fundamentales de las particularidades físicas y formaciones psicológicas de la personalidad, que en las sucesivas etapas del desarrollo se consolidarán y perfeccionarán. Esto se debe a múltiples factores, uno de ellos el hecho de que en esta edad las estructuras bio-fisiológicas y psicológicas están en pleno proceso de formación y maduración, lo que hace particularmente significativa a la estimulación que pueda hacerse sobre dichas estructuras, y por lo tanto, de las cualidades, procesos y funciones físicas y psíquicas que dependen de las mismas. Es quizás el momento de

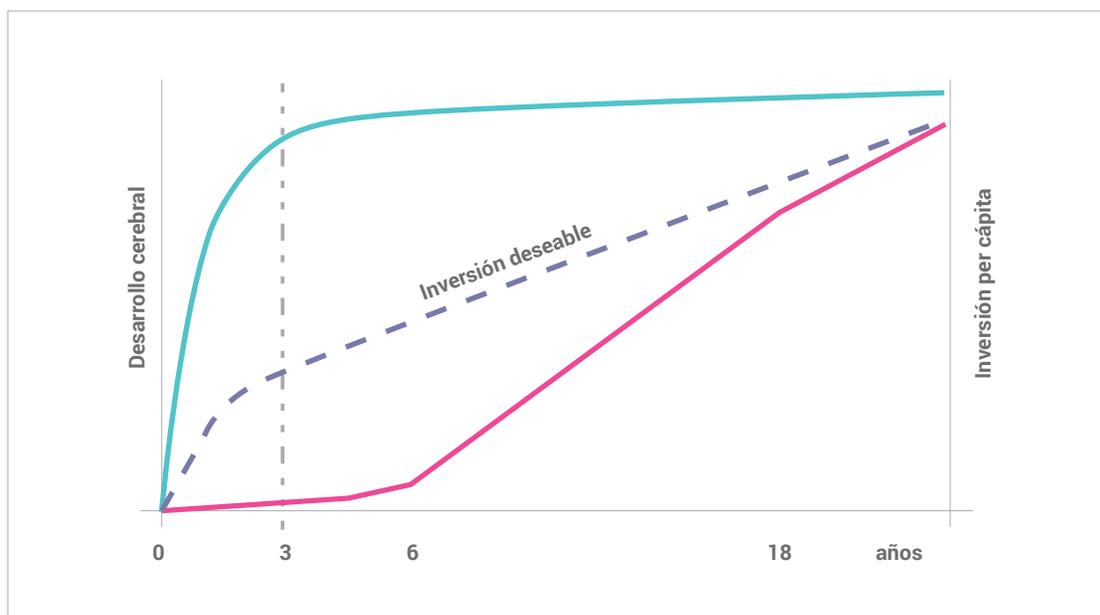
la vida del ser humano en el cual la estimulación es capaz de ejercer la acción mas determinante sobre el desarrollo, precisamente por actuar sobre formaciones que están en franca fase de maduración (p.1).

Cuando el niño o la niña nace su cerebro, salvo una serie de reflejos que le permiten su supervivencia, tales como la respiración, la circulación, la succión, entre otros reflejos incondicionados; el bebé desde que nace está preparado para descubrir el mundo, pero no cuenta con suficientes herramientas para hacerlo solo y lo que posee es una infinita posibilidad y capacidad de asimilar toda la experiencia social acumulada por la humanidad durante cientos de generaciones, y que le es transmitida básicamente, sobre todo en los primeros momentos de la vida, por el adulto que lo cuida y atiende.

La primera década del siglo XXI ha estado marcada por el llamamiento de la comunidad internacional a repensar las políticas dirigidas a la primera infancia. En la reunión anual del BID (Banco Interamericano de Desarrollo) en 1999, Amartya Sen señalaba la importancia de la inversión en la infancia como condición fundamental del desarrollo. Ramírez (2009) comenta acerca que “Las últimas décadas se caracterizan por un incremento en la generación de conocimiento alrededor de la importancia de la infancia temprana en el desarrollo de los seres humanos. Las primeras iniciativas a nivel internacional que colocan a los niños pequeños como sujetos de particular atención son las educativas, como lo deja ver la Declaración Mundial Educación para Todos (1990). Por su parte, la Organización de Estados Americanos (OEA) ha venido apoyando acciones y proyectos de atención y desarrollo educativo de la primera infancia” (p.63).

Acosta (2009), en La Primera infancia ( 0 – 6 años) y su futuro comenta que, pese la claridad de la importancia de la primera infancia, el comportamiento promedio de los países va en sentido contrario, tal como lo ilustra el siguiente gráfico, donde se muestra, con la curva continua superior, que el período de mayor desarrollo del ser humano se presenta antes de los ocho años. Como puede verse, por contraste, en la curva continua inferior, la inversión es muy baja en la primera infancia, precisamente cuando tiene mayores impactos, para después tener que ser mayor a fin de compensar el no haberlo hecho a tiempo, pero ya sin lograr los mismos resultados. Por

eso en la gráfica se muestra con la curva de la mitad, la intermitente, el nivel y momento deseable de la inversión”.



*Figura 1.* Desarrollo e inversión en la infancia (Vargas, 2007) en Alejandro Acosta. Protección de la primera infancia: abuso, violencia, abandono, niños de la calle, explotación laboral

Según datos entregados por el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, Unicef (2015b) “Más de 100 millones de niños en el mundo no están escolarizados y 159 millones de niños y niñas menores de cinco años se encuentran física y cognitivamente retrasados en su desarrollo debido a la falta de atención y de una nutrición adecuada. Cada año que pasa sin que hagamos una inversión importante en el desarrollo de la primera infancia y en iniciativas que aborden estos temas, millones de niños nacerán atrapados en el mismo ciclo de pobreza y falta de oportunidades”.

Mucho antes que el niño pise por primera vez un aula, las inequidades pueden dejar una impronta duradera en la arquitectura de su cerebro. Investigaciones recientes acerca del desarrollo del cerebro arrojan nueva luz sobre la influencia formativa de las experiencias vividas en la primera infancia. Aún así, según Bula (2009), “las coberturas en preescolar en Iberoamérica difícilmente alcanzan el 50%. Esto significa que los niños que no han podido acceder a este ciclo de formación ven sacrificado un nivel de preparación importante en el desarrollo de habilidades

cognitivas muy relevantes en el desarrollo del niño, porque la baja participación en la educación preescolar de los menores de seis años afecta tanto al desempeño escolar, como al desempeño social futuro de niños y niñas. Los niños de los estratos más pobres acuden a instituciones con equipamientos sustancialmente más precarios, que igualmente crean diferencias de habilidades frente a los que asisten a instituciones que ofrecen educación preescolar en entornos mejor dotados” (p.21).

Un reciente estudio del Banco Mundial señala que los países con mayor desarrollo invierten en la Primera Infancia el doble que América Latina en porcentajes del Producto Interno Bruto. En Colombia se ha avanzado significativamente en la expedición de leyes, normas y herramientas procedimentales, planes, programas y proyectos institucionales que buscan promover y proteger los derechos de la primera infancia. Entre estos se pueden mencionar la Ley 1098 de 2006 o Ley de Infancia, la Política de Primera Infancia, el Proyecto de Ley De Cero a Siempre aprobado por el Senado en mayo de 2016 “por el cual se establece la política de estado para el desarrollo integral de la primera infancia”, el Programa de Cero a Siempre, el CONPES 109 de Primera Infancia, los lineamientos de política del Ministerio de Educación Nacional para la educación inicial y el Plan Nacional de Salud Pública, que establecen la prioridad en la primera infancia.

La mayoría de los padres desconocen la importancia que tiene una correcta estimulación en los primeros años de vida de sus hijos. Los dos primeros años de vida son definitivos para el crecimiento físico y la nutrición así como para la vinculación afectiva con las figuras maternas y paterna. La alimentación en la primera infancia es, en unión con el estímulo, un factor determinante de los mecanismos neurológicos, que favorecen el aprendizaje, la salud y una conducta favorable a lo largo de la vida. Según Anthony Lake, Director Ejecutivo de UNICEF (2015), “cuando un niño no recibe la estimulación apropiada desde temprana edad, el cerebro del niño no se desarrolla apropiadamente porque cada segundo un millón de células en el cerebro del niño no se conectan, y cuando las células no se conectan harán una gran diferencia por el resto de la vida del niño”.

En la actualidad existen suficientes pruebas de que la presencia de entornos protectores, estimuladores y afectuosos tiene para el desarrollo infantil tanta importancia como los nutrientes

en su alimentación, a los niños y niñas se les debe brindar una educación integral. A partir de la interacción y del intercambio de significados con las personas que los rodean y de sus vínculos afectivos, los niños construyen su identidad y su realidad personal, social y cultural. Según la Política Pública, Colombia por la Primera Infancia, (2006), “Está comprobado que una buena atención a la educación inicial, durante la primera infancia, está relacionada con el desempeño académico, el logro de mejores resultados en pruebas de inteligencia, y con menores tasas de repitencia y abandono escolar” (Young, 2002) (p.8). Las condiciones de pobreza de por sí enfrentan a los individuos a muy bajos niveles de capital social. Las pocas oportunidades en materia educativa, y en consecuencia en materia de empleo, predisponen a permanecer en medio de redes sociales que terminan reproduciendo la condición de precariedad.

El objetivo de la estimulación infantil es ayudar en el proceso de formación de la estructura cerebral humana, proporcionando estímulos para permitirle a los individuos alcanzar un desarrollo con gran variedad de posibilidades. La estimulación infantil debe ser integral pues el cerebro humano es tan dinámico que es muy fácil formar niños llenos de conocimientos o habilidades, pero sin motivación, ni pasión. Según la Declaración Universal de los Derechos del Niño, Artículo 31, “Se debe también promover el derecho del niño a participar plenamente de la vida cultural y artística, propiciando oportunidades apropiadas, en condiciones de igualdad, de participar en la vida cultural, artística, recreativa y de esparcimiento”. Según Ivaldi (2014) en Educación, arte y creatividad en las infancias del siglo XXI, “la incorporación sistemática del arte en la educación contribuye, entre otras cosas, a que los niños comprendan que existe más de una respuesta a una pregunta, más de una solución a un problema, y que la diversidad que cada uno aporta es importante” (p.23)

La estimulación adecuada no solo son una serie de ejercicios, pautas, masajes y caricias sin un propósito claro, se trata de proporcionar oportunidades para que el niño reciba estímulos adecuada y oportunamente conociendo el proceso de formación de su estructura cerebral. No se dan conocimientos porque sean útiles para su futuro, se dan para formar su estructura y ampliar la capacidad de recibir y asimilar la información del camino que el niño escoja en su vida.

“Van der Gaag (2002) establece el vínculo entre el desarrollo en la primera infancia y

el desarrollo humano, a saber que los procesos de desarrollo durante la primera infancia tienen amplias repercusiones sobre el desempeño escolar y académico y que la educación es determinante, tanto para el desarrollo humano como para el económico. Llegados a la edad adulta, los niños y las niñas que han participado de programas de educación temprana, tienen mayores posibilidades de contribuir a la economía familiar, comunitaria y de la sociedad en general. Pero los beneficios no se limitan al plano personal, la sociedad de la cual los niños y las niñas hacen parte, contará con un potencial mayor, que le permitirá adoptar nuevas tecnologías, un mejor funcionamiento de sus democracias, menores tasas de criminalidad y una reducción en sus tasas de fertilidad. (Política Pública, Colombia por la Primera Infancia, 2006, p.11).

Según la Política Pública, Colombia por la Primera Infancia, (2006), conceptualmente el niño desde sus primeros años, sin importar los distinguos de edad, género, raza, etnia o estrato social, es definido como ser social activo y sujeto pleno de derechos. Es concebido como un ser único, con una especificidad personal activa, biológica, psíquica, social y cultural en expansión. La Convención Internacional sobre los Derechos de los Niños aprobada por el Congreso de la República de Colombia, mediante la Ley 12 del 22 de enero de 1991, introduce un cambio en la concepción social de la infancia: los niños deben ser reconocidos como sujetos sociales y como ciudadanos con derechos en contextos democráticos. La familia, la sociedad y el Estado, comparten la responsabilidad del desarrollo integral de la primera infancia, cada uno desde su propio rol diferenciado. En esta concepción se admite que los niños y niñas necesitan de su infancia y la protección se da en el presente, por tanto se deben resguardar sus derechos en el aquí y en el ahora, brindándole las mejores oportunidades.

La primera infancia está integrada por la población menor de 6 años, aunque hay algunos países que incluyen en este grupo a los menores de 8 años de edad. En estas edades los niños y niñas son titulares de derechos reconocidos en los tratados internacionales, en las legislaciones nacionales y en las políticas específicas dirigidas a esta franja poblacional.

La política de primera infancia, parte de reconocer que uno de sus ejes fundamentales de formulación es la familia, porque: la Constitución Nacional y la tradición social consideran a la familia como la unidad básica de la sociedad. El Estado y la sociedad han delegado en ella la responsabilidad de satisfacer los derechos básicos de los individuos. El Estado y la sociedad admiten su corresponsabilidad en la garantía de tales derechos y, en esa medida, se supone que hay entre ellos relaciones complementarias y de cooperación. La familia es el contexto más propicio para generar vínculos significativos, favorecer la socialización y estimular el desarrollo humano y, desde el punto de vista del Estado y de la sociedad, la familia es su capital social.

En el departamento del Atlántico, según en Plan de Desarrollo 2016 – 2019, “En el hogar, los niños y niñas son dejados al cuidado de la madre (82.1%); el padre (1.9%); los abuelos (11.8%); hermanos (0.3%); niñera o empleada (2.5%); otros (1.5%). Son dejados al cuidado de un menor de 10 años el (3.6%) y han sido dejados solos (0.3%). Esta es una evidencia de la importancia de involucrar a las familias y otros cuidadores en actividades de formación y acompañamiento” (p.31) Es así como también es importante señalar que la participación laboral femenina ha aumentado considerablemente en la mayoría de países, intensificando la demanda por servicios de cuidado para los hijos de las mujeres trabajadoras que son madres, en particular en zonas urbanas (Araujo, López-Boo, & Puyana, 2013, p.16).

Tabla 1

*Porcentaje de participación laboral femenina en el ámbito urbano en Latinoamérica (mujeres de 15-64 años de edad)*

País	% de participación laboral femenina en el área urbana		% de participación laboral femenina en el área urbana 10 años antes
	Año	Urbana	Urbana
Argentina	2010	55,1	52,6
Brasil	2009	62,1	56,0
Chile	2009	50,8	45,3
Colombia	2010	64,7	61,8
Costa Rica	2010	53,7	46,7
República Dominicana	2008	55,3	47,1
Ecuador	2010	52,9	57,1
El Salvador	2010	56,2	54,3

Guatemala	2010	51,5	57,2
Honduras	2009	50,6	54,5
México	2008	49,9	42,9
Nicaragua	2010	47,3	50,0
Panamá	2008	52,4	50,4
Paraguay	2008	59,6	58,4
Perú	2009	68,2	61,0
Uruguay	2009	65,5	60,3

*Fuente:* Panorama sobre los servicios de desarrollo infantiles en América Latina y el Caribe 2013. Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

No solamente las mujeres participan con mayor frecuencia en los mercados laborales de la región (como lo muestra la tabla), sino que además contribuyen con una fracción importante de los ingresos que sustentan a sus familias (Tabla 2).

Tabla 2

*Aporte de las mujeres al ingreso y jefatura del hogar en Latinoamérica (ámbito urbano)*

País	Año	Aporte de la mujer Al ingreso del hogar (%)		% de hogares con jefe de hogar mujer	
		Urbano		Urbano	
		20% más pobre	20% más rico	20% más pobre	20% más rico
Brasil	2009	36,7	43,2	42,2	34,9
Chile	2009	38,4	38,2	38,7	24,9
Colombia	2010	54,1	49,4	45,9	30,4
Costa Rica	2010	48,7	48,9	42,7	38,4
República Dominicana	2008	33,8	38,7	44,5	29,9
Ecuador	2010	34,3	40,3	35,4	24,5
El Salvador	2010	57,6	47,7	48,4	30,5
Guatemala	2010	36,5	38,4	27,7	22,5
Honduras	2009	57,1	46,4	31,4	35,0
México	2008	30,8	41,6	28,9	26,5
Nicaragua	2010	53,8	44,8	39,7	39,8
Panamá	2008	38,0	43,7	42,1	32,2
Paraguay	2008	41,2	42,6	38,1	28,9
Perú	2009	49,4	39,9	37,2	23,6

*Fuente:* Panorama sobre los servicios de desarrollo infantil en América Latina y el Caribe 2013.  
Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

Por otra parte en lo que se refiere al aporte femenino al ingreso del hogar, los datos revelan que en Colombia, El Salvador, Honduras y Nicaragua, las mujeres del quintil de riqueza más bajo en el sector urbano proveen más del 50% del ingreso del hogar (Tabla 2), mientras que en el resto de países aportan con una proporción no menor al 30%. Si estas mujeres no pueden acceder al mercado laboral por falta de una oferta pública de servicios de cuidado para sus hijos pequeños, sus ingresos se verán significativamente reducidos.

“Sin embargo, la oferta de servicios de cuidado de calidad para sus hijos no es la única demanda no satisfecha de las madres trabajadoras de la región. En Latinoamérica y el Caribe la licencia de maternidad con sueldo es un beneficio al cual tienen acceso únicamente las trabajadoras asalariadas del sector formal. Las mujeres que acceden a este derecho en la región cuentan, en promedio, con tres meses de licencia por maternidad con sueldo. Los únicos países que otorgan licencias mayores son Cuba y Venezuela, con 18 semanas, y Brasil y Chile, que establecen seis meses (únicamente para las servidoras públicas en el caso de Brasil)... Al mismo tiempo, las licencias para los padres están casi ausentes en todos los países de la región (Pautassi y Rico 2011)” (Araujo, López-Boo, & Puyana, 2013, p.16).

Ya no se trata de una responsabilidad exclusiva de la madre, pues se reconoce el papel del padre y se acepta la participación de otros agentes socializadores, miembros del grupo familiar (abuelas, tíos, hermanos mayores) de otras personas encargadas del cuidado personal de los niños y las niñas (terceros). Estas nuevas formas de atención a la primera infancia exigen un fortalecimiento de los vínculos paternos y de las redes de apoyo familiar y comunitario, a su vez este fortalecimiento asegura el cuidado y socialización de los niños y niñas, se aseguran las condiciones para que pueda darse la transmisión y recreación de las tradiciones, valores y costumbres que garantizan la conservación cultural entre generaciones (Torrado, Reyes y Duran, 2006)

Un estudio realizado en Bután (Unicef y Save the Children, 2014) ilustra la fuerte relación entre la calidad de la estimulación (juego, lectura, apego) que los niños reciben en el hogar y su nivel de desarrollo temprano (conocimientos y habilidades). El estudio encontró una fuerte relación entre la cantidad de actividades de aprendizaje y de juego que realizan las familias con sus niños pequeños y el desarrollo infantil. La relación es tan fuerte que niños de 5 años que cuentan con ambientes favorables demuestran casi el doble de habilidades (lectura y números) que los niños que cuentan con entornos de aprendizaje inferiores. Estos resultados destacan la importancia de la atención y la estimulación en el hogar (Pisani y otros, 2016).

Según Greiner (2001), “Existe un consenso en aceptar que esta estimulación a niños que se encuentran en la primera infancia debe contar con la familia en el rol protagónico, esta puede hacer aportes insustituibles al desarrollo del niño donde el matiz fundamental esta dado por las relaciones afectivas que se establecen entre esta y el niño. Criterios de tan destacados pedagogos como A. Comenius, H. Pestalozzi, F. Froebel, M. Montessori, A. Makarenko y otros muchos mas aseveran lo antes expuesto pero añaden que esta insustituible y valiosa influencia de la familia se expande y enriquece cuando recibe una orientación especial en beneficio del desarrollo del infante. Por lo tanto la necesidad de complementar los aportes insustituibles de la familia con los del saber profesional es una realidad que va tomando cada vez mas fuerza en el ámbito del estudio del desarrollo humano inicial” (p.2).

Las políticas de desarrollo infantil integral promueven la igualdad de oportunidades desde el inicio de la vida. Este es un objetivo clave en Latinoamérica y el Caribe, región caracterizada por exhibir las tasas de desigualdad más altas del mundo. Según la Política de Primera infancia en Colombia (2006), “la equidad introduce un principio ético o de justicia en la igualdad. En definitiva, la equidad nos obliga a plantearnos los objetivos que debemos conseguir para avanzar hacia una sociedad más justa. Una sociedad que aplique la igualdad de manera absoluta será una sociedad injusta, ya que no tiene en cuenta las diferencias existentes entre personas y grupos”. (p.38). En el Informe sobre Desarrollo Mundial 2006, publicado por el Banco Mundial se plantea que la equidad, definida fundamentalmente como la igualdad de oportunidades para las personas,

debería ser parte integral de una estrategia exitosa de reducción de la pobreza en todo el mundo en desarrollo.

“Los programas que inciden sobre el desarrollo en la primera infancia, ayudan a reducir las desigualdades existentes en la sociedad y queda completamente establecido el vínculo entre desarrollo humano y desarrollo en la primera infancia. Mientras que en los niños, las niñas, la inversión en programas de desarrollo para la primera infancia reduce las desventajas de los más pobres en materia nutricional, cognitiva, desarrollo social y salud, en los adultos, cuando se alcanzan condiciones de equidad en salud y educación, se equiparan las oportunidades medidas en ingresos (Van der Gaag, 2002)” (Política Pública, Colombia por la Primera Infancia, 2006, p.12)

Con el panorama antes descrito queda claro que la región ha tenido importantes avances en la atención a la niñez, pero que los vacíos en su atención y protección son aún enormes y, por tanto, es indispensable fortalecer las capacidades de las familias para contribuir a crear ambientes adecuados para el sano desarrollo físico y psicosocial de sus niños y niñas.

## **5.2. La Primera infancia y el Desarrollo Humano. Fomento a las capacidades**

Según Bula (2009) durante cerca de tres décadas, los problemas del desarrollo de las sociedades se analizaron en torno a las necesidades humanas, independientemente del enfoque que se adoptara... En la medida en que la literatura y la agenda sobre los derechos humanos han venido ganando terreno en foros académicos y políticos, las reflexiones sobre el desarrollo económico y social, y en particular sobre el desarrollo humano, han avanzado hacia nuevas perspectivas que algunos denominan como los enfoques centrados en el ser humano y que incorporan dimensiones esenciales del individuo, tales como las capacidades, las libertades y los derechos humanos. Buena parte de esta reflexión guarda una importante deuda con los trabajos del profesor Amartya Sen, premio Nobel de Economía. (p.15)

Según la Política Pública, Colombia por la Primera Infancia, (2006), “El Desarrollo Humano en el sentido propuesto por Sen (2000), “es un proceso conducente a la ampliación de las opciones de que disponen las personas”, donde las opciones esenciales son: “poder tener una larga y saludable vida, poder adquirir conocimientos y tener acceso a los recursos necesarios para disfrutar de un nivel de vida decoroso”. En esta misma línea, Naciones Unidas en la política de Bienestar Social señala que “El bienestar humano, como propósito social, resulta de la elevación del nivel de vida, la realización de la justicia social y la ampliación de oportunidades para que la población pueda desarrollar sus capacidades superiores como ciudadanos sanos, educados, participantes y aportantes” (Torrado M.C. et al. 2002)” (p.32).

El desarrollo humano es concebido por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2003), como un concepto multidimensional en el que se resaltan tres dimensiones básicas, deseables por cualquier persona: un ingreso suficiente, que posibilite el acceso y disfrute de los bienes básicos, pero también de la propiedad, una vida larga y saludable, y un nivel educativo, mediante el cual las personas puedan aumentar la capacidad de dirigir su propio destino. Este concepto, al centrar el énfasis en la calidad de vida, en la expansión y en el uso de las capacidades humanas, permite captar los logros económicos y sociales y explicita el papel del ingreso como medio y no como fin en sí mismo .

“Para el profesor Sen (1984), el enfoque de las necesidades, y en particular de las necesidades básicas insatisfechas, constituye parte de un todo mayor, que es la perspectiva de las capacidades. Dichas capacidades hacen referencia a la libertad de una persona para ser y para hacer como miembro de una sociedad... La posibilidad de desarrollar estas capacidades está a su vez sujeta al acceso o control que la persona pueda tener sobre un subconjunto de bienes del conjunto total disponible en la sociedad. Este acceso a –o control sobre– dichos bienes es lo que Sen denomina las “titularidades” (entitlements, término traducido igualmente como derechos)... Pero el conjunto de estas titularidades estará determinado por lo que el autor denomina las “dotaciones iniciales”. El concepto de capacidad está estrechamente ligado a la posibilidad que tiene una persona de llevar a cabo el proyecto de vida que tiene razones para valorar más, dentro del abanico de trayectorias posibles ofrecidas por la sociedad. Pero esa posibilidad depende a su vez

de las dotaciones iniciales de la persona, que predisponen sus capacidades, su libertad de desempeño y su rango de oportunidades”. (Bula, 2009, p.16)

“Según Sen (2009), en la medida en que el desarrollo se concibe como la expansión de las libertades humanas, una muerte prematura significaría la negación misma de una de las libertades fundamentales de los seres humanos, como condición para poder cumplir un ciclo vital de existencia, por la simple razón de que se requiere estar vivo para llevar a cabo aquellas cosas que valoramos”. (Bula, 2009, p.23)

“Un segundo aspecto hace referencia a la salud y las condiciones de supervivencia de niños y niñas. Si, como señala el autor, la mortalidad infantil debe ser vista como una condición de empobrecimiento en sí misma, las atenciones en salud, la educación pública (las interrelaciones entre salud y educación son hoy reconocidas: una buena salud se traduce en un mejor desempeño escolar y una buena educación en un mejor cuidado del cuerpo) y las condiciones nutricionales son, entre otros, aspectos que pueden contribuir a romper el ciclo de la pobreza. Las aflicciones derivadas de la ausencia de este tipo de atenciones, dice al autor, se convierten en una violación a la libertad de un niño para gozar de la vida y valorarla”. (Bula, 2009, p.23)

La inversión en la primera infancia es una tarea primordial de todos los países. Los niños del presente serán los ciudadanos del futuro. Romero (2009) “En este marco, aparecen investigaciones de Amartya Sen y James J. Heckman, premios Nobel de Economía de los años 1998 y 2000, respectivamente, que usando argumentos económicos indican que “no hay ninguna inversión que tenga más alta tasa de retorno que la que se efectúa en primera infancia”. Porque la calidad de vida de la niñez tiene importancia no solo por lo que pasa en los primeros años, sino también por sus repercusiones en la vida futura. Las inversiones en la infancia “son importantes en sí mismas debido a que abren el camino para toda una vida de mejor salud, desempeño mental, físico, y productividad” y “pueden llevar a minimizar, y aun prevenir, otros problemas económicos y sociales que van desde la delincuencia juvenil hasta la maternidad adolescente y la violencia doméstica y social” (Young, 2002)” (p.41). Siguiendo a Van der Gaag (2002), al definir el desarrollo humano como un concepto más amplio que el Producto Interno Bruto, se establece una clara relación entre éste y el desarrollo en la primera infancia. La primera infancia, al influir

sobre la salud, el aprendizaje y la conducta durante toda la vida, es una oportunidad única para impulsar el desarrollo humano (UNICEF, 2006).

### **5.3. Cultura digital. Las Tics y el Aprendizaje móvil.**

*La tecnología remite hoy no a nuevas máquinas o aparatos,  
sino a nuevos modos de percepción y de lenguaje,  
a nuevas sensibilidades y escrituras*  
Jesús Martín Barbero

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (MinTIC) (2015), define las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) como el conjunto de instrumentos, herramientas o medios de comunicación como la telefonía, los computadores, el correo electrónico y la Internet que permiten comunicarse entre sí a las personas u organizaciones.

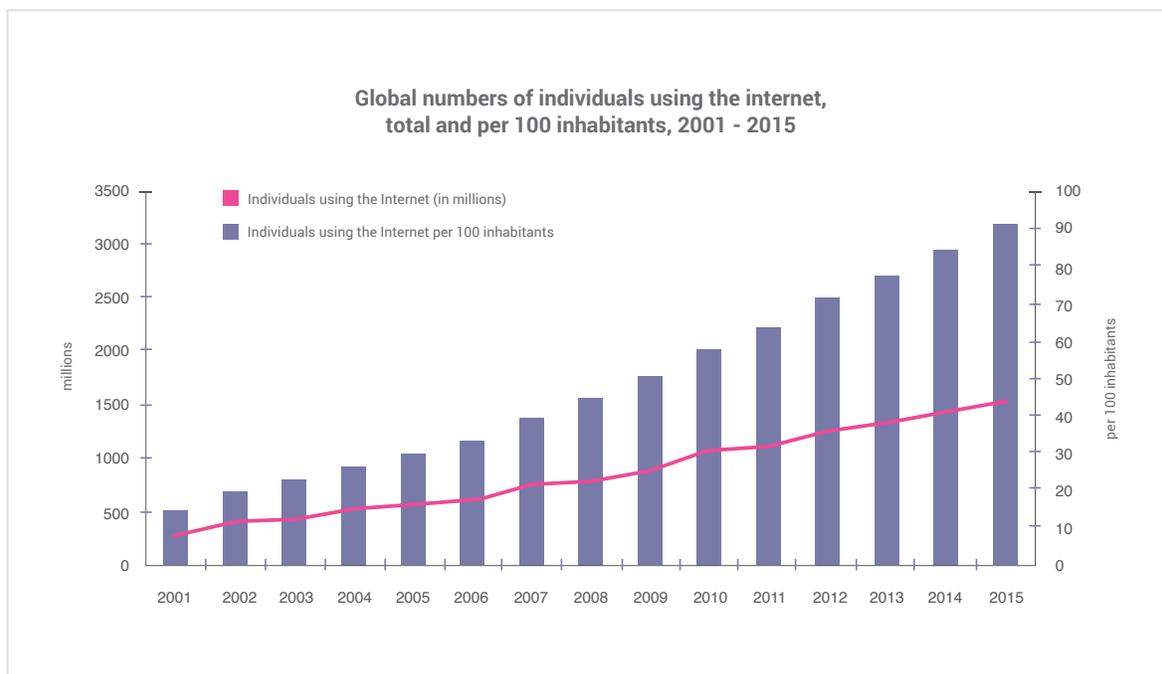
Según el Organismo especializado de las Naciones Unidas para las Tecnologías de la Información y la Comunicación (UIT), todo lo que hacemos hoy en día, se sustenta en las TIC. Nos ayudan a organizar y a controlar los servicios de emergencia, el abastecimiento de agua, las redes eléctricas y las cadenas de distribución de alimentos. Se utilizan como soporte para la atención médica, la enseñanza, los servicios públicos, los mercados financieros, las redes de transporte, las plataformas de comercio electrónico y la gestión medioambiental. Según Brahima Sanou, Director de la Oficina de Desarrollo de las Telecomunicaciones de la UIT, las TIC desempeñarán un papel más significativo en la era posterior a 2015 y en el futuro cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) a medida que el mundo evoluciona cada vez más rápido hacia una sociedad digital". Con el Informe de Economía Creativa lanzado por el Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas( PNUD) en el 2010, reconocen que:

La clave del progreso, esfuerzo y bienestar humanos son la educación, el conocimiento, la información y la comunicación. Además las tecnologías de la información y comunicación (TIC) tienen un enorme impacto de forma virtual en

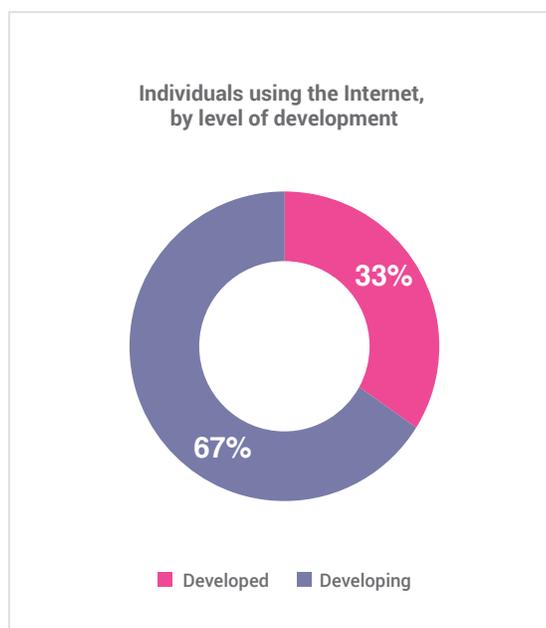
todos los aspectos de nuestras vidas. El rápido progreso de estas tecnologías abre nuevas oportunidades para lograr altos niveles de desarrollo, también la capacidad de éstas para reducir muchos obstáculos tradicionales, en especial los de tiempo y distancia, por primer vez en la historia es posible usar el potencial de ellas para el beneficio de millones de personas en todos los rincones del mundo (p.261).

Las TIC pueden contribuir al acceso universal a la educación, la igualdad en la instrucción, el ejercicio de la enseñanza y el aprendizaje de calidad y el desarrollo profesional de los docentes. La UNESCO (2015) sostiene que las TIC pueden contribuir a hacer realidad la educación universal en el mundo entero, al proporcionar formación y capacitación a los docentes, perfeccionar las competencias profesionales, mejorar las condiciones del aprendizaje a lo largo de toda la vida y ampliar el potencial para llegar a quienes han quedado al margen del proceso de educación formal.

Uno de los objetivos establecidos en el 2003, por los líderes mundiales en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) era que más de la mitad de la población mundial debería tener acceso directo a las TIC, al parecer este objetivo se logró siete años antes de lo previsto. Según la UIT se estima que para el 2015 habrán alrededor de 3,174 mil millones de usuarios de internet alrededor del mundo. En el 2015 por cada 100 habitantes 90 tienen acceso a internet como muestra el figura No. 2. En los países en desarrollo el número de usuarios creció, y representan mas de la mitad de los usuarios de internet del mundo (Figura No 3 ). Las facilidades de acceder a internet en lugares públicos como cibercafés, establecimientos educacionales y centros de comunidad digital estimularon el uso del internet en los países en vía de desarrollo. Es significativo que la mayoría de los usuarios de internet viven en el mundo en desarrollo. Los teléfonos móviles han emergido como la herramienta TIC mas difundida en África, Asia, América Latina, el Caribe y el Pacífico. La telefonía móvil permite a los usuarios acceder a información y contenido creativo, relacionado con noticias, educación, salud, trabajo, cultura y vida familiar.



*Figura 2.* Global numbers of individuals using the Internet, total and per 100 inhabitants, 2001-2015 Note: \* Estimate. Source: ITU World Telecommunication /ICT Indicators database



*Figura 3.* The developed/developing country classifications are based on the UN M49, [www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/definitions/regions.aspx.html](http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/definitions/regions.aspx.html)

Note: \* Estimate Source: ITU World Telecommunication /ICT Indicators database

En Colombia se vienen realizando varios procesos relacionados con las Tecnologías de Información y Comunicación. Alguno de ellos son: *Proyecto Nacional de Fibra Óptica* que busca promover la ampliación de la infraestructura de fibra óptica existente en el país, para así llegar a un mayor número de colombianos con mejores servicios, condiciones técnicas y económicas; *Proyecto Nacional de Conectividad de Alta Velocidad*, que busca conectar 27 cabeceras municipales y 20 corregimientos departamentales a través del despliegue de redes de alta velocidad, satelitales y/o terrestres, aquellos que por sus limitaciones geográficas no fueron incluidos dentro del Proyecto Nacional de Fibra Óptica; *Proyecto Conexiones Digitales* que promueve la masificación de accesos de internet de banda ancha en las Viviendas de Interés Prioritario (VIP), hogares estrato 1 y 2 e instituciones públicas; *Proyecto Puntos Vive Digital* que promueve del uso y aprovechamiento de las TIC, a través de la disposición del acceso comunitario a zonas funcionales para el uso de internet, entretenimiento, capacitación, y trámites de Gobierno en Línea; *Proyecto Kioscos Vive Digital* que son puntos de acceso comunitario a Internet con los niños, jóvenes y adultos de 5300 centros poblados (veredas y corregimientos) de más de 100 habitantes, donde pueden conectarse a internet y recibir capacitaciones gratuitas en uso y apropiación de las TIC; *Computadores para Educar*, proyecto que entrega computadores para uso educativo; la Política de Promoción de la Industria de contenidos digitales que promueve la convocatoria *Crea Digital* y busca incentivarla creación de videojuegos, e-books, "crossmedia" y "transmedia", así como series de animación digital. *Crea Digital* está dirigido al sector de las industrias culturales y creativas y en opinión del ministro de las TIC, David Luna, este programa permitirá "descubrir el talento colombiano para desarrollar contenidos de calidad que contribuyan a preservar nuestra cultura y promuevan la educación".

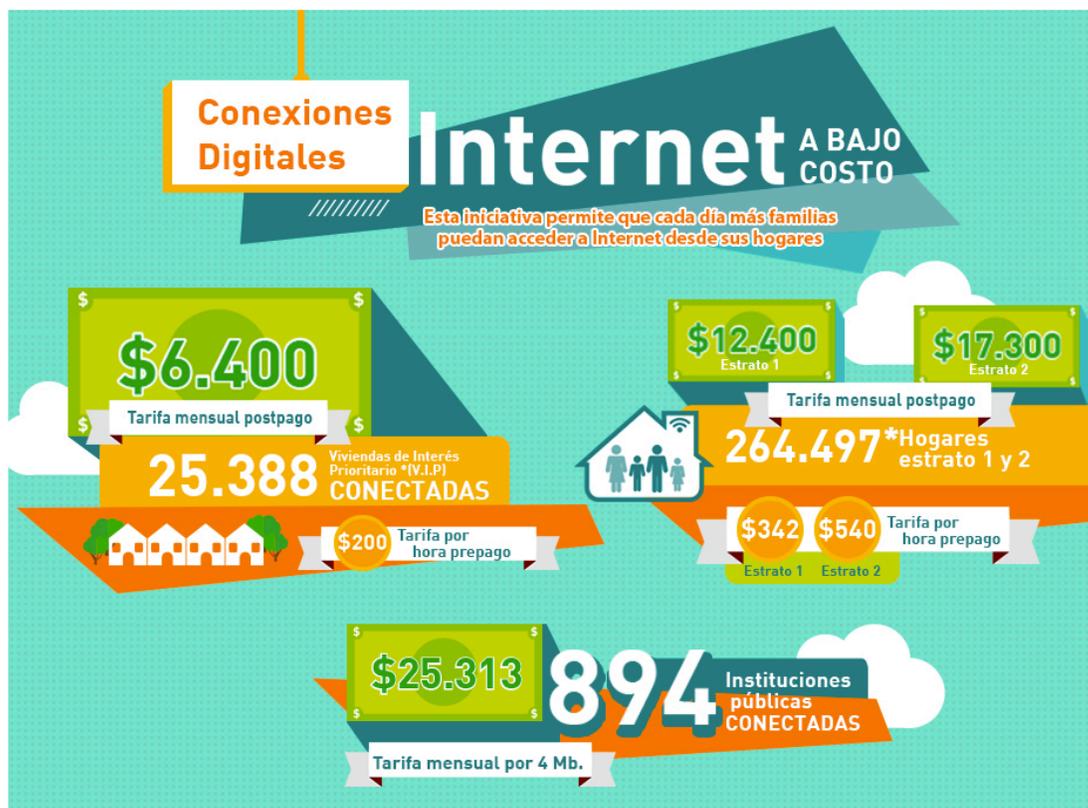


Figura 4. Internet a bajo costo en Colombia

### 5.3.1. El Aprendizaje Móvil

Según el estudio *El futuro del aprendizaje móvil*, desarrollado por la UNESCO en el 2013, “la tecnología ha hecho cambiar nuestro mundo como nadie habría podido imaginar. Hoy los dispositivos móviles impregnan la vida diaria, dando un acceso incomparable a la comunicación y la información” (p.7).

El aprendizaje móvil, también llamado en inglés “m-learning” ofrece métodos modernos de apoyo al proceso de aprendizaje mediante el uso de instrumentos móviles, tales como los

ordenadores portátiles y las tabletas informáticas, los lectores MP3, los teléfonos inteligentes (smartphones) y los teléfonos móviles. A medida que estos dispositivos ganan protagonismo en todo el mundo, va surgiendo un gran interés en torno al aprendizaje móvil como un esfuerzo para lograr metas educativas más amplias. La UNESCO en *Directrices para las políticas de aprendizaje móvil* (2013), “ha decidido utilizar una definición amplia de los dispositivos móviles, en la que simplemente se reconoce que son digitales, portátiles, controlados por lo general por una persona (y no por una institución), que es además su dueña, tienen acceso a Internet y capacidad multimedia, y pueden facilitar un gran número de tareas, especialmente las relacionadas con la comunicación” (p.6).

Hoy día, las tecnologías móviles son habituales incluso en regiones donde los colegios, los libros y las computadoras escasean. Según las *Directrices para las políticas de aprendizaje móvil* promovidas por la UNESCO (2013), “un número creciente de proyectos ha demostrado que las tecnologías móviles constituyen un medio excelente de ampliar las oportunidades educativas de educandos que quizá no tengan acceso a una escolarización de calidad” (p.10)

Estudiantes y profesores utilizan ya tecnologías móviles en diversos contextos para una extensa gama de finalidades docentes y de aprendizaje, y actores clave del ámbito educativo, desde los ministerios nacionales de educación hasta los distritos escolares locales, ensayan políticas de apoyo para impulsar el aprendizaje móvil e innovador en entornos educativos formales e informales.

El aprendizaje móvil se ha desarrollado en gran medida fuera de los contextos de la educación formal, y la inmensa mayoría de los proyectos de aprendizaje móvil está concebida para la enseñanza informal aquella que acontece en el hogar o en ambientes comunitarios. El aprendizaje no solo se entiende exclusivamente limitado a entornos formales (por ejemplo, las escuelas), sino que abarca todos los aspectos de la enseñanza y del aprendizaje para todo tipo de educandos, niños, jóvenes y adultos. Aunque es probable que las escuelas físicas sigan siendo los nexos de la educación formal, los modelos de aprendizaje alternativos y complementarios y la enseñanza a distancia ganarán terreno a medida que las tecnologías móviles se perfeccionen y difundan.

Las innovaciones recientes de las tecnologías móviles se han centrado sobre todo en la creación de contenidos digitales multimediales (que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios como imágenes, sonidos, textos, animación, y video en la transmisión de una información) básicamente en forma de libros de texto digitales a los que se accede mediante lectores electrónicos, y el desarrollo de aplicaciones para móviles (apps) y plataformas de software para acceder a recursos educativos a través de dispositivos móviles. (Unesco, El futuro del aprendizaje móvil, 2013, p.15). Shuler, Winters & West en El futuro del aprendizaje móvil afirman que:

“Los mercados de aplicaciones para móviles han deparado un mecanismo de distribución de contenidos totalmente nuevo y han atraído grandes inversiones hacia el desarrollo de programa para estos dispositivos. Las aplicaciones didácticas, que experimentan ya un crecimiento notable en los países desarrollados, suministran nuevos instrumentos para actividades educativas como la anotación, el cálculo, la composición y la creación de contenidos. Un estudio reciente reveló que en 2011 se habían instalado 270 millones de aplicaciones relacionadas con la educación, más de 10 veces más que en 2009 (McKinsey & Company y GSMA, 2012). Un pequeño número de aplicaciones didácticas se dirigen a objetivos curriculares y se conciben para el uso en clase o para hacer ejercicios en casa, pero la mayoría se orienta principalmente al aprendizaje informal (GSMA, 2011)”. (p.16)

A finales de 2012 se calculaba que el número de dispositivos móviles superaba la cifra de población mundial. Aunque muchas partes del mundo son pobres en términos de libros, estos mismos lugares son cada vez más ricos en términos de teléfonos móviles. Hoy en día, las Naciones Unidas estiman que 6 billones de personas tienen acceso a teléfonos móviles activos y más del 90 por ciento de la población está cubierta por una red móvil, lo que hace de estos dispositivos la modalidad de TIC más utilizada en la tierra. Según indicadores de la UIT 2014 en el mundo por cada 100 habitantes 45.4 tienen acceso a un computador y en Colombia la cifra es similar 44,5 por cada 100 habitantes.

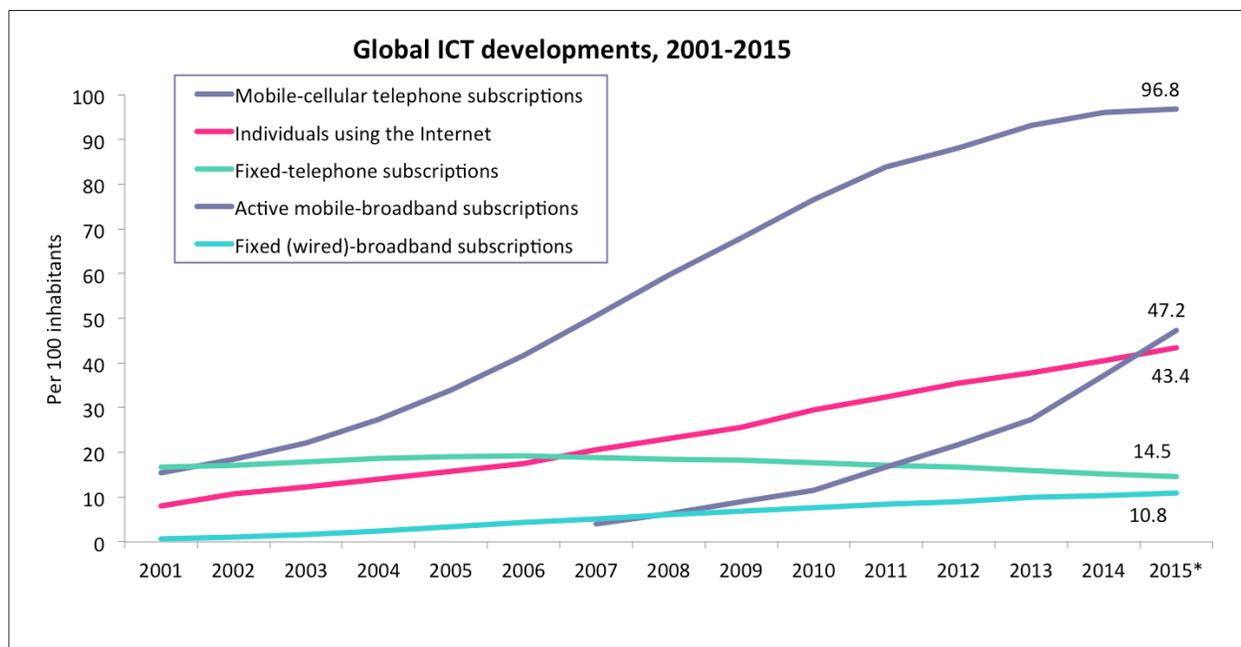
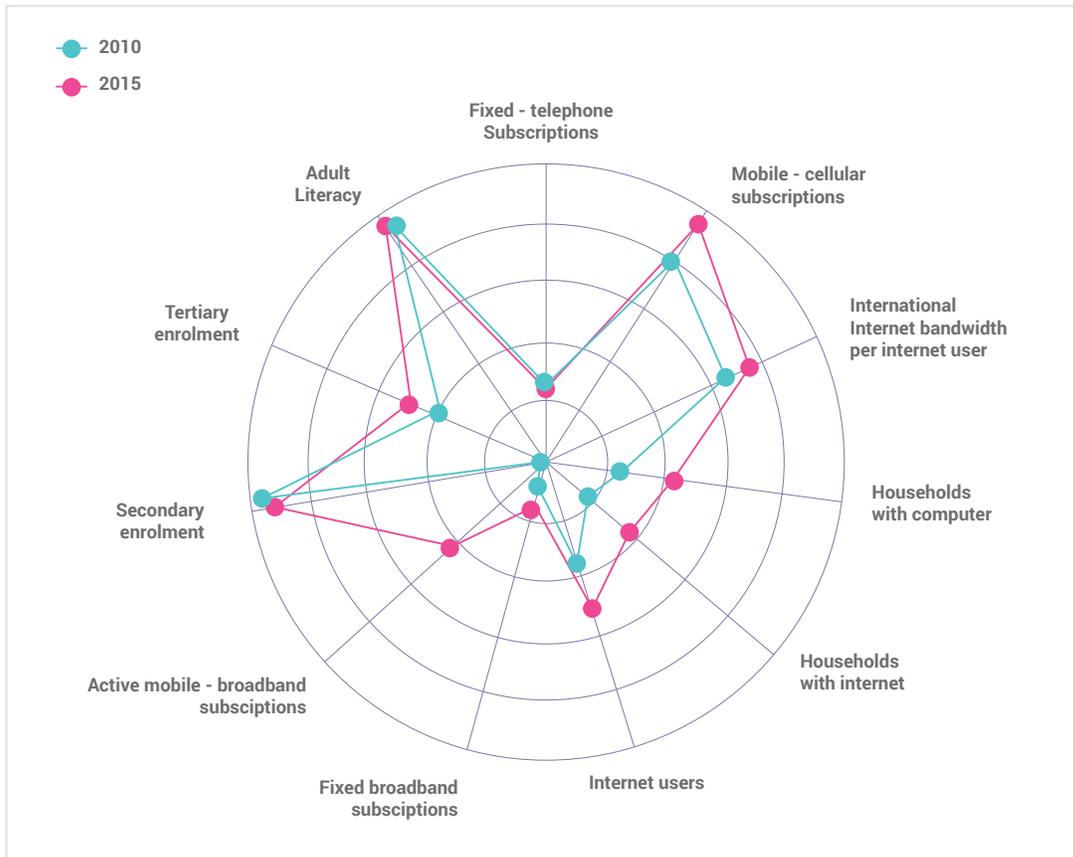


Figura 5. Global ICT developments, 2001-2015

Según las Directrices para las políticas de aprendizaje móvil impartidas por la Unesco (2013), “En los países desarrollados, 4 de cada 5 personas poseen y utilizan un teléfono móvil y, aunque la tasa es significativamente más baja en los países en desarrollo (2 de cada 5), es en estos países donde se registra el crecimiento más rápido en cuanto a índice de penetración en el mercado. Se calcula que, para 2017, aproximadamente la mitad de la población de los países en desarrollo tendrá al menos una suscripción activa a un teléfono móvil (GSMA, 2012). Las tecnologías móviles más nuevas, como las tabletas, están cambiando también el panorama de las TIC. Según las previsiones de los expertos del sector, en una fecha tan cercana como 2016 se venderán probablemente tantas tabletas de pantalla táctil como PC o incluso más (NPD, 2012)” (p.7) .

Estos números representan una oportunidad para facilitar la alfabetización a través de dispositivos móviles. El aprendizaje móvil se está convirtiendo en una de las soluciones a los problemas que confronta el sector educativo. El precio de la conectividad de datos necesaria para leer un libro de acceso abierto en un teléfono móvil puede ser tan bajo como 2 o 3 centavos, mientras que el costo del equivalente impreso es de 10 USD. Así, el libro físico es 300 a 500 veces más caro que la versión digital. Los libros digitales, apps y softwares son también más fáciles de distribuir, más fácil de actualizar y, a la vez, más convenientes.



*Figura 6* Índice de desarrollo ITC 2015 Colombia.  
[www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2015/#idi2015countrycard-tab&COL](http://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2015/#idi2015countrycard-tab&COL)

#### 5.4. Emprendimiento e Industrias culturales.

Existen diversas definiciones para aquella economía cuyos productos tienen en común una forma de trabajo creativo como insumo clave, comunican un contenido simbólico y representan una forma de propiedad intelectual. Este tipo de economía es llamada de muchas formas, entre ellas industria cultural, industria creativa, industria del ocio, industria del entretenimiento, industria de contenidos, industria protegida por el derecho de autor, economía cultural y economía creativa etc, contando cada una de ellas con su propia definición.

Según (UNESCO, 2010) (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura): todas las definiciones coinciden en considerar que las industrias culturales representan sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor. También son denominadas en algunos países “industrias creativas” (creative industries) y conocidas en ámbitos económicos como “industrias de futuro” (sunrise industries) o, en medios tecnológicos, como “industrias de contenido” (content industries). Las industrias culturales incluyen la edición impresa y multimedia, la producción cinematográfica y audiovisual, la industria fonográfica, la artesanía y el diseño. Ciertos países extienden este concepto a la arquitectura, las artes plásticas, las artes del espectáculo, los deportes, la manufactura de instrumentos musicales, la publicidad y el turismo cultural”.

También podemos encontrar diversas definiciones para este tipo de economía desde sus diversos organismos de control es así como :

La (ONU, 2010) (Organización de las Naciones Unidas) en la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD): las industrias creativas están en el centro de la economía creativa, y se definen como ciclos de producción de bienes y servicios que usan la creatividad y el capital intelectual como principal insumo. Se clasifican por su papel como patrimonio, arte, medios y creaciones funcionales.

La (OMPI, 2013) Organización Mundial de la Propiedad Intelectual: las industrias protegidas por el derecho de autor (IPDAs) son aquellas que se dedican, son interdependientes, o que se relacionan directa e indirectamente con la creación, producción, representación, exhibición, comunicación, distribución o venta de material protegido por el derecho de autor.

La (CEPAL, 2011) Comisión Económica para América Latina y el Caribe: las industrias de contenidos son: editorial, cine, televisión, radio, discográfica, contenidos para celulares,

producción audiovisual independiente, contenidos para web, juegos electrónicos, y contenidos producidos para la convergencia digital (cross media).

Según el (Ministerio de Cultura, 2003): la cultura, como conjunto de actividades que de ahora en adelante consideramos como sector cultural, se manifiesta también en libros, discos, tablados, cintas y pantallas. En estas actividades se utilizan recursos para su realización que en la mayoría de los casos son valorados y transados en un sistema económico.

Aunque existan diversas definiciones, todas conservan rasgos comunes: 1. Creatividad, artes y cultura como materia prima, 2. Relación con los derechos de propiedad intelectual, en particular con el derecho de autor y 3. Función directa en una cadena de valor creativa. Ésta economía contempla: el Sector Cultural y el Sector Creativo. El Sector Cultural en el que están inmersas artes escénicas, artes visuales, patrimonio histórico e industrias culturales y el Sector Creativo del cual hacen parte las industrias creativas y la creatividad.

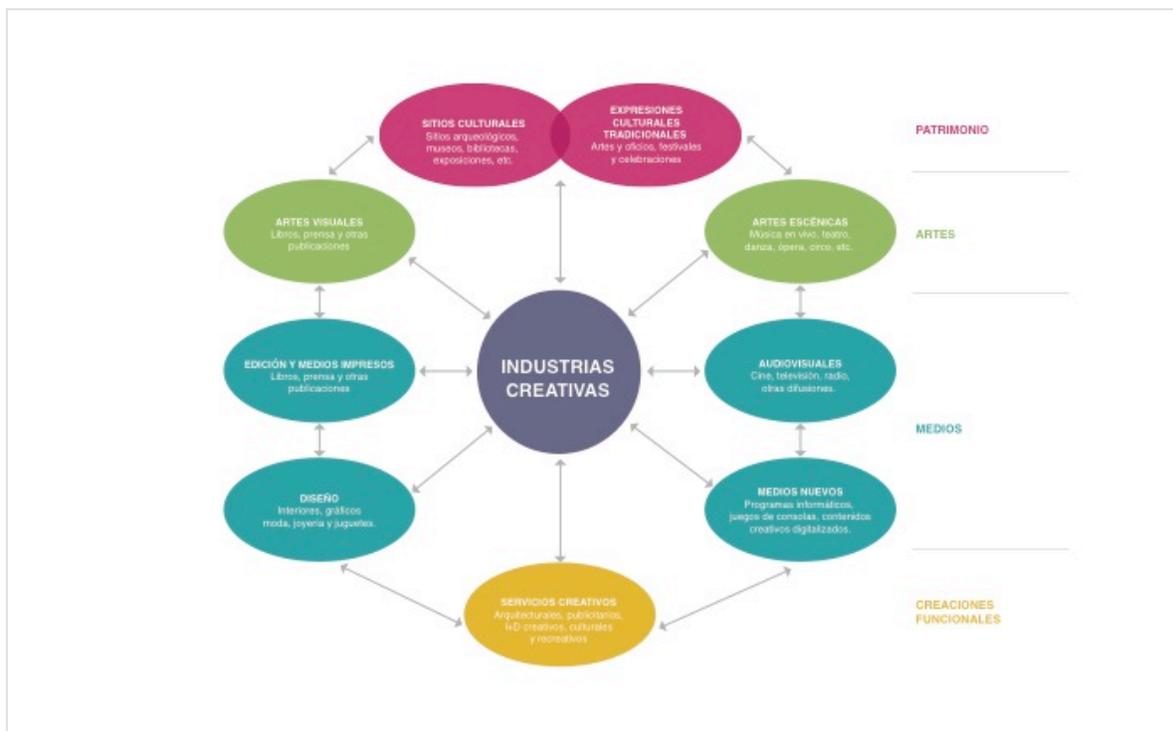


Figura 7. Clasificación de Industrias creativas de la UNCTAD

Hasta poco era difícil imaginar una relación entre economía y cultura, “los usos de ambas palabras no coincidían en los lenguajes cotidianos”, no se visualizaba el potencial que las producciones creativas y culturales tenían para el desarrollo económico y humano de una nación. Las industrias culturales son una enorme palanca de desarrollo económico y a la vez un poderoso factor de cohesión social y de consolidación de identidad para nuestros pueblos.

Las industrias creativas tienen una doble naturaleza: por una parte sus productos (bienes o servicios) transmiten ideas, valores, modos de vida y contenidos simbólicos que reflejan el perfil espiritual de una comunidad, preservando así el sentido de pertenencia a su identidad; por otra, obedecen a las reglas económicas de la producción y el comercio y pueden llegar a ser poderosos motores de desarrollo económico y social. (Política para el emprendimiento y las industrias culturales en Colombia, 2006, p.559)

Según la intervención de la ministra de Cultura de Colombia Paula Marcela Moreno, en el *Seminario Internacional El sector cultural hoy: oportunidades, desafíos y respuestas* (2009):

A pesar de que siempre ha existido una tensión natural en la discusión sobre cultura y desarrollo económico, debido a un límite muy sutil entre las lógicas de mercado y las expresiones ancestrales, que cuando se franquean indebidamente producen incomprendiones y conflictos, es importante entender que solo algo tan poderoso como la cultura, que vehicula maneras de ser y de pensar, que refleja elementos de identidad cultural de una comunidad y que transmite sensibilidades y forma criterios religiosos, políticos y corrientes de pensamiento, debe hacer parte de las estrategias sociopolíticas y económicas de un Estado.

La cultura se une de una manera adecuada a la economía cuando reconocemos que la riqueza que ofrece nuestra diversidad cultural, sumada al enorme talento y la creatividad de nuestra población, se constituye en la materia prima de una industria cultural sólida, que tiene un enorme potencial de expansión. La economía creativa, como lo dice Eda Dos Santos Duisenberg, es todavía “un concepto en desarrollo, que une la economía con aspectos culturales y sociales, en interacción con la tecnología y

el turismo, genera ingresos, crea empleo, se puede exportar, promueve la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano”. (p.25)

La economía de la cultura se ha convertido en un sector estratégico para el desarrollo productivo de una nación, en los países desarrollados son parte importante en sus economías e impulsan el crecimiento económico. “Las cifras del sector cultural a escala mundial demuestran que este tipo de industrias tiene un crecimiento mucho mas acelerado que el de otros sectores manufactureros y de servicios” (Mincultura, 2003).

Según Moreno (2009), “hoy en día estas industrias se han convertido en una vertiente muy dinámica de las economías nacionales y locales gracias a su crecimiento y al impacto que generan en el PIB mundial. En 2003, según el Banco Mundial, las industrias culturales registraron una participación del 7% en el PIB del planeta, y se predice que crecerán, en promedio, un 10% anual. De acuerdo con datos de la Unesco el crecimiento de este sector en dólares fue del 300%, entre 1980 y 1998... En Estados Unidos las industrias culturales son el segundo sector exportador; en Inglaterra, representan el 6% del empleo. En Colombia según un estudio realizado por la Organización para la propiedad intelectual OMPI en 2005 esta industrias aportaron el 3,3% al PIB nacional, generaron mas de un millón de empleos directos, facturaron exportaciones por 2.000 millones de dólares e importaciones por 4.000 millones de dólares”. (p.25)

La Economía Naranja como también es llamada la Economía de la Cultura término acuñado por Buitrago & Duque (2013) en el año 2011 alcanzó los 4,3 billones de dólares, algo así como el 120% de la economía de Alemania o dos y media veces los gastos militares del mundo... El comercio de bienes y servicios creativos ha tenido una buena década: según la Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) entre 2002 y 2011 las exportaciones de bienes y servicios creativos crecieron 134% y en el 2011 alcanzaron los \$646 mil millones de dólares. Si la insertamos en la clasificación que hace el Centro Internacional de Comercio (ITC) sería la quinta mercancía mas transada del planeta.

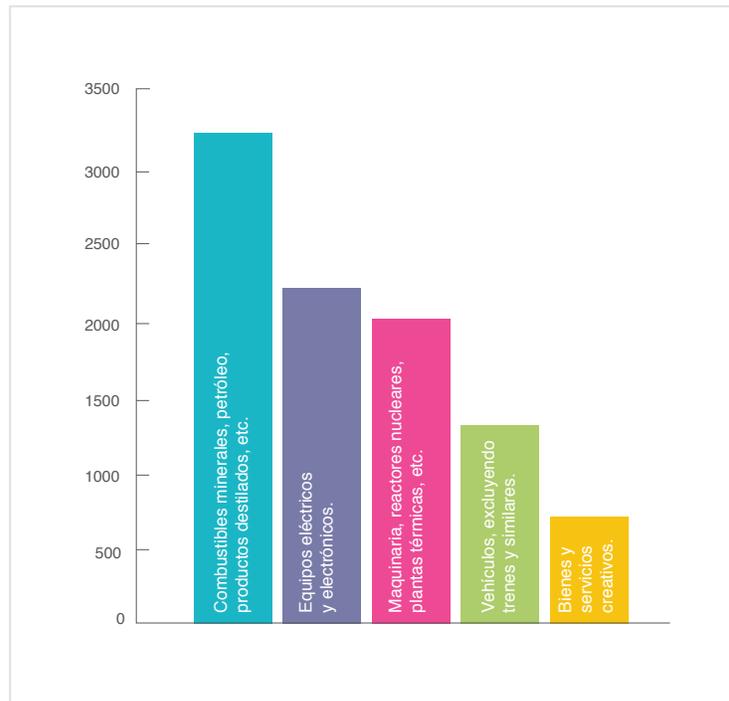


Figura 8. Clasificación de mercancías más transadas en el planeta

En un mundo cada vez más dominado por imágenes, sonidos, textos y símbolos, en el que la conectividad está cambiando los estilos de vida y las tendencias de consumo, se evidencia que la economía creativa está impulsando el empleo, el comercio y la innovación en varias partes del mundo.

“La inclusión de la informática en los procesos productivos y la aparición de la web como un nuevo espacio de comunicación a escala mundial, generaron una transformación importante en la manera de organizar todos los procesos económicos, y abrieron nuevas posibilidades de circulación y comercialización de los contenidos y productos culturales”. (Política para el emprendimiento y las industrias culturales en Colombia, 2006, p.556)

En la actualidad el auge de las nuevas tecnologías y las nuevas formas de comunicación han permitido un contacto más cercano con la diversidad cultural mundial y han reorientado la

producción hacia una economía de servicios y de innovación colocando como foco central a la economía de la cultura, tema presente en la agenda económica y de desarrollo internacional en esta última década.

Según expresa el BID (Banco Interamericano de Desarrollo):

La cultura es un grupo de recursos simbólicos para la creación de valores. Sin embargo, cuando dichos recursos simbólicos son comercializados, van a contribuir tanto al desarrollo económico, como a la creación de valores. Por lo tanto, las industrias culturales son importantes no solo por su contribución a la economía sino también como vehículo de identidad cultural.

De acuerdo con el Compendio de Políticas Culturales de Colombia (2010), “ya se está haciendo mucho de lo que hay que hacer en dotación tecnológica, conectividad, difusión de información y cualificación en el uso de estas nuevas tecnologías. Pero en términos culturales, eso no es insuficiente, pues los usos de éstas tecnologías no sólo son formas de circulación de datos, sino que están generando una enorme revolución cultural en todo el mundo. Incluso, las experiencias sugieren que los procesos de dotación de computadores, creación de contenidos digitales, dotación de bibliotecas a nivel tecnológico y conectividad, sin respeto ni estímulos a procesos culturales pueden fragmentar las identidades culturales de las sociedades o comunidades” (p.478). Es necesaria la creación de contenidos digitales con una mirada local, no se trata, de aceptar generosamente que la cultura pasa por los medios: estamos ante un mundo en el cual es claro que los medios de comunicación son determinantes en la creación de sentido y generadores de cultura.

Según el Compendio de Políticas Culturales de Colombia (2010), el 70% de la información que circula en Internet se produce en países desarrollados y el 70% de los contenidos de la red está en inglés. Lo que rezaga a Colombia en relación con los demás países del continente en cuanto al desarrollo de Internet es la dimensión contenido y este asunto constituye el reto principal que debe asumir la sociedad colombiana desde el punto de vista cultural (p.478).

En el marco de la política, la cultura digital no se trata entonces solo de garantizar conectividad, si no de fortalecer el capital simbólico de la sociedad y sus comunidades. Según la Política de cultura digital en Colombia (2006), si pretendemos descomponer la cultura digital tendríamos que decir que el último componente, el menos importante, es el de la tecnología, pues los componentes principales para moverse en este universo cultural tienen que ver con la postura, las comprensiones la claridad en las intenciones y muy especialmente la fortaleza cultural de la comunidad par usar la tecnología a favor de sus propósitos.

En nuestros días, la tendencia regional encuentra que fomentar y fortalecer las industrias culturales y creativas propias, basadas en la valoración y valorización de los activos culturales locales, caracterizados por la pluralidad en las manifestaciones, es una oportunidad para alcanzar el desarrollo sostenible de la población de cada país.

En este sentido, los diversos sectores de la economía de la cultura contribuyen al crecimiento y desarrollo de las regiones y países del mundo, no solo desde lo económico, social sino desde lo humano, a su vez fomenta cambios no solo desde lo colectivo sino desde lo individual, porque estas industrias favorecen el empoderamiento personal, frente a los eventos y hechos culturales que se evidencian en los contextos de desenvolvimiento propios. Estas transformaciones a nivel individual, se observa en el sentido de pertenencia y apropiación social de la cultura, demostrando con orgullo las costumbres y tradiciones.

Las industrias culturales apoyan y promueven el desarrollo local, generalmente estas industrias se localizan en sus regiones de origen fortaleciendo los procesos de cohesión social e identidad cultural, facilitando la expresión de comunidades y pueblos. Estas industrias al desarrollarse localmente promueven la generación de empleos directos o indirectos lo que repercute en una mejor calidad de vida de los habitantes y en el desarrollo humano de los mismos, también tienden a ser respetuosas con el medio ambiente, tienen facilidad de comercialización a nivel local y generan externalidades positivas al mejorar el entorno en que se encuentran, dándole prestigio al área. Estas industrias son portadores de significados y como productores de conocimiento, edifican la idea que las personas se hacen del mundo.

Según Barbero (2009) en el escenario de la educación pasan hoy algunas de las posibilidades de transformación social y cultural mas decisivas y mas de fondo para nuestros países, pues se hace posible la convergencia de las oralidades culturales con las nuevas visualidades y las escrituras cibernéticas. Se hacen necesarios unos medios que sean ante todo públicos, mediadores de las demandas sociales colectivas, de los derechos de las diversas comunidades culturales y de los nuevos lenguajes y narrativas. Hoy es indispensable que los medios se tornen cada día más cercanos y expresivos de la vida cotidiana de los ciudadanos. Se alienta a los encargados de formular políticas a que adopten las recomendaciones de la UNESCO, adaptándolas según sea necesario a las necesidades idiosincrásicas y las realidades de los contextos locales.

## 6. ASPECTOS METODOLÓGICOS

El enfoque metodológico de la investigación se ubica en el paradigma cualitativo, puesto que según Bautista (2011) “la investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica” (p. 16). Este enfoque metodológico es clave para conocer en profundidad las necesidades de los padres y futuros padres de familia, de esta manera encontrar su “dolor” y definir una propuesta de valor acertada. Así mismo en esta investigación se admite la combinación con técnicas e instrumentos cuantitativos como ayuda para la toma de decisiones estratégicas.

Por las razones expuestas que delimitan la perspectiva de la investigación al paradigma cualitativo, se establece como tipo de investigación, la investigación aplicada ya que esta busca la utilización o aplicación de los conocimientos que se adquieren; en este caso aplicar los conocimientos adquiridos para el desarrollo de un emprendimiento. Esta investigación sigue una espiral introspectiva (observación interna de los pensamientos, sentimientos o actos): una espiral de ciclos de planificación, acción, observación y reflexión. La investigación aplicada está destinada a encontrar soluciones a problemas que tenga un grupo, una comunidad o una organización y los propios afectados participan de la misma; en este caso padres de familia de niños de 0 -1 año de edad y madres gestantes.

El alcance de la propuesta es descriptiva para tener mayor conocimiento de las características de los padres de familia de niños de 0 – 1 año de edad y madres gestantes así como sus actitudes y puntos de vista sobre el desarrollo en la primera infancia. Con este tipo de investigación se llegan a conocer diversas situaciones, costumbres y actitudes predominantes en el grupo objetivo, en este sentido, se buscó determinar las necesidades de un grupo de la población de padres, madres de niños de 0 – 24 meses de edad y madres gestantes en la ciudad de Barranquilla para obtener información importante que potenciara el producto.

Se hizo uso del método inductivo ya que éste tiene como objetivo según Méndez (2004), llegar a conclusiones que estén “en relación con sus premisas como el todo lo está con las partes. A

partir de verdades particulares, concluimos verdades generales”... La inducción, a pesar de tener como referencia premisas verdaderas, podrá llegar a conclusiones cuyo contenido es mas amplio que el de las premisas desde las cuales inicia el análisis de su problema de investigación”.

Por las razones expuestas que delimitan la perspectiva de la investigación al paradigma cualitativo, de tipo aplicado y su alcance descriptivo, a continuación se hace puntual al método Lean Startup para el estudio.

### **6.1. El Método Lean Startup**

Una *Startup* es una organización temporal, diseñada para crear nuevos productos y servicios en condiciones de incertidumbre extrema. El proceso de diseño del *Programa de estimulación* se desarrollará con la metodología Lean Startup. La metodología Lean Startup es empleada hoy en universidades como Stanford, Columbia, Georgia Tech, Michigan, entre otras, como base para el desarrollo de nuevos emprendimientos basados en tecnología y conocimiento (Startups). Estas metodologías han tenido un sustancial impacto en el ámbito internacional e implican un rompimiento con otros métodos utilizados tradicionalmente en la enseñanza del emprendimiento.

La metodología Lean Startup fue desarrollada, según algunos especialistas, por Steve Blank, profesor y consultor asociado a las universidades de Stanford, CalTech y Columbia quien publicó su libro “*The Four steps the epiphany*” donde define la metodología *Customer Development* (Desarrollo de clientes). Para otros especialistas, Lean Startup es un enfoque empresarial creado por Eric Ries, que pretendía cambiar la forma en que las empresas se construyen y lanzan nuevos productos. El término Lean fue acuñado por Daniel Jones y James Womack a finales de los años 80”, *lean* significa ágil.

Lean Startup es una metodología que se basa en el aprendizaje validado, la experiencia científica e iterativa de desarrollo de productos en cortos ciclos, medir el progreso y obtener retroalimentación de los clientes valiosos. Según Blank, S; Dorf, B. (2010) en El manual del emprendedor. En la guía paso a paso para crear una empresa, toman como base que “No hay hechos en el interior de una oficina, por tanto, hay que salir a la calle y salir a la calle significa

adquirir un conocimiento profundo de las necesidades del cliente y combinar ese conocimiento con un desarrollo de productos incremental e iterativo” (p.38).

Según Blank, S; Dorf, B. (2010) las startups operan en modo «búsqueda», intentando encontrar un modelo de negocio repetitivo y rentable. La búsqueda de un modelo de negocio requiere reglas, hojas de ruta, habilidades y herramientas radicalmente diferentes con el fin de minimizar los riesgos y optimizar las posibilidades de éxito (p.14) ... y definen una *Startup* como una organización capaz de transformar las hipótesis o suposiciones que habitan en la mente de sus creadores, en realidades, en hechos constatados y verificados mediante un continuo proceso de búsqueda, diálogo e iteración con los que pensamos que son nuestros clientes”. (p. 6). Según Osterwalder, A; Pigneur, Y. (2011) en el libro *Generación de modelos de negocio*:

“Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor. Creemos que la mejor manera de describir un modelo de negocio es dividirlo en nueve módulos básicos que reflejen la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos. Estos nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica. El modelo de negocio es una especie de anteproyecto de una estrategia que se aplicará en las estructuras, procesos y sistemas de una empresa”. (p.15)

Vesga (2011) en la Guía para los mentores del Programa Lean LaunchPad Colombia, versión 1.0, comenta que “La lógica básica del proceso se concentra en la formulación de hipótesis, el diseño de pruebas y la ejecución rápida de éstas, con el fin de obtener información que permita entender si es necesario descartar las hipótesis originales, o si estas deben ser exploradas en mayor profundidad. En esta metodología, el equipo formula alternativas y procede a verificar su validez tan rápidamente como puede. El equipo entiende que no hay mérito en elaborar ideas con gran precisión y detalle si ellas no conducen a generar valor, bien sea porque no aportan soluciones a problemas concretos, o porque resuelven problemas que no son percibidos como importantes por los usuarios. La única forma de saber si el equipo emprendedor está en el camino correcto es averiguar con los propios usuarios potenciales a través de entrevistas, ejercicios de prototipado rápido y versiones de ensayo de un Producto Mínimo Viable (PMV); en suma, a

través de contactos frecuentes y pruebas realistas con los usuarios, que despierten reacciones fuertes y genuinas que permitan entender dónde puede haber una demanda real”. (p.8).



*Figura 9. Ciclo de generación de insights para el descubrimiento de clientes.*

*Esta gráfica responde al tipo de investigación del proyecto y muestra la introspección que se realiza en la investigación para la generación de insights (obtención de conocimientos) en cada una de las fases.*

Según Blank, S; Dorf, B. (2010), el *Proceso de Desarrollo de Clientes* se realiza en dos fases y 4 pasos, ellos son:

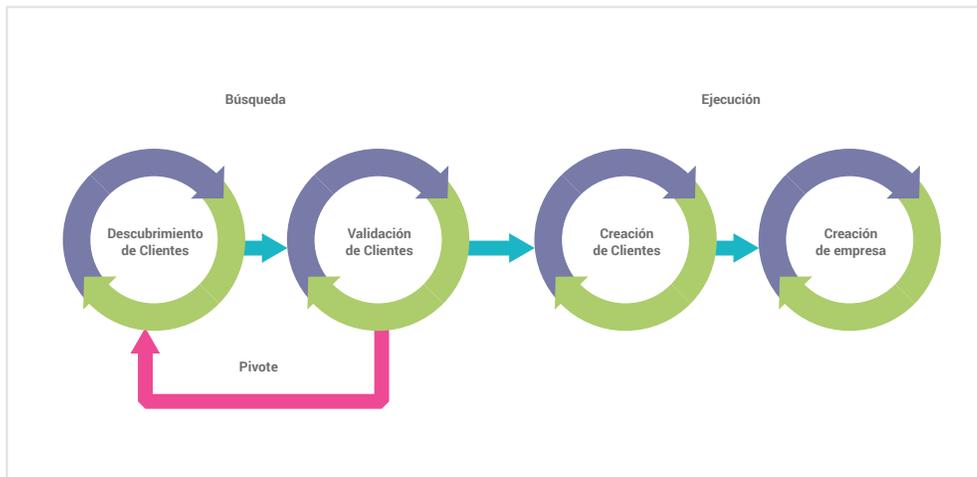
#### **Fase 1: Descubrimiento del negocio**

- Paso 1: Descubrimiento de clientes
- Paso 2: Validación de clientes

#### **Fase 2: Desarrollo del negocio**

- Paso 3: Creación de clientes
- Paso 4: Creación de empresa

A continuación se definen cada uno de los pasos del *Proceso de Desarrollo de Clientes* descritos según Blank, S; Dorf, B. (2010):



*Figura 10.* Proceso de desarrollo de clientes.

Este proceso explica las fases que se realizaron para el desarrollo del proyecto. En cada una se muestra la investigación introspectiva que se realizó, junto con el ciclo de generación de insights, para el descubrimiento del “dolor” de los clientes, y así determinar la propuesta de valor. Se realizó la planificación, acción, observación y reflexión en las fase de descubrimiento de clientes y validación de clientes, fases que se desarrollaron en el proyecto.

### **Fase 1: Descubrimiento del negocio**

**Paso 1:** El descubrimiento de clientes. El descubrimiento de clientes traduce la visión del creador de la empresa en hipótesis acerca de cada componente del modelo de negocio y crea una serie de experimentos para probar cada hipótesis. Para ello, los emprendedores deben dejar de crear supuestos y salir a la calle para poner a prueba la reacción del cliente a cada hipótesis, ampliar los puntos de vista gracias a sus comentarios y adaptar el modelo de negocio. De todas las lecciones del desarrollo de clientes, salir a la calle y establecer conversaciones con éstos es la más crítica. Sólo al alejarse de las comodidades de la sala de reuniones, relacionarse y escuchar a sus clientes se pueden conocer en profundidad sus problemas, las características del producto que creen que va a resolver esos problemas y el proceso que siguen en sus

empresas para seleccionar, aprobar y comprar productos. Se necesitará esta información para crear un producto de éxito.

El descubrimiento de clientes incluye dos fases fuera de la oficina, en la calle. La primera trata de comprobar la percepción que tiene el cliente del problema y su necesidad de resolverlo. ¿Es lo suficientemente importante para que el producto adecuado atraiga a un número significativo de clientes a comprarlo o contratarlo? La segunda fase muestra el producto por primera vez a los clientes, confirmando que el producto (generalmente, un producto viable mínimo en este momento) resuelve con elegancia el problema o satisface la necesidad lo suficientemente bien como para convencer a muchos clientes a comprarlo. Cuando éstos confirman con entusiasmo la importancia tanto del problema como de la solución, el descubrimiento de clientes termina. Se pueden producir pivotes en la fase de descubrimiento de clientes. Al finalizar este paso se realiza un MVP (Producto mínimo viable).

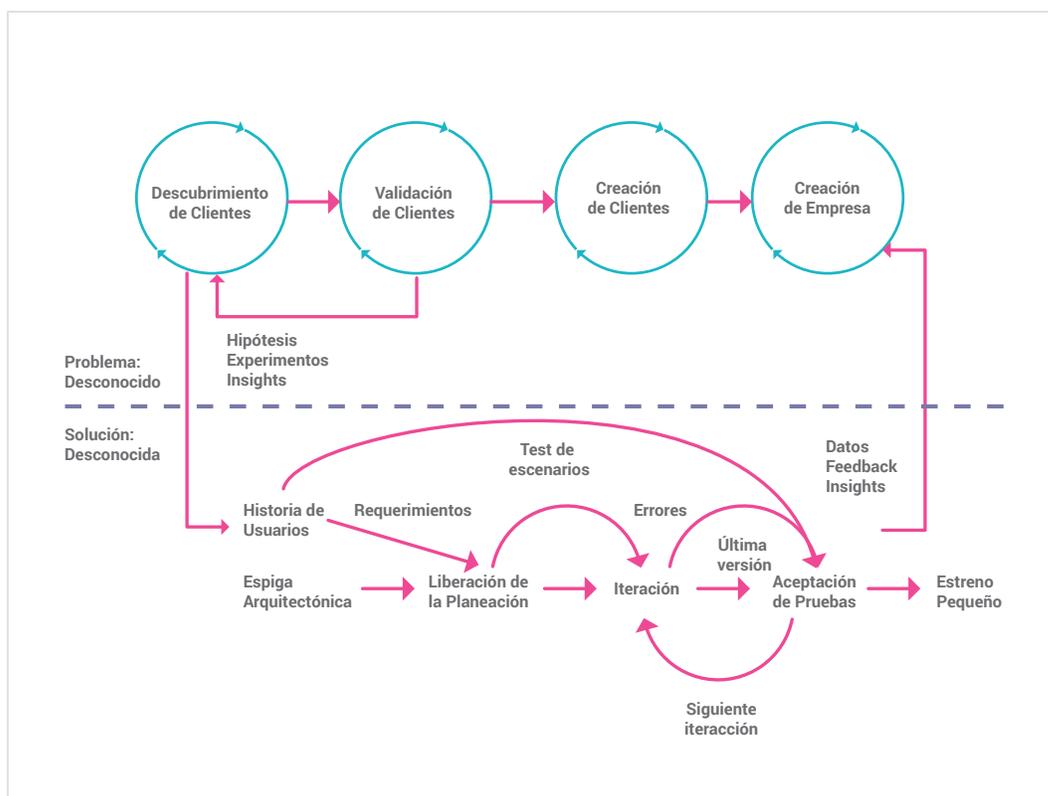
**Paso 2:** La validación de clientes. La validación de clientes trata de demostrar que el negocio que se identificó y confirmó en el descubrimiento de clientes puede convertirse en un modelo de negocio repetitivo y escalable que puede generar el volumen de clientes necesario para crear una empresa rentable. Durante la validación, la empresa pone a prueba su capacidad para crecer (es decir, prueba actividades relacionadas con el producto, la adquisición de clientes, los precios y el canal) utilizando un mayor número de clientes y una nueva fase de pruebas, de mayores dimensiones y más rigurosas y orientadas a la valoración cuantitativa.

## **Fase 2: Desarrollo del negocio**

**Paso 3:** La creación de clientes. La creación de la empresa se basa en el éxito de ventas inicial de la compañía. Ahora la compañía debe pisar el acelerador, gastando mucho dinero para crecer generando demanda entre los usuarios finales y conduciendo esa demanda al canal de ventas. Este paso sigue a la validación de clientes, y el gasto en marketing aumenta enormemente cuando la startup ha

aprendido cómo adquirir clientes, pero a la vez se equilibra el ciclo de tesorería para proteger el activo máspreciado, el efectivo.

**Paso 4:** La creación de la empresa. El «día de la graduación» llega cuando la Startup encuentra un modelo de negocio repetitivo y escalable. En este momento ya no es la conocida organización temporal orientada a buscar como una Startup, ¡es una empresa! En una transición que a veces es agrídulce, dejar el modo Startup para pasar a ser una empresa requiere redirigir la energía del equipo del modo «buscar» al modo «ejecutar». Para ello hay que cambiar el equipo de desarrollo de clientes — acostumbrado a un aprendizaje informal y a descubrir por departamentos formales y estructurados como comercial, marketing y desarrollo de negocios, entre otros— por sus vicepresidentes. Estos ejecutivos se centran ahora en la construcción de sus departamentos para hacer crecer la empresa.



*Figura 11.* Ciclo Desarrollo del producto con Lean Startup

En esta gráfica se explica detalladamente los ciclos de planificación, acción, observación y reflexión para la construcción del emprendimiento, de acuerdo a la metodología planteada.

El modelo Lean Startup utiliza 4 herramientas principales que son:

- 2 para el diseño que son: el *Business Model Canvas* y el *Value Proposition Canvas* (de Alex Osterwalder)
- 2 para el testing que son: el *Customer Development* y el *Lean Startup* (de Steve Blank y Eric Ries)

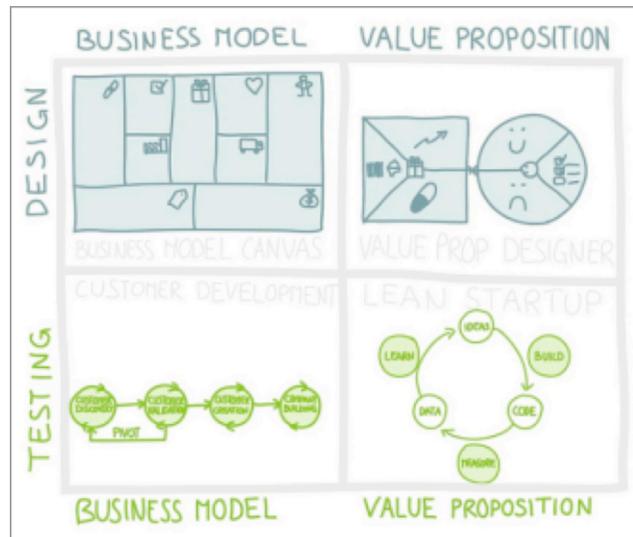


Figura 12. Herramientas modelo Lean Startup

Estas son las herramientas que se utilizaron para diseño del emprendimiento y para su respectiva validación.

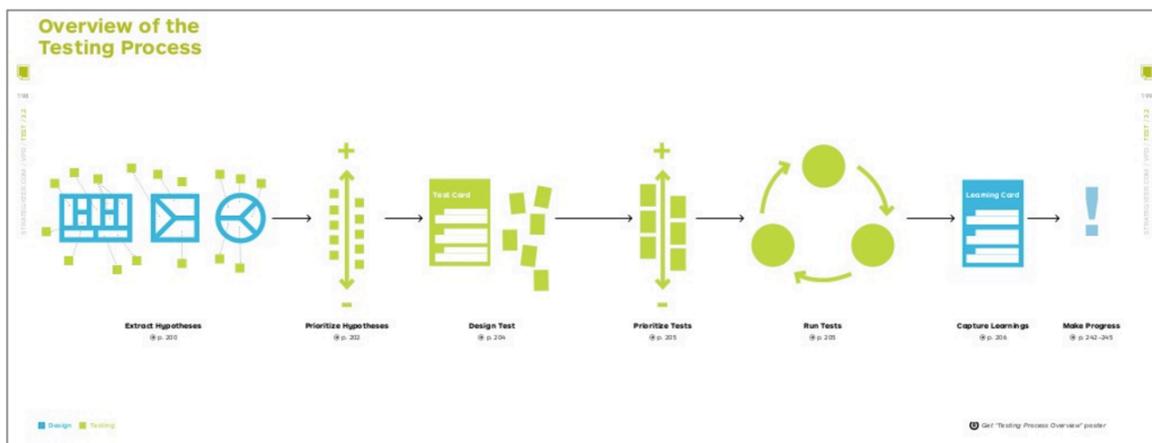


Figura 13. Proceso de validación

En esta gráfica se muestra el proceso detallado de cómo se realiza la validación de cada una de las herramientas que utiliza la método: Canvas, Perfil del Cliente, mapa de valor y las pruebas para validar la solución.

Este proyecto contendrá la Fase 1 del *Proceso de Desarrollo de clientes*, se realizará la fase del *Descubrimiento del negocio*, que incluye el *Paso 1* y *Paso 2*. Se realizará la construcción del modelo de negocio y el desarrollo de clientes a partir de las ideas iniciales de los emprendedores, un desarrollo detallado del producto y del modelo de negocio. Se realizará esta fase ya que la Fase 2 se basa en el éxito de ventas de la compañía, la aceleración y el despegue de la empresa en el mercado. Según Vesga (2011) en la Guía para los mentores del Programa Lean LaunchPad Colombia, versión 1.0:

El programa Apps.co, del Ministerio de Tecnologías de Información y las Telecomunicaciones de Colombia, ha desarrollado una iniciativa para dar soporte a los emprendedores colombianos en el desarrollo de nuevos negocios basados en tecnologías de información. La iniciativa incluye tres fases: Ideación (construcción de un modelo de negocio y desarrollo de clientes a partir de las ideas iniciales de los emprendedores) ; Consolidación (desarrollo detallado del producto y el modelo de negocio); y Aceleración (despegue de la empresa en el mercado).

## 6.2. Metodología de investigación propuesta

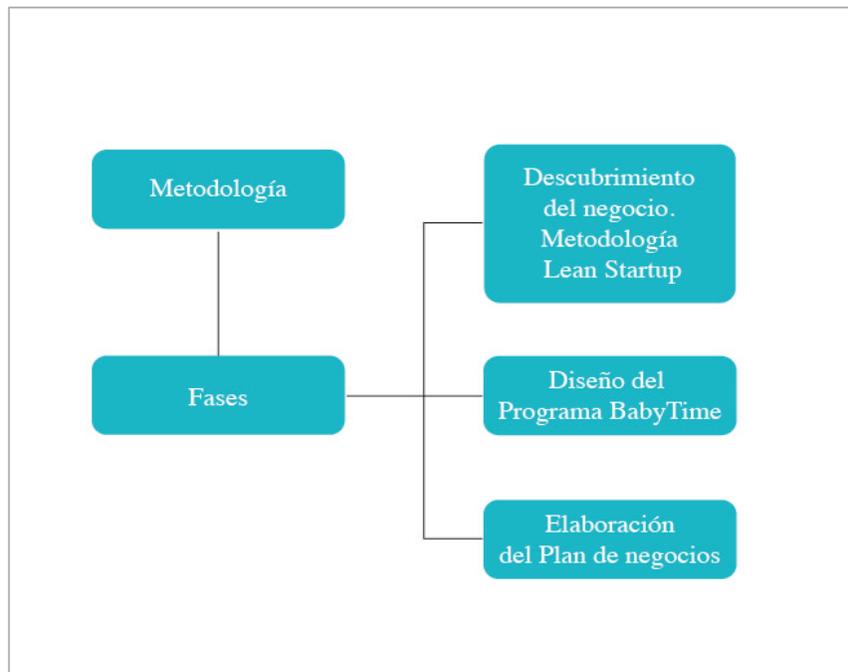


Figura 14. Metodología de investigación propuesta

### 6.3. Técnicas e Instrumentos de recolección de la información

En toda investigación la recolección de información es muy importante y para esto el investigador hace uso de diferentes técnicas e instrumentos, que mas adelante serán objeto de un análisis crítico con el fin de elaborar un constructo final. A continuación se describen las fases, los pasos, las actividades y los instrumentos para el desarrollo del proyecto:

Tabla 3

*Fases, Pasos, Actividades e instrumentos*

Fases	Pasos	Actividades	Instrumentos
<b>FASE 1</b> Descubrimiento del negocio	Paso 1: El descubrimiento de clientes.	Formulación de hipótesis	Business Model Canvas Value Proposition Canvas Mapa de empatía
	Prototipado # 1. MVP de baja fidelidad		
	Paso 2: La validación de clientes	Validación de hipótesis	Guía de entrevista (1) Cuestionario (1)
	Prototipado # 2. MVP de alta fidelidad		

*Fuente:* Creación del autor

#### 6.3.1. Business Model Canvas

El descubrimiento de clientes inicia con el diseño del *Business Model Canvas* y *Value propositions canvas*. El canvas es una herramienta creada por Alex Osterwalder. En el *Business Model Canvas* se escriben todas las hipótesis que se van a validar a través de la herramienta *LeanStartup*. El objetivo de la herramienta *LeanStartup* es ejecutar este ciclo muchas veces para aprender lo mas rápido posible y validar o descartar una hipótesis. El aprendizaje es validado

cuando se demuestra con base en datos reales que se ha descubierto información valiosa sobre las posibilidades presentes y futuras del negocio, si no se valida el aprendizaje se hace un *pivot*, cambiar lo que se tenga que cambiar. El canvas está compuesto por 9 módulos, ellos son:

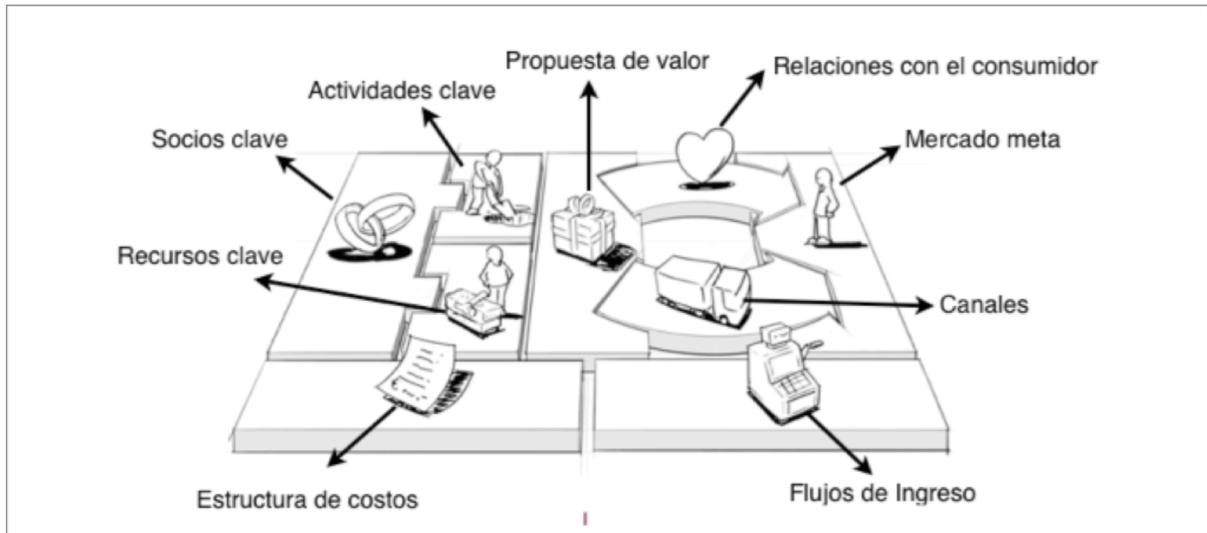


Figura 15. Partes del Business Model Canvas

### Módulos Business Model Canvas

1. Propuesta de valor
2. Segmentos de clientes
3. Relaciones con el cliente
4. Canales
5. Actividades Clave
6. Recursos Clave
7. Socios clave
8. Estructura de costos
9. Flujo de ingresos

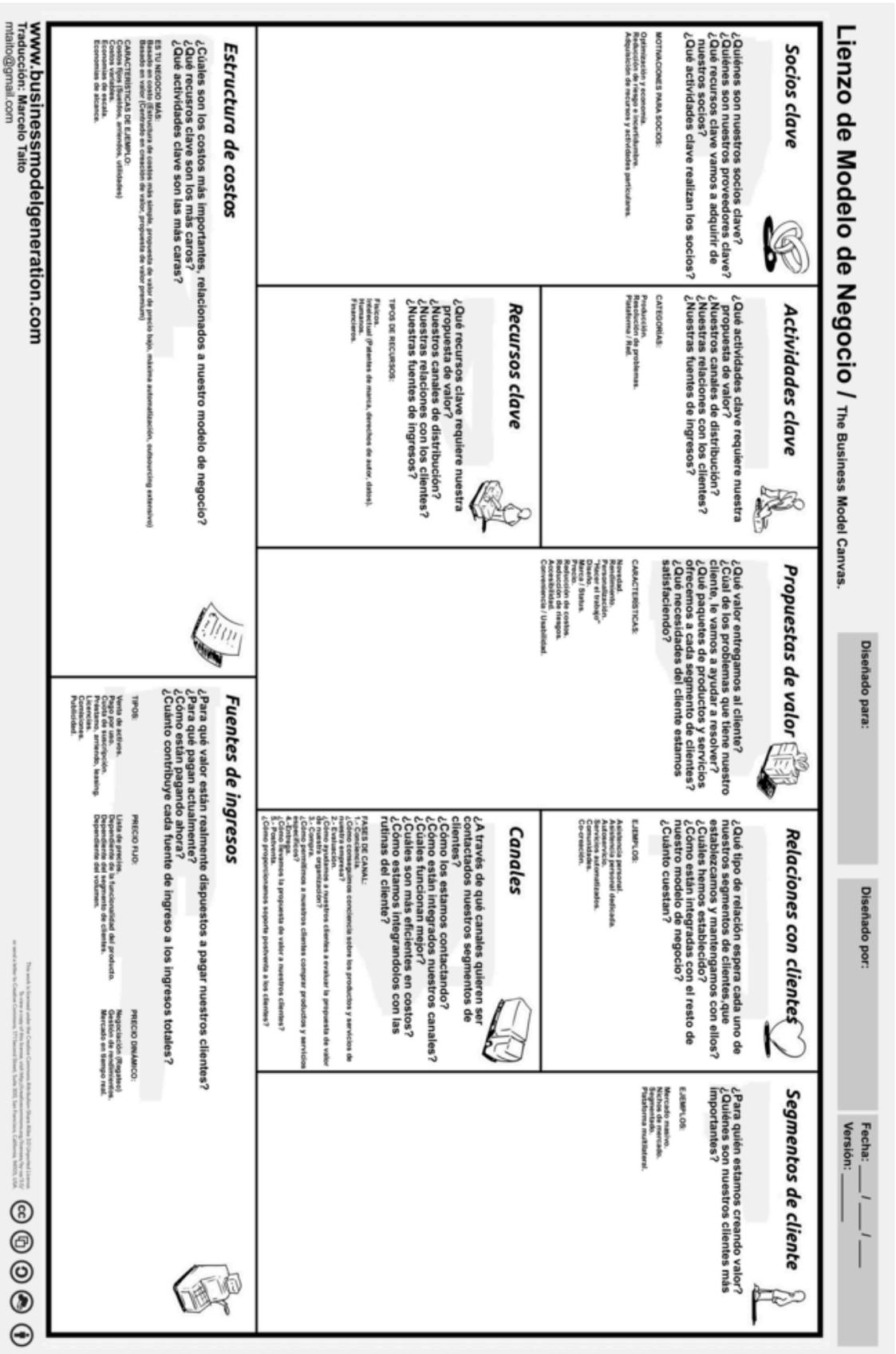


Figura 16. Business Model Canvas

### 6.3.2. Value propositions canvas

Este canvas es un zoom en la propuesta de valor y su relación con los clientes y sus necesidades.

### 6.3.3. Perfil del Cliente (Customer profile)

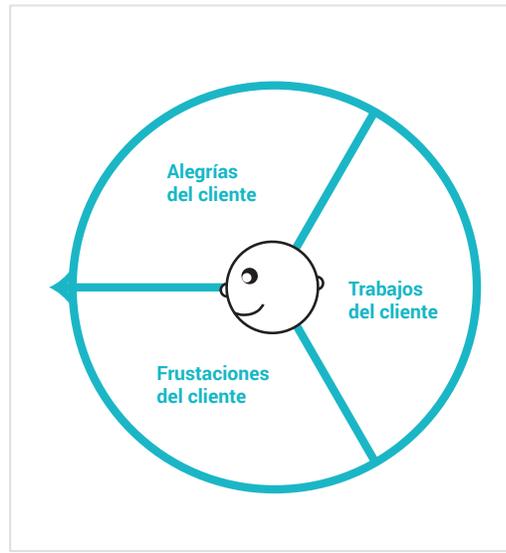


Figura 17. Perfil del cliente (Customer profile)

### 6.3.4. Mapa de valor (Value Map)

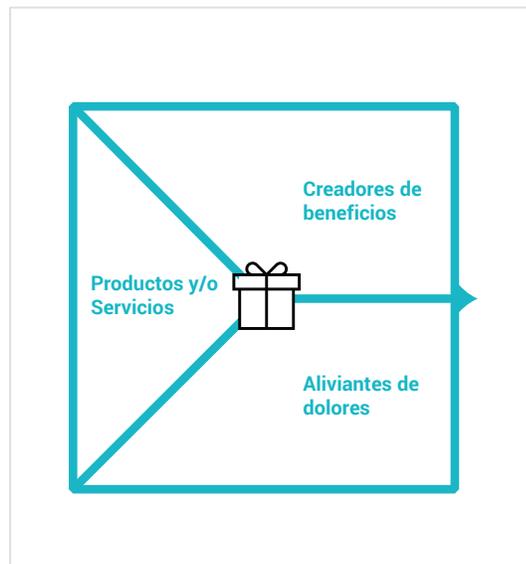


Figura 18. Mapa de valor (Value map)

### 6.3.5. Mapa de empatía

Según Osterwalder y Pigneur (2011), “El mapa de empatía, una herramienta desarrollada por la empresa de pensamiento visual XPLANE. Esta herramienta, se puede llamar «perfilador de clientes extremadamente sencillo», sirve para ampliar la información demográfica con un conocimiento profundo del entorno, el comportamiento, las inquietudes y las aspiraciones de los clientes. De esta manera, se concebirá un modelo de negocio más fuerte, pues el perfil de un cliente orientará en el diseño de propuestas de valor, canales de contacto y relaciones con los clientes más adecuados. Además, en última instancia, permite entender mejor por qué está dispuesto a pagar un cliente.

- **1. ¿Qué ve?**

describe qué ve el cliente en su entorno: ¿Qué aspecto tiene?, ¿Qué lo rodea? ¿Quiénes son sus amigos?, ¿A qué tipos de ofertas está expuesto diariamente (en contraposición a todas las ofertas del mercado)?, ¿A qué problemas se enfrenta?

- **¿Qué oye?**

describe cómo afecta el entorno al cliente: ¿Qué dicen sus amigos?, ¿Su cónyuge?, ¿Quién es la persona que más le influye? ¿Cómo le influye?, ¿Qué canales multimedia le influyen?

- **¿Qué piensa y siente en realidad?**

Intenta averiguar qué pasa en la mente del cliente ¿Qué es lo más importante para el cliente (aunque no lo diga explícitamente)? Imagina sus emociones. ¿Qué lo conmueve? ¿Qué le quita el sueño? Intenta describir sus sueños y aspiraciones.

- **¿Qué dice y hace?**

Imagina qué diría o cómo se comportaría el cliente en público ¿Cuál es su actitud? ¿Qué podría estar contando a los demás? Presta especial atención a las posibles incongruencias entre lo que dice un cliente y lo que piensa o siente en realidad.

- **¿Qué esfuerzos hace el cliente?**

¿Cuáles son sus mayores frustraciones? ¿Qué obstáculos se interponen entre el cliente y sus deseos o necesidades?, ¿Qué riesgos teme asumir?

- **¿Qué resultados obtiene el cliente?**

¿Qué desea o necesita conseguir en realidad?, ¿Qué baremos utiliza para medir el éxito?, Piensa en algunas estrategias que podría utilizar para alcanzar sus objetivos. ” (p.131)

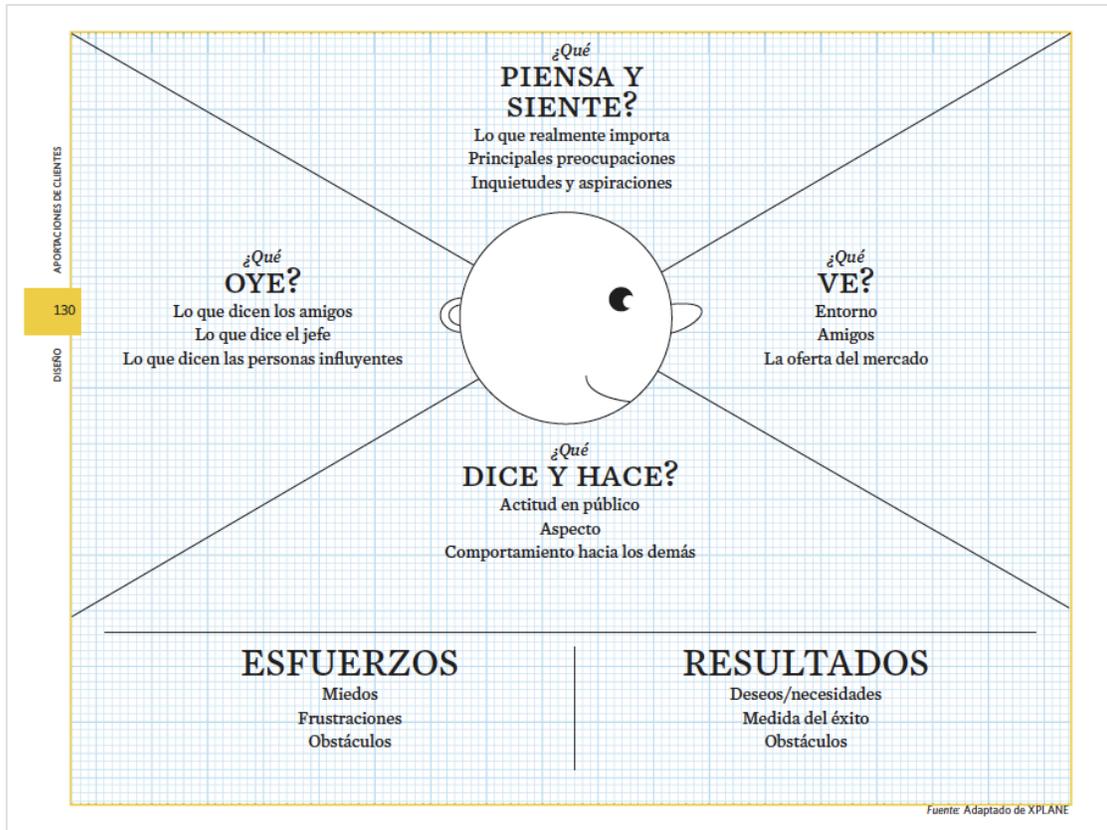


Figura 19. Mapa de empatía

Otros instrumentos son utilizados dentro de la metodología como parte de los experimentos para comprobar las hipótesis planteadas dentro del *Business Model Canvas*. Cómo técnica encontramos la *entrevista semiestructurada* cuyo instrumento es una *guía de entrevista* y las *encuestas* cuyo instrumento son los *cuestionarios*.

### 6.3.6. La entrevista

Las preguntas abiertas proporcionan una información más amplia y son particularmente útiles cuando no tenemos información sobre las posibles respuestas de las personas o cuando ésta es

insuficiente. También sirve en situaciones donde se desea profundizar una opinión o los motivos de un comportamiento. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 221)

La entrevista semiestructurada contiene preguntas abiertas y cerradas. Las preguntas abiertas permiten profundizar y obtener información amplia al respecto, al colocar opciones de respuesta, se podrían sesgar los resultados de la pregunta.

### **6.3.7. Cuestionario**

Instrumento que contiene un grupo de preguntas que sirven para medir una o más variables, estas preguntas pueden ser abiertas o cerradas según la necesidad del estudio. El cuestionario utilizado tenía como finalidad la validación del producto por parte de los usuarios finales. El cuestionario se construyó en su mayoría a partir de preguntas cerradas y una pregunta abierta. En la primera parte se le pidió a los padres de familia que leyeran la descripción del producto o que vieran un storytelling. Las preguntas cerradas se utilizaron, porque estas son más fáciles de responder dado que requieren un menor esfuerzo por parte de los encuestados, que no tienen que escribir o verbalizar pensamientos, sino únicamente seleccionar la alternativa que sintetice mejor su respuesta.

Responder a un cuestionario con preguntas cerradas toma menos tiempo que contestar uno con preguntas abiertas. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 221)

Además, cabe resaltar que a través de este tipo de preguntas se puede tener acceso a personas que tienen dificultades para expresarse en forma oral o escrita, de tal manera que se tiene en cuenta en su diseño el nivel educativo, al igual, que la capacidad de manejo del lenguaje, entre otros factores que pueden afectar la calidad de las respuestas (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 222).

**ENTREVISTA CON FINES INVESTIGATIVOS**

*Objetivo: Conocer su percepción acerca de su experiencia como madre o padre de familia.*

**Preguntas**

**1. ¿Es usted?**

- Padre  
 Madre

**2. Nivel de formación educativa**

- Universitario  
 Técnico  
 Posgrado  
 Tecnólogo

**3. ¿Cuántos hijos tiene?**

- 1  
 2  
 Mas de 2

**4. ¿Edad de su hijo único o hijo menor?**

- 0 a 6 meses  
 7 a 11 meses  
 12 a 18 meses  
 18 a 24 meses  
 Mayor de 24 meses

**5. Antes del nacimiento de su hijo, ¿cuáles eran sus preocupaciones como madre/padre?**

---



---



---

**6. ¿Para usted qué es la estimulación adecuada?**

---



---



---

**7. Ha inscrito a su bebé en un curso de estimulación adecuada? Si o no, ¿por qué?**

---



---



---

**8. ¿Que medios utiliza para informarse sobre el desarrollo, cuidados y actividades educativas de su bebé?**

- Familia (mamá, abuela, suegra, otros)  
 Pediatra  
 Internet (blogs, páginas web, otras)  
 Aplicaciones móviles  
 Libros y revistas

**9. En el tiempo libre, ¿qué actividades hace en casa con su bebé?**

---



---

**10. Como padre/madre, ¿cuáles son sus preocupaciones en la actualidad con relación a su hijo?**

---



---

**11. ¿Usted trabaja actualmente?**

- Si  
 No

**12. Estrato socioeconómico**

- Menos de 3  
 3  
 4  
 5  
 Mas de 5

**13. ¿Qué edad tiene?**

- Menor de 25 años  
 25 a 30 años  
 30 a 35 años  
 Mayor de 35 años

**14. Correo electrónico**

---

¡Gracias por su colaboración!

*Figura 20. Guía de entrevista dirigida a padres de familia y madres gestantes para validar la necesidad.*

## ENCUESTA DE VALIDACIÓN DE PRODUCTO

**Descripción del producto**

Sabemos que los espacios para compartir en familia son cada vez más cortos por los compromisos laborales, y por eso es importante aprovechar cada momento para compartir experiencias de calidad con tu bebé.

**BabyTime** permite compartir momentos de amor con el bebé a través de un programa digital de estimulación adecuada con actividades lúdicas y sensoriales. Estas prácticas actividades las puedes realizar en tu propio hogar con elementos comunes. En módulos semanales, tú y tu bebé pueden realizar diferentes actividades de estimulación adecuada, que potenciarán las capacidades cognitivas, socio-afectivas y motrices de tu bebé a partir del primer mes de vida hasta los 2 años de edad.

Ahorra tiempo en libros, folletos, revistas, videos y foros. En un sólo producto **BabyTime** te brinda el contenido que necesitas desarrollado y diseñado por expertos en el cuidado y educación de los niños.

**Grandes padres con BabyTime!!**

Agradecemos su colaboración contestando la siguiente encuesta correspondiente al producto descrito anteriormente. Marque con una X sus respuestas, éstas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación.

\* En esta pregunta puede escoger varias respuestas

**1. Usted es padre o madre de un niño(a) de:**

- 0 a 6 meses  
 7 a 12 meses  
 13 a 18 meses  
 19 a 24 meses  
 En gestación

**2. ¿Conoce sobre la estimulación adecuada para bebés?**

- Si  
 No

**3. ¿Qué medios utiliza para informarse sobre el desarrollo, cuidados y actividades educativas de su bebé? \***

- Pediatra  
 Familiar: Mamá, Abuela, Suegra  
 Internet: blogs, páginas web, videos  
 Aplicaciones Móviles  
 Revistas y Libros

**4. ¿Utiliza actualmente algún producto como el descrito anteriormente?**

- Si  
 No

**5. ¿Ha utilizado anteriormente algún producto como el descrito?**

- Si  
 No  
 No estoy seguro

**6. En una escala del 1 al 6, donde 6 es "Muy interesante" y 1 es "Nada interesante". ¿Qué interesante es este producto para usted?**

1	2	3	4	5	6
<input type="radio"/>					

**7. ¿Compraría éste producto?**

- Muy probablemente  
 Probablemente  
 Poco probable  
 No es nada probable  
 No lo sé

**8. ¿Dónde comprarías éste producto? \***

- Internet  
 Tiendas de infantiles  
 Supermercados  
 Otro: \_\_\_\_\_

**9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por éste producto anualmente?**

Expréselo en pesos colombianos

\_\_\_\_\_

**10. ¿Cómo le gustaría realizar el pago por éste producto?**

- Pago en efectivo en las cajas Éxito, Carulla, Surtimax o Vía Baloto.  
 Depósito en una cuenta de ahorro y/o corriente en todos los bancos de Colombia.  
 Pago por internet con las tarjetas de crédito VISA, MasterCard, American Express.

**11. ¿En qué medio prefiere recibir el programa de estimulación adecuada? \***

- A través de un acceso a una página web  
 En una aplicación móvil  
 Multimedia: DVD + Juguetes complementarios  
 Otro:

**12. ¿Qué dispositivos tiene en su hogar? \***

- Computador  
 Tableta  
 Teléfono inteligente  
 Reproductor de DVD

**13. Edad del entrevistado**

- Menor de 24 años  
 25 a 29 años  
 30 - 34 años  
 Mayor de 35 años

**14. Género del entrevistado**

- Femenino  
 Masculino

**15. Estrato del entrevistado**

- Menor de 2  
 3  
 4  
 Mayor de 5

**16. Usted labora**

- Si  
 No

Si deseas recibir información de BabyTime déjanos tu correo electrónico:

\_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_/

**Muchas Gracias!!**

Figura 21. Cuestionario de validación del producto. Encuestas a madres y padres de familia para validar la solución

#### **6.4. POBLACIÓN Y MUESTRA**

La población objetivo para adelantar la investigación de mercado estará constituida por padres de familia de niños y niñas entre los 0 y 24 meses de edad y madres gestantes de la ciudad de Barranquilla. La muestra quien Hernández et al., (2010) define como “un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia” (p.394), se realizó con un grupo de personas que seleccionamos del universo.

Para el desarrollo de la investigación se escogió una muestra no probabilística intencional, ya que con esta muestra “se prioriza la profundidad sobre la extensión, y la muestra se reduce en su amplitud numérica” (Martínez, 2006, p. 83). En la fase de descubrimiento del negocio no se trata de vender si no de entrevistar, conocer en profundidad es clave para descubrir las necesidades de los clientes y encontrar su nivel de “dolor”. En el muestreo no probabilístico intencional los sujetos son seleccionados dada la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador. Es así como se escogió un grupo de 96 padres de familia de la ciudad de Barranquilla y madres gestantes dada su conveniente accesibilidad. Los padres fueron seleccionados teniendo en cuenta criterios como: sus hijos deben estar en el rango de edad entre los 0 y 24 meses de edad, disponibilidad de tiempo para las encuestas y entrevistas personales, compatibilidad con los horarios establecidos por el investigador y grado de motivación por pertenecer a la investigación.

El factor determinante que intervino en el número de la muestra, fue la capacidad operativa en la recolección y punto de saturación de la información (punto en que ya no se obtiene nueva información y ésta comienza a ser redundante). La muestra se dividió en dos grupos, un primer grupo para validar la necesidad, y un segundo grupo para validar el producto. Para validar la necesidad se trabajó con un grupo de 26 padres de familia y madres gestantes y para validar el producto se trabajó con un grupo de 70 padres de familia, para un total de 96 padres de familia y madres gestantes de la ciudad de Barranquilla. Los padres fueron seleccionados teniendo en cuenta criterios como: sus hijos deben estar en el rango de edad entre los 0 y 24 meses de edad, disponibilidad de tiempo para las encuestas y entrevistas personales, compatibilidad con los

horarios establecidos y grado de motivación por pertenecer a la investigación. En el 2014 según las estadísticas vitales EEVV del DANE en Barranquilla nacieron alrededor de 24.495 niños y niñas, exactamente 12.334 niños y 12.161 niñas.

## **6.5. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

### **6.5.1. Equipo de trabajo y tiempo de recolección de la información:**

El tiempo de creación de las hipótesis del Business model canvas y el Value propositions canvas: fue de 4 semanas (1 mes). El tiempo de recolección de información fue de 4 semanas (1 mes), dentro del cual el equipo realizó las primeras 26 entrevistas semiestructuradas a padres de familia y madres gestantes para validar la necesidad del producto. Luego el equipo comenzó la fase de los MVP de baja y alta calidad, el tiempo para el desarrollo del programa fue de 6 meses. Con el fin de validar el producto, se realizaron 70 encuestas dirigidas a padres de familia y madres gestantes, el tiempo de recolección de información fue de 4 semanas (1 mes).

### **6.5.2. Operativo de recolección**

1. Se planteó el problema de la investigación
2. Se comenzó el ciclo de generación de insights, el diseño de las hipótesis en cada uno de los 9 módulos del instrumento *Business Model Canvas*, así como las hipótesis del Value propositions canvas que contiene el Customer Profile (Perfil del cliente) y el Value Map (Mapa de valor). Luego se diseñó el experimento, una entrevista, para validar cada una de las hipótesis del canvas. Se aplicaron las pruebas, 26 entrevistas realizadas a padres de familia y madres gestantes de niños y niñas de 0 – 24 meses de edad de la ciudad de Barranquilla. Las entrevistas se aplicaron de forma presencial y virtual a través de videoconferencias utilizando la plataforma Skype por petición de algunos padres de familia y madres gestantes que querían hacer parte de la investigación pero que no podían salir de casa por que sus bebés estaban aún muy pequeños. Los resultados arrojados por las entrevistas, permitieron realizar los ajustes al Canvas de acuerdo a los aprendizajes logrados.

3. Se procedió a realizar el primer Producto Mínimo Viable (MVP) que consistió en un storytelling y una Landing page (Página de aterrizaje) [www.babytime.com.co](http://www.babytime.com.co). En esta página de aterrizaje se encuentran ambos productos mínimos viables.
4. Seguido del diseño del MVP de baja fidelidad, se comenzó el diseño del prototipo de alta fidelidad, el diseño del multimedia con un equipo conformado por un pedagogo infantil, un ingeniero de sistemas y un diseñador gráfico. Se planificó el funcionamiento del programa y se diseñaron cada una de las actividades de estimulación infantil de acuerdo a las áreas de desarrollo a estimular, motriz, cognitivo afectivo y lenguaje.
5. Se comenzó el diseño gráfico de los mockups del multimedia y el desarrollador comenzó el montaje de los diseños en el multimedia.
6. Luego de la validación de la necesidad del producto, y el diseño del mismo, se comenzó una nueva fase de pruebas, de mayores dimensiones y mas rigurosa orientada a la validación del producto. Se realizaron 70 encuestas a padres de familia y madres gestantes de niños y niñas de 0 – 24 meses de edad de la ciudad de Barranquilla. Se comenzó el ciclo de generación de insights del MVP de alta fidelidad para validar el producto, los precios y canales, entre otros.

El operativo de recolección de las encuestas se realizó de 3 formas:

- Se visitó en la ciudad de Barranquilla el jardín infantil Mi Pequeña Uniautónoma, en donde se realizaron encuestas a padres de familia y madres gestantes de niños y niñas de 0 – 24 meses de edad.
- Se creó un Formulario en GoogleDrive. Este formulario fue enviado virtualmente a padres de familia y madres gestantes de niños y niñas de 0 – 24 meses de edad de la ciudad de Barranquilla.
- Se realizaron visitas domiciliarias a madres gestantes y madres de niños recién nacidos para la realización de las encuestas.

Las encuestas permitieron realizar ajustes al canvas nuevamente y permitieron mejoras al producto.

### 6.5.3. Procedimientos de crítica, captura y procesamiento de la información

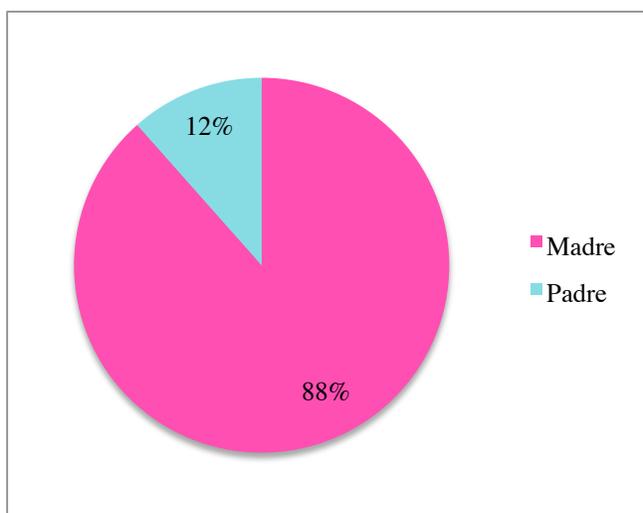
#### 6.5.3.1. CAPTURA Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.

La captura de la información se realizó en el software Excel 2011 para Mac. A continuación, se presentan los resultados obtenidos de los datos recolectados a través de las diferentes técnicas e instrumentos de investigación, aplicadas a los padres de familia de niños y niñas de 0 – 2 años de edad y madres gestantes. Los datos recolectados a partir de los instrumentos utilizados, fueron tabulados y codificados para su posterior análisis. Para éste, se describen los resultados obtenidos según la técnica aplicada.

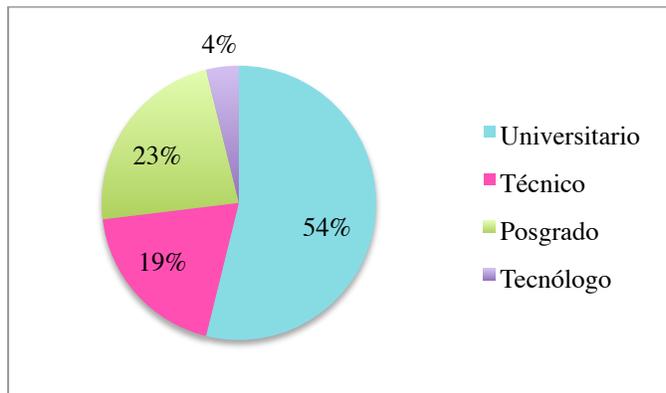
#### 6.5.3.2. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

Para empezar se detallan los resultados arrojados por las entrevistas aplicadas a 26 padres de familia y madres gestantes de la ciudad, los cuales de acuerdo a cada pregunta realizada se muestran en las siguientes tablas.

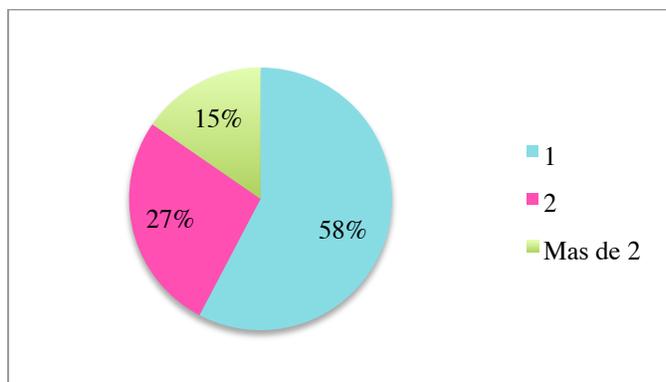
##### 1. ¿Es usted?



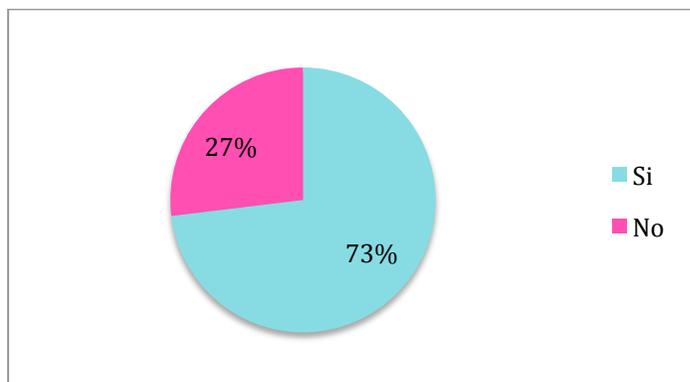
## 2. Nivel de formación educativa



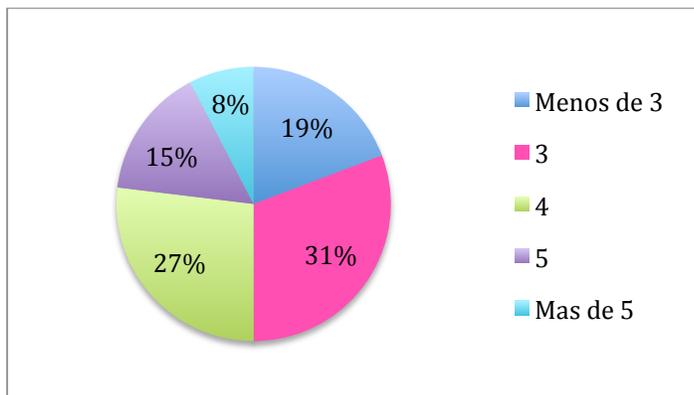
## 3. ¿Cuántos hijos tiene?



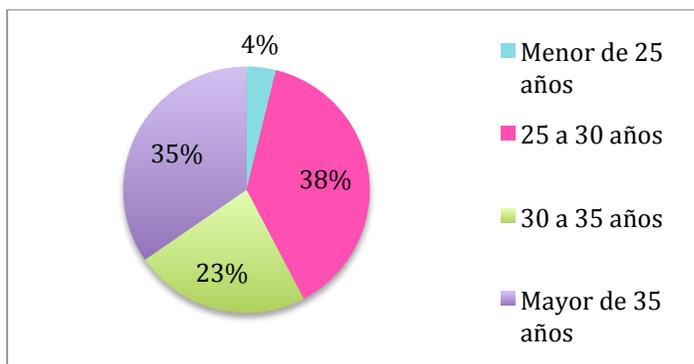
## 4. Usted trabaja actualmente?



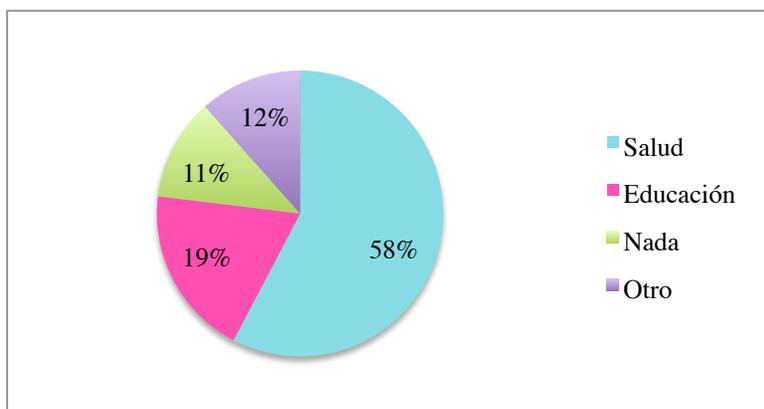
## 5. Estrato socioeconómico



## 6. ¿Qué edad tiene?

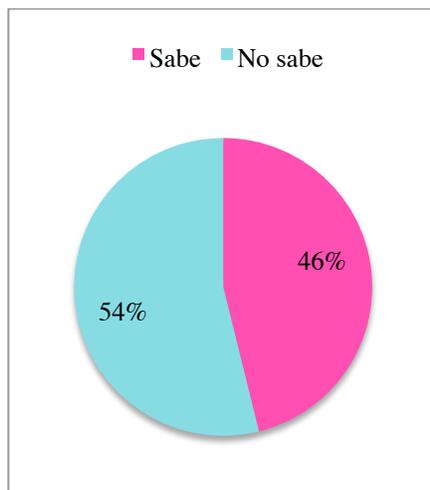


## 7. Antes del nacimiento de su hijo, ¿cuáles eran sus preocupaciones como madre/padre?



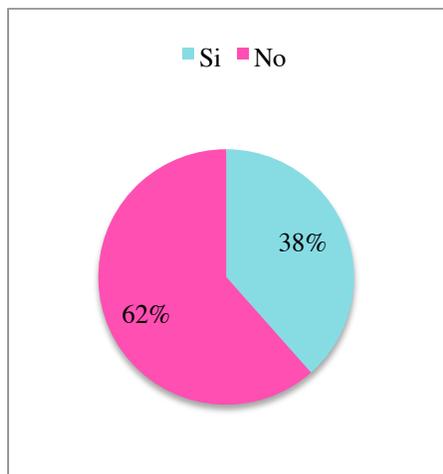
Se concluye que antes del nacimiento la mayor preocupación de los padres es la salud de su hijo con un 58%, seguido de la educación con un 19 % que sería esta su 2da mayor preocupación.

### 8. ¿Sabe usted qué es la estimulación adecuada?

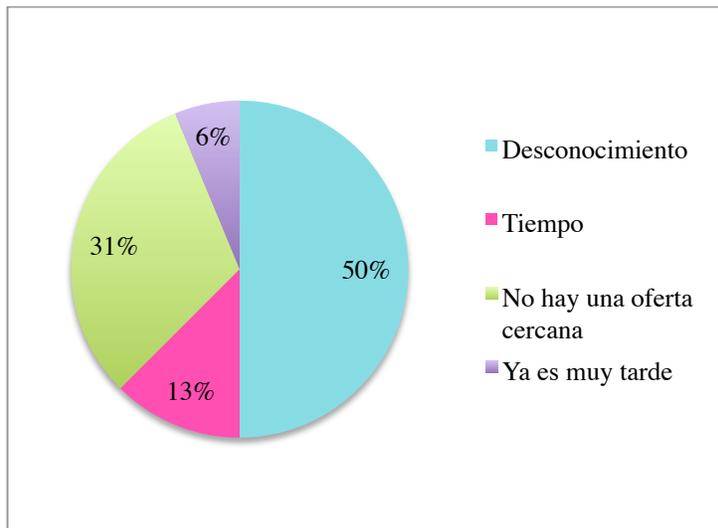


Se concluye que el 54% de los padres no sabe que es la estimulación adecuada de los niños

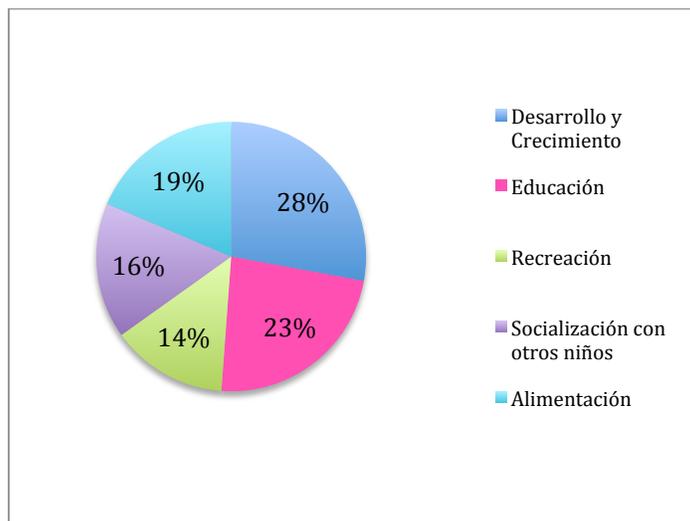
### 9. Ha inscrito a su bebé en un curso de estimulación adecuada? Si o no, ¿por qué?



Con relación a la pregunta si realiza actividades para el desarrollo adecuado del niño el 62% de los padres entrevistados respondió que no realiza estimulación al niño. Las causas son variadas, en primer lugar el desconocimiento con un 50%, seguido la falta de una oferta cercana con un 31%, la falta de tiempo con 13% finalizando con 6% en la cual los padres consideran que ya es muy tarde.

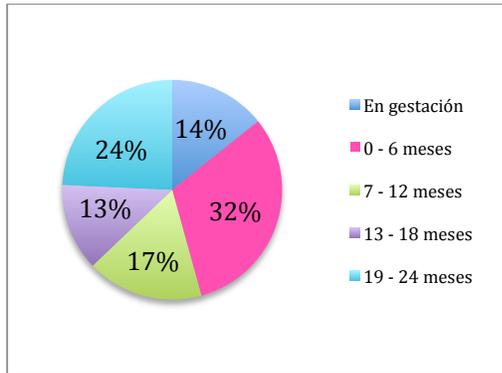


**10. Como padre/madre, ¿cuáles son sus preocupaciones con relación a su hijo?**



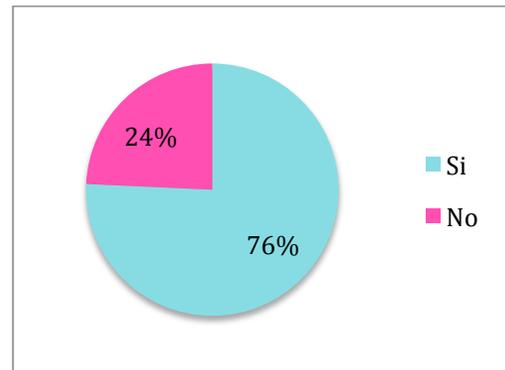
### 6.5.3.3. RESULTADOS DE LOS CUESTIONARIOS

1. Usted es padre o madre de un niño(a) de:



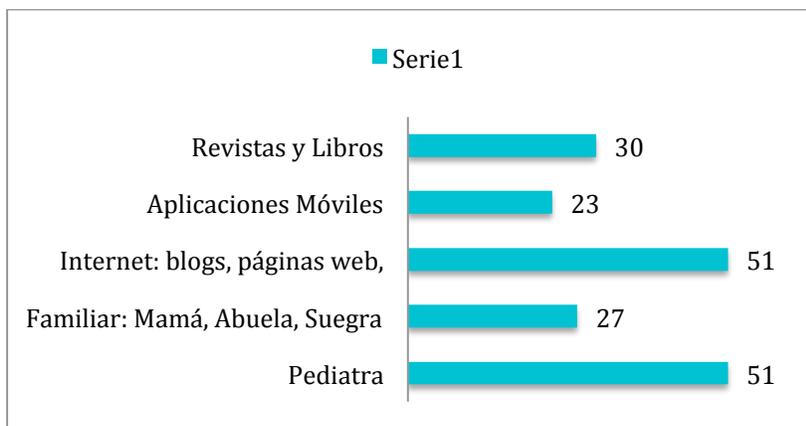
El 32% de los padres encuestados hacen parte del rango de 0 – 6 meses de edad y en segundo lugar los padres de 19 – 24 meses de edad

2. ¿Conoce sobre la estimulación adecuada para bebés?

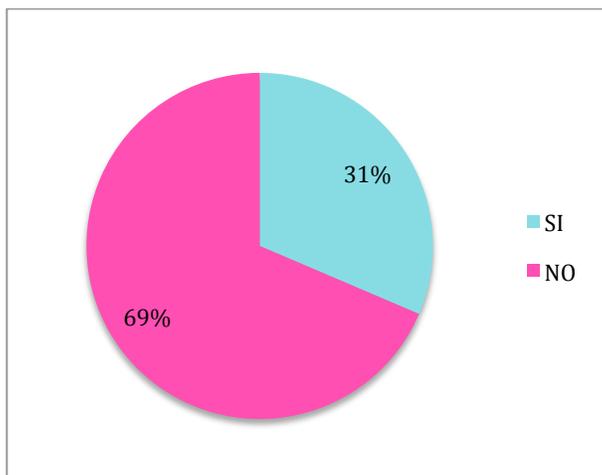


Se concluye que el 53% de los padres encuestados conoce acerca de actividades para promover el desarrollo del bebé, sin embargo existe un 17% que lo desconocen.

3. ¿Qué medios utiliza para informarse sobre el desarrollo, cuidados y actividades educativas de su bebé?

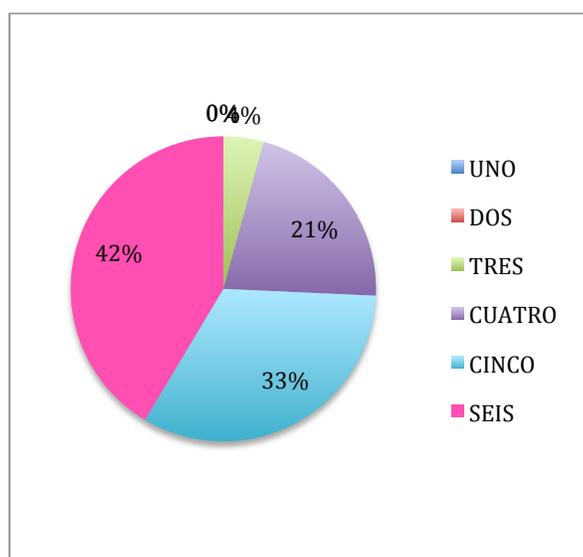


**4. ¿Utiliza actualmente algún producto como el descrito anteriormente?**

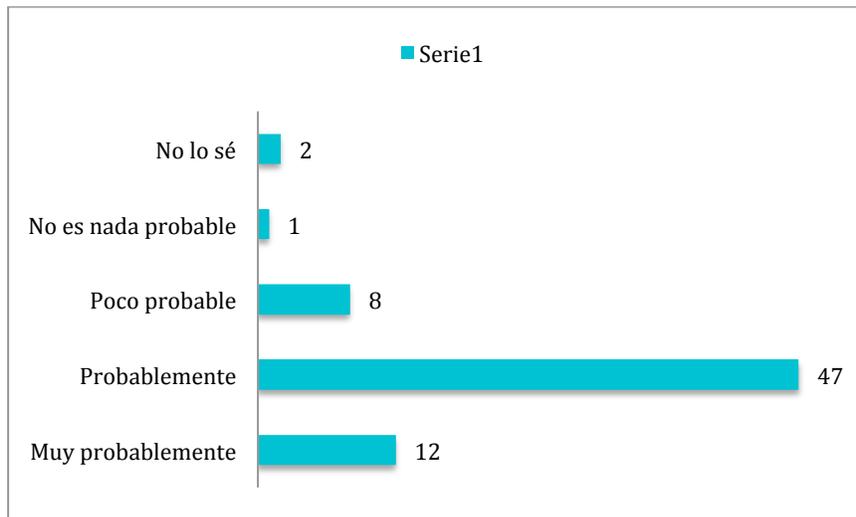


El 48% de los padres encuestados afirma que no utiliza actualmente un producto como el descrito, y un 34% afirma que no lo ha utilizado. Así mismo un 29% comenta que le parece muy interesante

**5. En una escala del 1 al 6, donde 6 es "Muy interesante" y 1 es "Nada interesante. ¿Qué interesante es este producto para usted?**

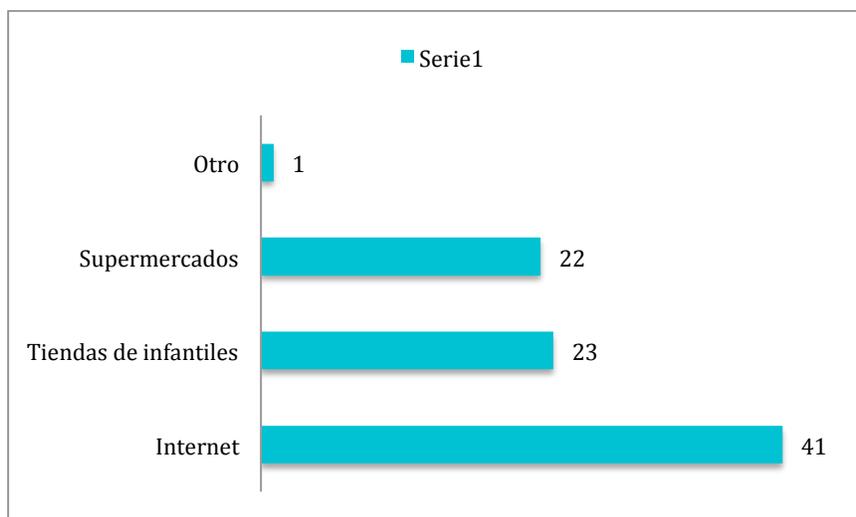


## 6. ¿Compraría éste producto?

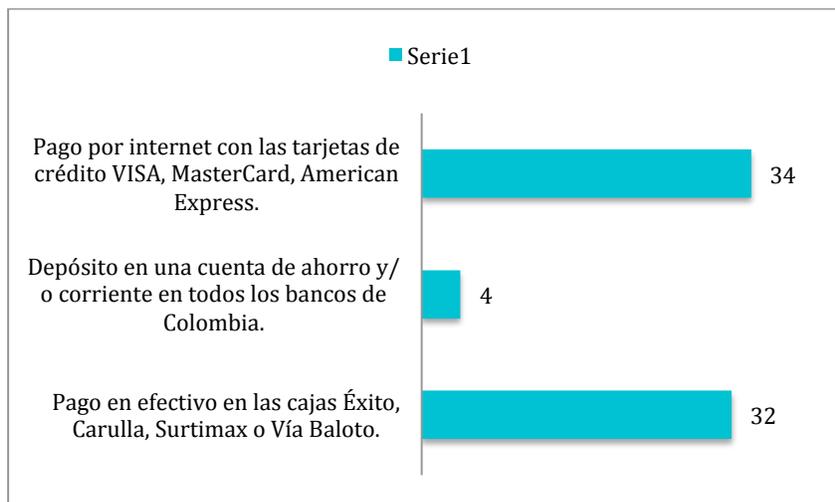


Un 47% menciona que es probable que comprara éste producto y que les gustaría con un 47% adquirirlo por internet, seguido de tiendas infantiles con un 23% y en supermercados con un 22%. El pago de este producto les gustaría hacerlo con tarjetas de crédito o pagos en efectivo.

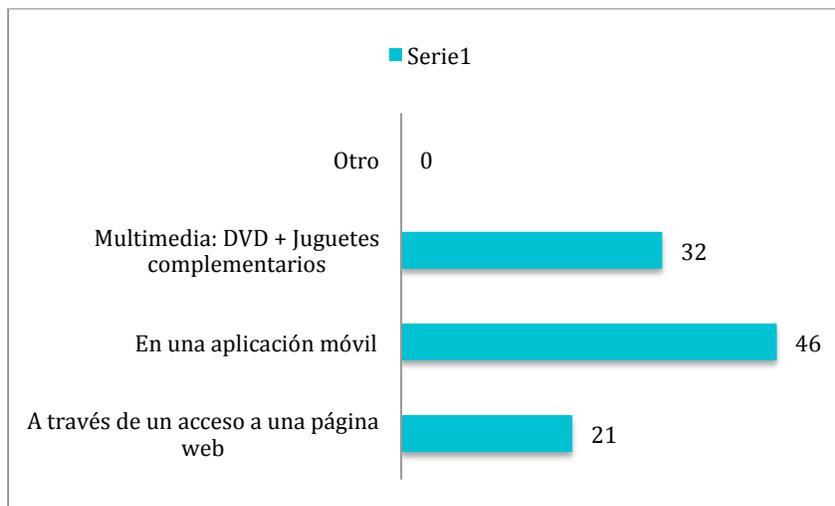
## 7. ¿Dónde comprarías éste producto?



## 8. ¿Cómo le gustaría realizar el pago por éste producto?

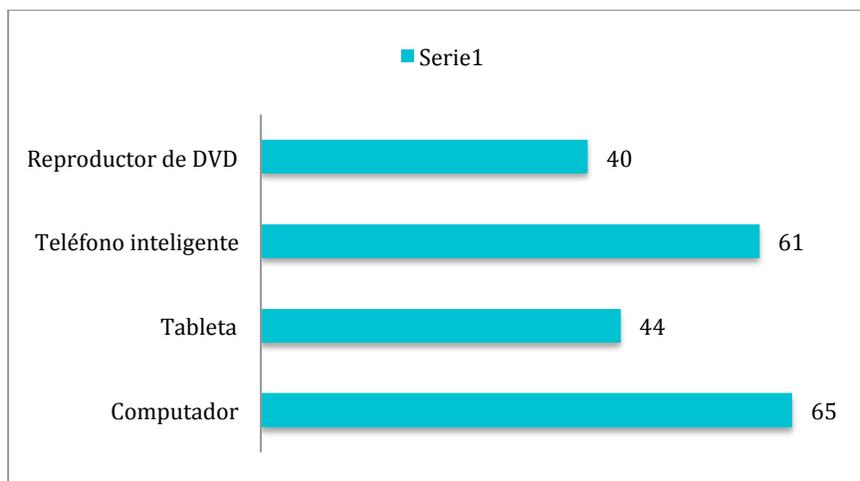


## 9. ¿En qué medio prefiere recibir el programa de estimulación adecuada?

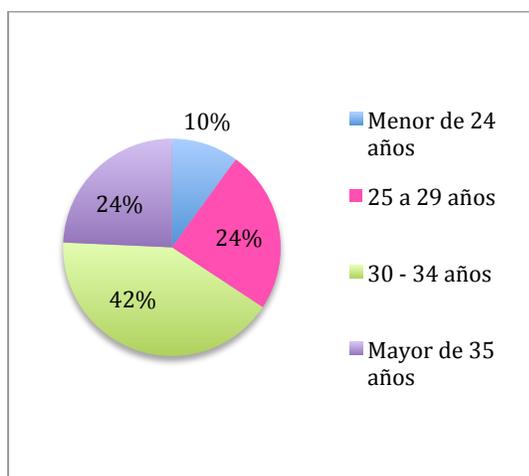


Con relación al medio sobre el que prefiere recibir el programa, el 46% de los encuestados mencionan que les interesaría recibirlo a través de una aplicación móvil ó a través de un multimedia con un 33%.

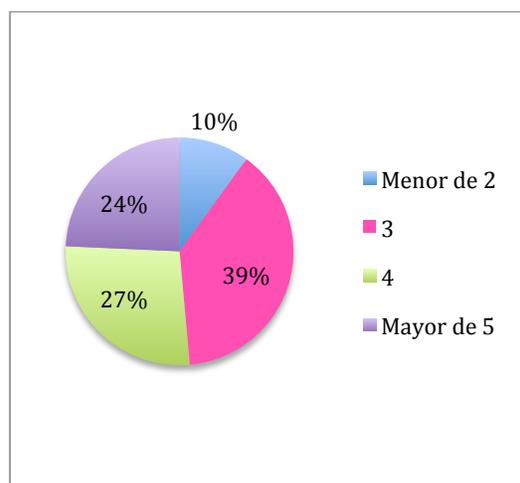
### 10. ¿Qué dispositivos tiene en su hogar?



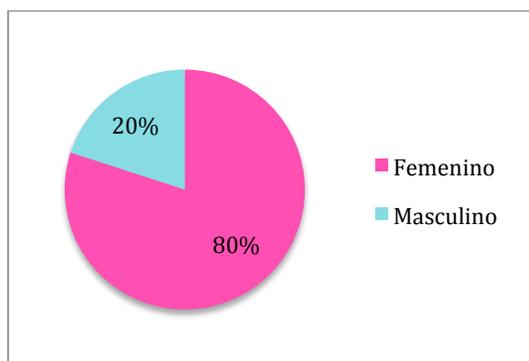
### 11. Edad del entrevistado



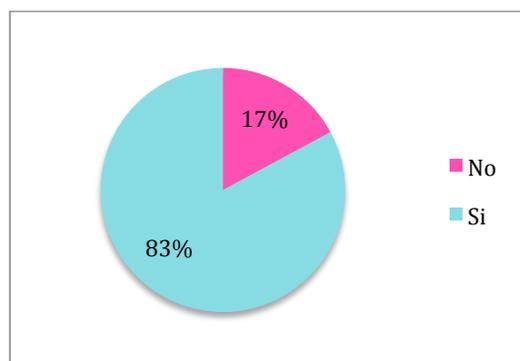
### 13. Estrato del entrevistado



### 12. Género del entrevistado



### 14. Usted labora



## **7. DISEÑO DE UN PROGRAMA DE ESTIMULACIÓN INFANTIL ADECUADO DIRIGIDO A NIÑOS Y NIÑAS DE 0 – 1 AÑO DE EDAD DE LA CIUDAD DE BARRANQUILLA PARA INCIDIR POSITIVAMENTE EN SU DESARROLLO HUMANO Y EL DESARROLLO SOCIAL DE LA REGIÓN A TRAVÉS DEL USO DE LAS TICS.**

### **7.1. Análisis del Mercado Potencial**

Según la Comisión para América Latina y el Caribe (Cepal) en el 2010 América Latina y el Caribe contaba con una población de cerca 565.778.279 personas. La tasa bruta de natalidad se encontraba en 18.8 por cada mil habitantes, eso quiere decir que para el 2010 se contaba con alrededor 10.184.009 de nacimientos anuales en América Latina y el Caribe. En Colombia para el 2015 según estadísticas del DANE nacieron alrededor de 1.741.632 niños y niñas de 0 – 1 año de edad, 891.263 hombres y 850.369 mujeres.

Barranquilla es la capital del departamento del Atlántico (ver anexo a). Está ubicada en la región Caribe Colombiana. Tiene una superficie de 154 km<sup>2</sup> y cuenta con 1.223.616 personas. En el 2013 en Barranquilla nacieron alrededor de 29.431 niños y según proyecciones de población en el 2017 existirán en la ciudad 37.823 niños y niñas en el rango de 0 – 1 año de edad, contando con 19.356 niños y 18.476 niñas. En Colombia la proyecciones de población 2016 será de un total de 1.752.248 niños y niñas de 0 – 1 año de edad, 896.833 hombres y 855.415 mujeres. Según las estadísticas del Programa nacional De cero a siempre en Colombia en el 2016 hay 10.013.801 mujeres en edad fértil.

En Colombia más del 10% de la población corresponde a niños y niñas en primera infancia; sin embargo, tomando la población menor de 4 años, el 56% se encuentra en situación de vulnerabilidad socioeconómica y no está atendida. Esta situación es una de las causas por las cuales en el primer grado de la educación primaria se presenta la mayor tasa de deserción y repitencia de todo el ciclo escolar. Adicionalmente, se evidencia un problema de inequidad puesto que se presenta el doble de asistencia entre los niños y niñas de 3 a 4 años provenientes de familias de ingresos altos en comparación con los niños y niñas de la misma edad provenientes de familias de ingresos bajos.

## 7.2. Segmentación del mercado

Padres primerizos que se preocupan por brindar desde su inexperiencia las mejores experiencias de vida a sus hijos desde los primeros meses de vida. Padres de familia de niños y niñas entre los 0 y 12 meses de edad que tengan un ordenador en casa. Padres de familia que carecen de tiempo para compartir con sus hijos por estar en sus trabajos y que carecen de recursos económicos para inscribir a los niños en cursos de estimulación adecuada en centros infantiles presenciales.

## 7.3. Identificación y caracterización de los clientes

### 7.3.1. Value propositions canvas BabyTime. Perfil del cliente (Customer profile)

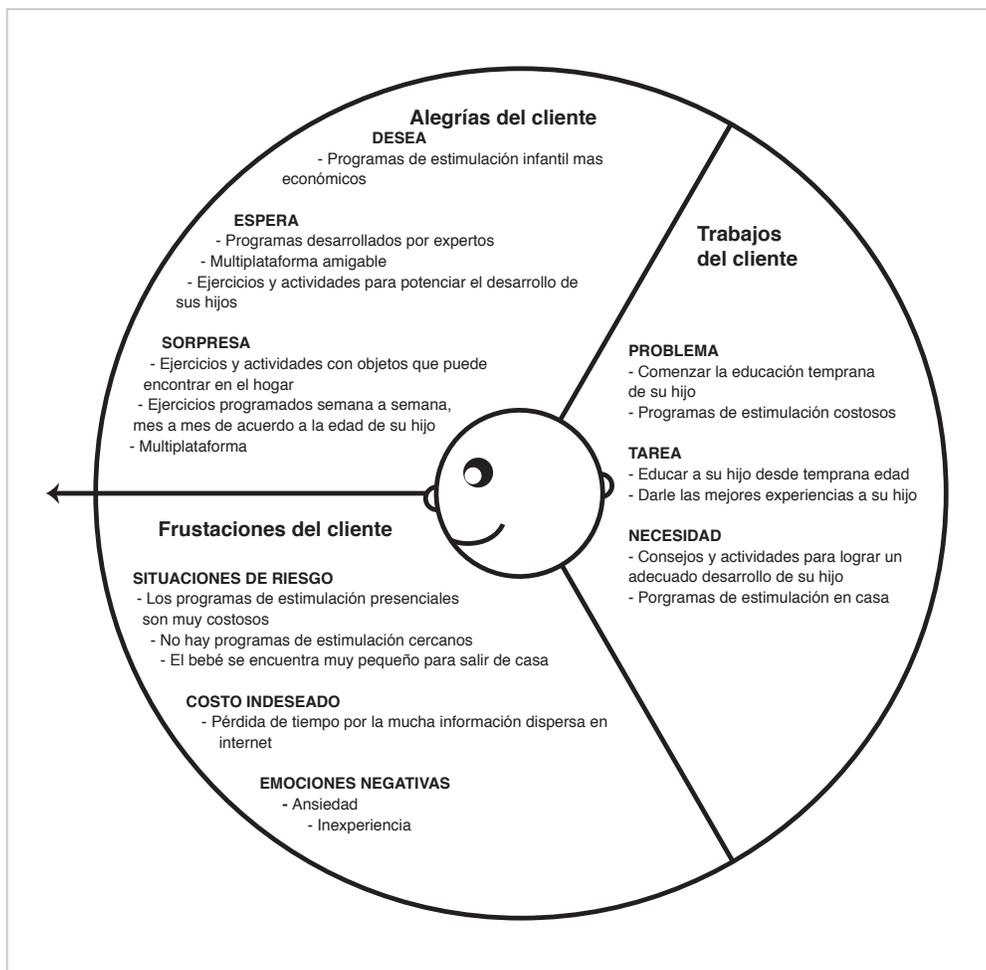


Figura 22. Perfil del cliente (Customer profile)

### 7.3.2. Mapa de empatía BabyTime

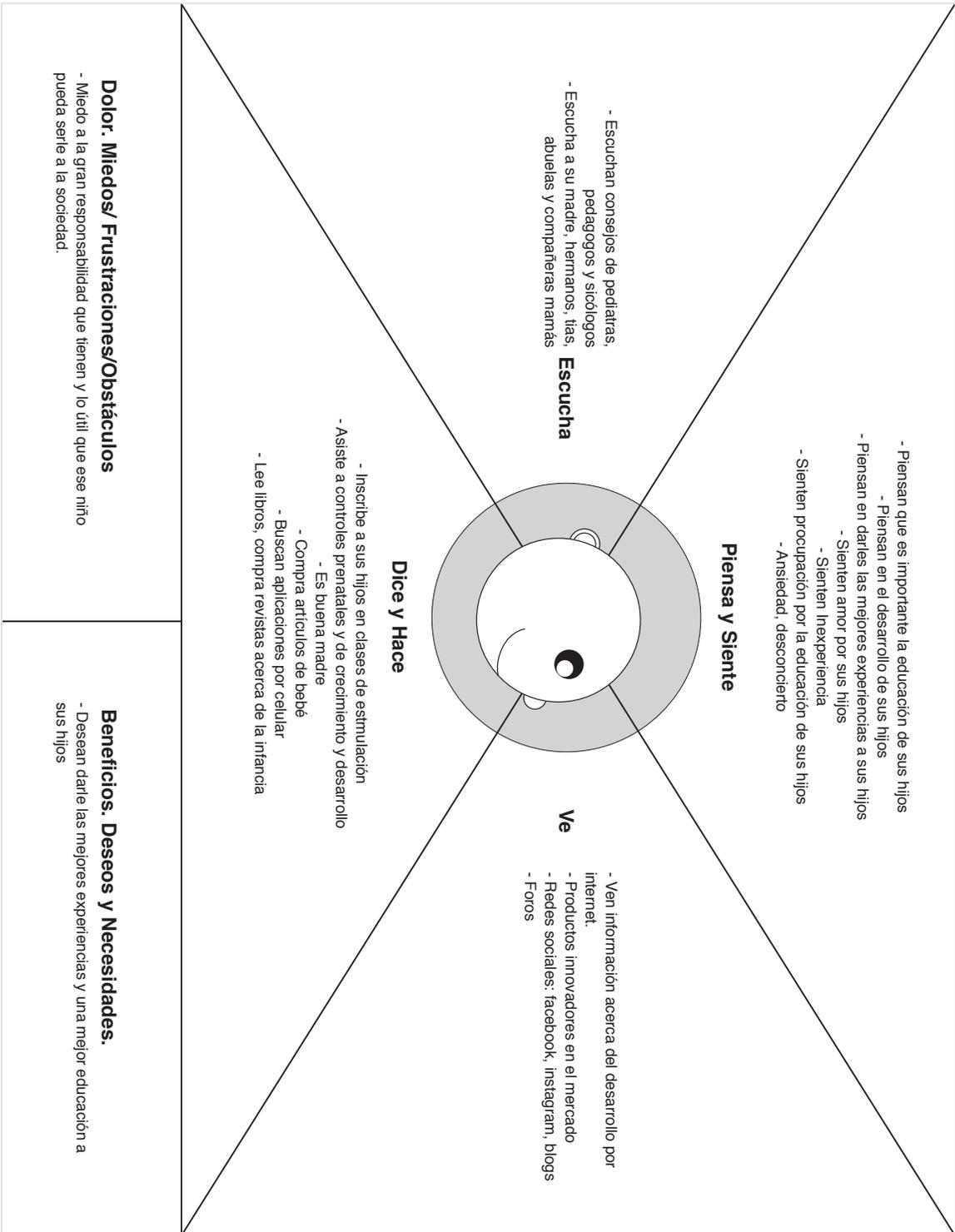


Figura 23. Mapa de empatía BabyTime

#### **7.4. Análisis de la competencia u oferta actual**

A continuación, se expondrán algunos referentes que corresponden a la indagación de antecedentes afines al proyecto, los cuales son seleccionados por la relevancia con la temática abordada, esto es, diseño de programas educativos dirigidos a niños desde su nacimiento para incidir positivamente en su desarrollo humano. En consonancia, se realiza una exploración de proyectos en el contexto internacional, nacional y regional que se describen a continuación:

En el ámbito internacional se analizan los proyectos Reach up (Jamaica), Educa a tu hijo (Cuba), y las aplicaciones Grow parenting app (EEUU), BabySparks (EEUU) y Kinedu (México). En el ámbito nacional se analiza el proyecto Mami (Caldas) y en el ámbito local el proyecto Infancia (Atlántico).

El análisis de cada proyecto incluirá la identificación, fecha de creación, un qué incluye, disponible para, idiomas, lugares donde se ha implementado, tecnología, costo, equipo de desarrollo y de que se trata el programa.

Tabla 4

*Análisis de la competencia. Competencia directa.*

Empresa	Características del producto que ofrecen	Cuanto Vale	Ventajas sobre mi producto
<b>Reach Up</b>	<p>Programa de Educación para la Primera Infancia Asistido por los Padres de Jamaica ofrece un curso de formación estructurado con visitas al hogar para ayudar a los padres a mejorar el desarrollo de sus hijos. Se basa en el exitoso Programa de Visita al Hogar de Jamaica. El programa consiste en visitas a los hogares por parte de especialistas que entrenan a los padres en el uso de los materiales para enseñar a sus hijos; actividades lúdicas utilizando juguetes de bajo costo hechos con materiales reciclables; y guías que tienen en cuenta las diferencias culturales para asegurarse de que los juguetes, los juegos y otras actividades educativas resulten adecuados para los niños</p>	Programa Gubernamental	Amplia experiencia en el sector
<b>Grow Parenting App</b>	<p>Con Fisher-Price y la Fundación Barefoot, los padres pueden ver como va creciendo el bebé así mismo brinda información muy útil sobre su desarrollo. Se puede crear un perfil para el bebé, compartir fotos, y tomar nota de aquellos momentos especiales así como de sus logros en su propia línea del tiempo. Basado en esta información se enviarán consejos y actividades diarias apropiadas para la edad del bebé (0-5 años). Es útil para padres y profesores/ educadores</p>	Gratis	Aplicación móvil

<b>Kinedu</b>	Kinedu es una aplicación web y móvil que le permite a padres y madres, ser el mayor promotor del desarrollo de su hijo en su etapa de crecimiento más importante. Kinedu es la guía de actividades de estimulación temprana para bebés de 0-24 meses. Creado por expertos en desarrollo infantil, el plan de desarrollo de Kinedu está basado en lo más nuevo de la ciencia del desarrollo infantil, que nos indica de la importancia de crear apego seguro a través de interacciones servir-devolver entre padres e hijos. Las actividades están diseñadas para estimular un desarrollo holístico, trabajando las áreas socio-afectiva, cognoscitiva, física y lingüística.	<b>Plan mensual</b> USD 8.99 = \$27.312 <b>Suscripción de 6 meses</b> USD 49.99 = \$ 151.869 <b>Suscripción de 12 meses</b> USD 89.99 = \$ 273.389 <b>Un regalo para toda la vida</b> USD 149.99 = \$ 455.669	Aplicación web y Móvil
<b>Baby Sparks</b>	Los primeros meses y años de vida son los más críticos en el desarrollo de del niño. Exponerlo consistentemente a una amplia gama de experiencias positivas, se traduce en fuertes conexiones neuronales que mejorarán el progreso de su hijo, lo que tendrá un impacto de por vida .Las actividades de BabySparks fueron diseñadas por reconocidos expertos en desarrollo temprano para ayudar a hacer las cosas correctas en el momento correcto y en la forma correcta. Las actividades son juegos simples que disfrutará el niño, se tendrá el beneficio agregado de pasar tiempo de gran calidad con él.	<b>Months 0 – 12</b> / USD 7.99 = \$24.273 <b>Months 0 – 6</b> / USD 4.99 = \$15.159 <b>Months 7 – 12 /</b> USD 4.99 = \$15.159	Aplicación móvil
<b>Infantia</b>	Este proyecto, tiene como objetivo identificar las prácticas de cuidado de las familias con niños y niñas entre 0 y 5 años de los municipios del sur del departamento del Atlántico, así como diseñar, implementar y evaluar una estrategia de intervención con base en el uso de las TICs para potencializar dichas prácticas e	Gratis. Programa Gubernamental	Tecnología Tradicional

	incidir positivamente sobre el desarrollo infantil.		
<b>Mami</b>	MAMI, Mamás Más Involucradas, es una herramienta que permite informar y educar a la madre gestante, en compañía de su núcleo familiar, acerca de los cuidados necesarios que se deben tener durante los nueve meses de embarazo y el primer año de vida del bebé a través de mensajes de texto. Educación + Empoderamiento + Embarazo Compartido para madres de estratos 0 1 2 3 y zona rural dispersa de nuestro país que tienen dificultades para acceder al sistema de salud por distancia o recursos.	Gratis	Tecnología Tradicional
<b>Educa a tu hijo</b>	Programa Social de Atención Educativa “Educa a tu Hijo”, con el objetivo de cerrar la única brecha de cobertura educativa existente, lo cual constituye una meta en el Programa Nacional de Acción en cumplimiento de la Cumbre en Favor de la Infancia. Esto ha permitido ampliar considerablemente la cobertura de la educación preescolar en el país.	Gratis. Programa Nacional.	Tecnología Tradicional

*Fuente:* Creación del autor. Ver ampliación del Análisis de la competencia en el Anexo 2

Tabla 5. *Análisis de la competencia. Características del producto que ofrecen*

Nombre	Programa de estimulación estructurado	Ejercicios de estimulación adecuada	Logros del bebé mes a mes	Contenido disponible para que edad	Idioma	Multimedia	SMS	Solo Material Impreso	Videos	Imágenes	Imágenes paso a paso	Multimedia disponible para PC y MAC
<b>BabyTime</b>	x	x	x	0 - 12 meses	Español	x			x	x	x	x
<b>ReachUp</b>	x	x	x	6 - 36 meses	Inglés Español Francés Bangla	x			x	x		Información no disponible
<b>Grow Parenting App</b>		x	x	0 - 5 años	Inglés Español	x				x		
<b>Kinedu</b>	x	x	x	0 - 2 años	Inglés Español	x			x	x		x
<b>BabySparks</b>	x	x	x	0 - 12 meses	Inglés Español	x			x			
<b>Infantia</b>		x		0 - 5 años	Español		x					
<b>Mami</b>		x	x	Gestación y de 0 - 12 meses	Español		x					
<b>Educa tu hijo</b>		x	x	Gestación y 0 - 5 años	Español			x		x	x	

Empresa	Aplicación móvil	Aplicación web	Materiales asequibles	Contenido local	Costo en dólares	País de Desarrollo	Otras características	Ventajas que puede tener BabyTime sobre la competencia
<b>BabyTime</b>			x	x	23.91 USD	Colombia	1. Blog con artículos sobre crianza y desarrollo infantil 2. Videoconferencia con expertos	1. No necesita la conexión a internet para su funcionamiento
<b>ReachUp</b>	Información no disponible	Información no disponible	x	x	Gratuito Apoyado por el Banco Mundial	Jamaica	Visitas guiadas a los hogares por parte de especialistas	1. Las visitas guiadas a los hogares incrementan el costo del proyecto 2. El material no están disponibles para descarga
<b>Grow Parenting App</b>	x		x	x	Gratuito	Estados Unidos	1. Perfil del bebé 2. Compartir Fotos 3. Propia Línea de Tiempo 4. Artículos sobre crianza y desarrollo de los niños	1. Las imágenes no indican el ejercicio o consejo que se está realizando por ende al usuario no le queda del todo claro como se hace el ejercicio. 2. La aplicación necesita la conexión a internet para su funcionamiento
<b>Kinedu</b>	x	x	x		12 meses 89.99 USD 24 meses 149.99	México	1. Perfil del bebé 2. Compartir Fotos	1. Es un programa mas costoso que BabyTime ofreciendo características similares 2. Necesita la conexión a internet para su funcionamiento
<b>BabySparks</b>	x				7.99 USD	Estados Unidos	Artículos sobre crianza y desarrollo de los niños	1. Es un programa solo disponible para teléfonos inteligentes 2. La aplicación necesita la conexión a internet para su funcionamiento
<b>Infantia</b>			x	x	Gratuito Apoyado por el Sistema general de Regalías	Colombia	1. Mensajes de texto por celular 2. Llamadas de seguimiento telefónico 3. Videoconferencias	1. Es un programa de cuidado en las familias para el desarrollo infantil en general, por ende no profundiza en la estimulación infantil.
<b>Mami</b>			x	x	Gratuito Apoyado por el Banco Mundial	Colombia	1. Mensajes de texto por celular 2. Sistema de georeferenciación	1. No es un programa especializado en estimulación infantil
<b>Educa tu hijo</b>			x	x	Gratuito en Cuba	Cuba	Visitas guiadas a los hogares por parte de especialistas	Las visitas guiadas a los hogares incrementan el costo del proyecto

Fuente: Creación del autor

Estos son antecedentes directos de BabyTime pero también destacamos como **competidores indirectos** los canales de YouTube que brindan a los padres asesoramiento en diferentes temáticas del cuidado y crianza de los niños, así como actividades aisladas de estimulación adecuada. De igual forma las empresas que brindan clases de estimulación adecuada de manera presencial y que son competencia indirecta y posibles aliados encontramos en Colombia a Gymboree, Missy Baby Spa (Bogotá) y en la ciudad de Barranquilla, BabyGym, HappyTime y Play&Learn. .



### 7.5. Atributos del producto.

BabyTime es un programa multimedia que brinda a los padres de familia soporte y asesoramiento en la educación de sus hijos, facilitándole ejercicios y rutinas de estimulación adecuada que pueden realizar con su bebé sin salir del hogar, utilizando los recursos que están a su alcance, impulsando el desarrollo integral de sus hijos desde tempranas edades.

En la cotidianidad, muchos padres se preocupan por no saber qué hacer con sus hijos los primeros meses de vida. Esto les crea incertidumbre de cómo aprovechar el tiempo, qué hacer con los bebés, cuáles son las mejores experiencias para que sus hijos puedan desarrollarse de la mejor forma. Estas y otras inquietudes son las que se hacen día a día los padres de estos pequeños, y más cuando son padres primerizos.

Por otro lado, los espacios para compartir en familia son cada vez más estrechos por los compromisos laborales, y la idea es hacer presencia en la ausencia, y cuando se está en familia, es clave disfrutar con calidad y calidez todos los momentos con los pequeños.

BabyTime, es un multimedia que se convierte en una herramienta educativa para aquellos padres de familia que buscan estar presente en la vida de los niños desde sus primeros meses de

vida, está dirigida a padres y madres primerizos de niños menores de un año, que buscan desde su inexperiencia brindar las mejores experiencias de vida a sus hijos. En este multimedia los padres encuentran un contenido educativo audiovisual para realizar actividades en casa con su bebé, de forma sencilla y utilizando recursos prácticos. Las actividades están orientadas a fortalecer el tiempo en familia, así como estimular las habilidades psicomotrices y capacidades de aprendizaje de los bebés. Además, encuentras información importante para conocer el desarrollo evolutivo de los niños mes a mes, así como consejos y artículos desarrollados por expertos relacionados con año de vida de los niños.

### 7.5.1. Value Map. (Mapa de Valor)

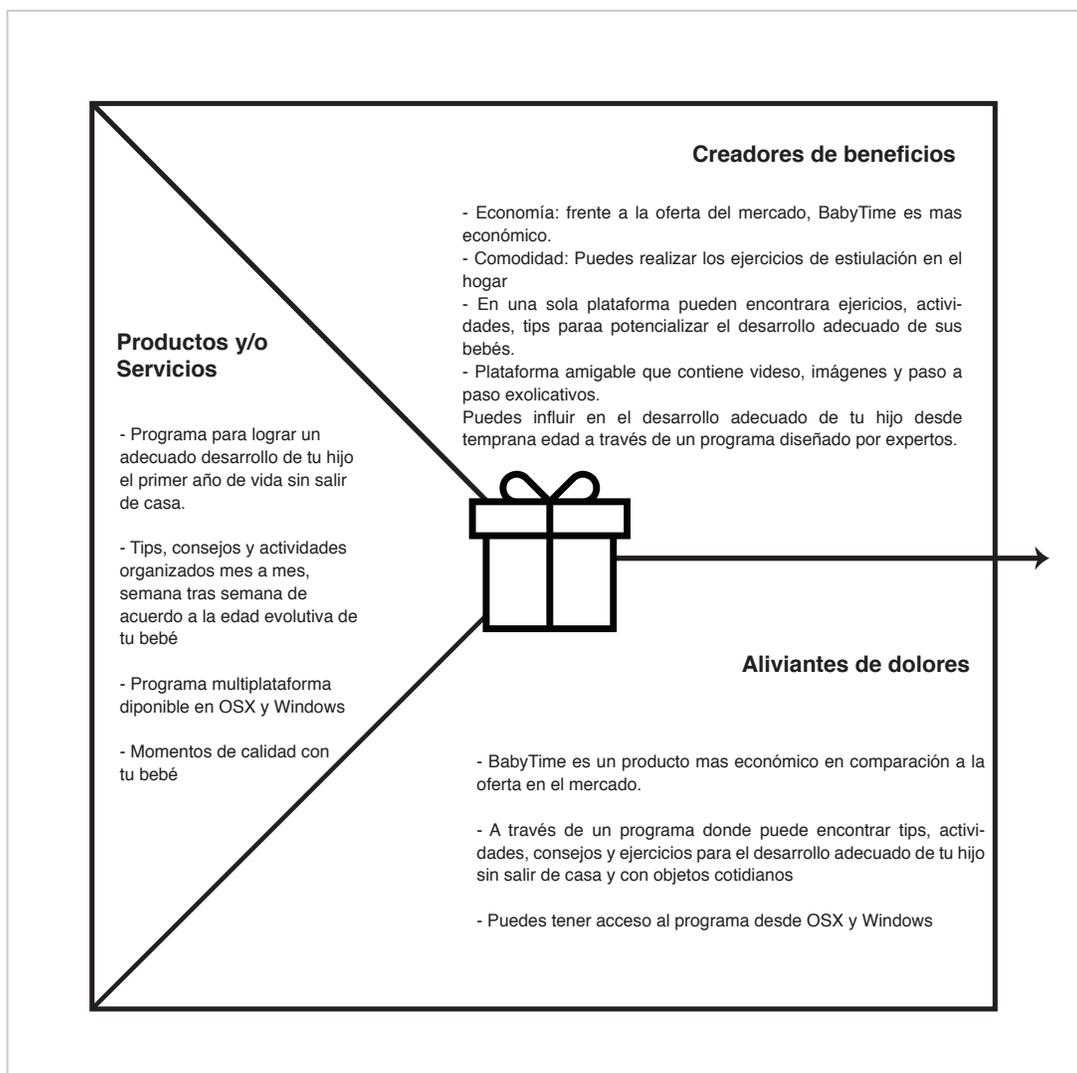


Figura 24. Mapa de valor. (Value Map)

### **7.5.2. Características del Programa educativo BabyTime**

En el programa educativo BabyTime encuentras:

- Información del desarrollo evolutivo de los niños mes a mes.
- Ejercicios de estimulación adecuada que se pueden realizar con los bebés sin salir del hogar
- Experiencias que potencian las capacidades de los niños desde lo cognitivo, afectivo, lenguaje, motriz y artístico
- Rutinas semanales planificadas
- Contenido educativo audiovisual para realizar actividades en casa con el bebé. Se pueden encontrar videos, audios e ilustraciones explicativos de las actividades que se van a desarrollar con el bebé.
- Materiales a su alcance para realizar en los ejercicios
- Contenidos desarrollados por expertos
- Contenido disponible las 24 horas del día los 7 días de la semana disponible para Mac y PC

### **7.5.3. Beneficios que fomenta el programa educativo BabyTime**

A continuación se mencionan algunos beneficios del programa educativo BabyTime:

#### **Beneficios para el desarrollo humano**

- BabyTime contribuye al logro de los ODS al favorecer el Objetivo # 4: Educación de calidad. Este objetivo consiste en garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos. BabyTime contribuye al logro de la meta: Velar por que todas las niñas y todos los niños para el 2030 tengan acceso a servicios de atención y desarrollo en la primera infancia y a una enseñanza preescolar de calidad, a fin de que estén preparados para la enseñanza primaria
- A través de la realización de las actividades de estimulación adecuada que se encuentran en el multimedia, se potencializan las capacidades cognitivas, afectivas, de lenguaje, motriz y

artísticas de niños de 0 – 12 meses de edad. Con la realización de estas actividades se contribuye al fortalecimiento de la educación inicial y por ende al desarrollo humano.

- Promover el sentido de pertenencia y valoración de las identidades al mostrar en el multimedia diversidad de familias y personas, se puede encontrar en el multimedia familias conformadas por madre, padres y bebés así como también madres solteras y familias de diversas razas.

### **Beneficios para el desarrollo económico y local**

- BabyTime es un emprendimiento Colombiano con base en las TICs.
- Generación de empleo directo e indirecto que se traduce en una mejor calidad de vida de los habitantes de la ciudad y la región.
- Empresa registrada en la Cámara de Comercio de la ciudad de Barranquilla

### **Beneficios culturales**

- Con el multimedia se dan las condiciones para que pueda darse la transmisión y recreación de las tradiciones, valores y costumbres que garantizan la conservación cultural entre generaciones. El multimedia promueve la transmisión cultural al involucrar en los ejercicios actividades que remiten hacia la cultural local, escuchar una canción propia de su cultura, leer un cuento de un escritor local. Así mismo el multimedia involucra a los abuelos, tíos y demás familiares en el desarrollo de las diversas actividades favoreciendo la conservación de las tradiciones.
- Creación de contenidos locales que fortalecen el capital simbólico de la sociedad y las comunidades.
- Fortalecimiento de la identidad cultural.
- Un programa adaptado a la situación social, cultural y lingüística de los niños y de sus familias favoreciendo una educación inicial integral, la atención a la diversidad y el reconocimiento de las formas propias de vivir y de comunicarse.

#### 7.5.4. Capacidades que impulsa BabyTime

A continuación se presenta el resultado de las capacidades escogidas que representan los beneficios tanto individuales, grupales e institucionales que conlleva BabyTime. Se evidencia con los beneficios expuestos anteriormente y las capacidades descritas a continuación la importancia que tiene BabyTime para el desarrollo infantil temprano en clave de Desarrollo y Cultura. Las capacidades a continuación presentadas fueron escogidas del proyecto de investigación «Learning from practical experiences. Culture and development», proyecto que fue realizado del 2011 al 2013 por el Laboratorio Iberoamericano de Investigación e Innovación en Cultura y Desarrollo (L+iD) de la Cátedra UNESCO de Políticas Culturales y Cooperación de la Universidad de Girona (España) y la Universidad Tecnológica de Bolívar (Colombia), por encargo del Fondo para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (F-ODM). Fue así como se analizaron cada una de las capacidades expuestas en el proyecto y se escogieron las de mayor relevancia y las que se desarrollan con el emprendimiento. BabyTime permite la generación de las siguientes capacidades que contribuyen al desarrollo humano, reconociendo así la importancia que tiene BabyTime, para el desarrollo infantil en clave de Desarrollo y Cultura.

##### 7.5.4.1. BÁSICAS

###### Individuales

- **Capacidad 1:** Vivir una vida humana de duración normal con integridad física
- **Capacidad 2:** Gozar de buena salud, defensa contra factores transmisores de enfermedades y autonomía física, mental y emocional
- **Capacidad 3:** Acceder a opciones y modos de vida que se aprecian positivamente de acuerdo con las propias razones para valorarlos
- **Capacidad 4:** Disfrutar de una vida plena y creativa para formular objetivos, practicar creencias y expresar deseos (y su forma de alcanzarlos) en concordancia con la propia forma de vida, pero en un marco de respeto por la diversidad de modalidades posibles

- **Capacidad 5:** Ser capaz de expresar sentimientos, opiniones, deseos, problemas, ideas, etc. de forma clara, y contar con los medios que permitan su difusión en la medida que sea necesaria. Conocer la lengua, los códigos y las formas que permiten el diálogo con otras personas y entidades
- **Capacidad 6:** Acceder a la educación básica y a una información veraz, plural e integradora
- **Capacidad 7:** Relacionarse con otras personas y ser capaces de mantener vínculos afectivos no destructivos ni sujetos a la opresión, la violencia o el miedo
- **Capacidad 8:** Disponer de un buen grado de aceptación social y libertad, independientemente del género, origen racial, edad u otros aspectos definitorios de la persona

#### Grupales/Comunitarias

- **Capacidad 1:** Construir y mantener una estructura grupal o comunitaria que permita la expansión de las libertades de los individuos que la conforman y el respeto de los derechos humanos
- **Capacidad 2:** Disponer de condiciones contextuales, culturales, medioambientales que permitan la satisfacción de las necesidades básicas humanas colectivas para una existencia digna
- **Capacidad 3:** Respetar las diferentes modalidades de vida posibles y disfrutar de entornos de libertad que permitan a los miembros de la comunidad elegir entre diferentes opciones de vida buenas y bien valoradas
- **Capacidad 4:** Garantizar los cuidados de los diferentes miembros de la comunidad en todas las franjas de edad y necesidades específicas, sin discriminación de unas edades sobre otras, géneros, discapacidades, e integrar a las nuevas generaciones y a ambos géneros por igual en el sistema comunitario
- **Capacidad 5:** Mantener relaciones con otras comunidades y fomentar el intercambio de información y conocimiento en un marco de diálogo y comunicación con el entorno

### Público-institucionales

- **Capacidad 1:** Garantizar constitucionalmente el respeto y la protección de los derechos humanos fundamentales o, cuando esto no sea posible, formular políticas tendientes a su garantía
- **Capacidad 2:** Garantizar el acceso equitativo a los recursos y servicios públicos para que las personas puedan satisfacer el bienestar de forma equitativa. Beneficiar, a través de los recursos y medios de vida disponibles, a todas las personas sin discriminación de su origen, género, ideología u otros motivos, ofreciendo opciones institucionales para la integración social con igualdad

#### 7.5.4.2. CULTURALES

### Individuales

- **Capacidad 1:** Ser capaz de escoger su propia identidad cultural y su comunidad cultural de referencia
- **Capacidad 2:** Participar plenamente en las diferentes dimensiones de la vida cultural de su contexto, desde el nivel más próximo al nivel más global
- **Capacidad 3:** Evitar la exclusión y la discriminación por la pertenencia a una comunidad cultural determinada o a sus prácticas culturales
- **Capacidad 4:** Ejercer la libertad de expresión, la sensibilidad, la creatividad y las tradiciones de la propia cultura
- **Capacidad 5:** Conocer y expresarse en su lengua materna
- **Capacidad 6:** Practicar y comunicar las manifestaciones de la expresividad y creatividad artística sin censura o limitación
- **Capacidad 7:** Conocer y valorar la propia herencia y memoria cultural
- **Capacidad 8:** Respetar la diversidad cultural
- **Capacidad 9:** Disfrutar de un entorno cultural no opresivo y respetuoso con los géneros, las edades y los derechos fundamentales

### Grupales/Comunitarias

- **Capacidad 1:** Participar en la vida cultural de la comunidad de referencia en libertad
- **Capacidad 2:** Proteger la herencia, el patrimonio y las expresiones culturales de la comunidad
- **Capacidad 3:** Transmitir clara y suficientemente los aportes de la cultura de la comunidad, su memoria y los saberes históricos a las nuevas generaciones, de tal forma que pueda preservarse sin caer en el olvido
- **Capacidad 4:** Conocer y abrirse a otros lenguajes, expresiones culturales, manifestaciones artísticas, etc. que puedan enriquecer la vida cultural de la comunidad sin discriminación
- **Capacidad 5:** Favorecer, difundir y compartir con la comunidad los recursos y las potencialidades culturales de sus miembros

### Institucionales/Gubernamentales

- **Capacidad 1:** Valorar los aportes de las políticas culturales a las políticas de desarrollo
- **Capacidad 2:** Reconocer la igualdad de derechos entre todas las poblaciones culturales del territorio

#### **7.6. Precio**

La fijación de los precios se realizó en función de los precios que maneja la competencia, de los costos del producto y el margen de utilidad que se espera alcanzar. El precio final del producto es asequible y se considera que está por debajo de los precios de la competencia.

Precio: El precio de lanzamiento en el mercado el cual se ha fijado así para el producto BabyTime. Programa de actividades para promover el desarrollo de tu bebé: \$79.900 COP

## 8. PLAN DE NEGOCIOS BABYTIME

### 8.1. Descripción de la empresa

#### 8.1.1. Nombre, Posicionamiento, Promesa

##### Nombre

BabyTime

##### ¿Qué palabras asocian con el nombre BabyTime?

Se realizó una lluvia de conceptos alrededor del nombre del emprendimiento con 36 personas y éstas fueron sus apreciaciones:

Vida	Actividad para bebé	Juegos de Bebés	Reloj
Cuidado	Bebés	Juego	Fiesta de bebé
Cuidados	Niños	Juego	Nacimiento
Tiempo para los niños	Bebé	Cuentos	BabyShower
Dedicación	Infancia	Gimnasio para bebés	Ternura
Acompañamiento a bebés	Bebés	Móvil de bebé	Responsabilidad
Tiempo de bebé	Bebé Dormido	Cuna	Amor
Dedicación	Bebé	Juegos para bebés	Exploración
	Tiempo de Bebés	Jugar	Niños

##### Creando un posicionamiento

Sabemos que los espacios para compartir en familia son cada vez más cortos por los compromisos laborales, y por eso es importante aprovechar cada momento para compartir experiencias de calidad con tu bebé. BabyTime te permite compartir momentos de amor con tu

bebé a través de un Programa de Estimulación temprana con actividades lúdicas y sensoriales. Estas prácticas actividades las puedes realizar en tu propio hogar con elementos comunes.

Con BabyTime conoce las BabyRutinas que potenciarán las capacidades cognitivas, socio-afectivas y motrices de tu bebé. En módulos semanales, tú y tu bebé pueden realizar diferentes actividades de estimulación temprana a partir del primer mes de vida hasta los 2 años de edad.

Ahorra tiempo en libros, folletos, revistas, videos y foros. BabyTime te brinda el contenido que necesitas desarrollado y diseñado por expertos en el cuidado y educación de los niños.

### **Creando un promesa**

Grandes padres con BabyTime!

#### **8.1.2. Diseño de la marca: Logo, Colores, tipografía e imágenes**

### **Logotipo**



*Figura 25. Logotipo BabyTime*

## Logotipo BabyTime + Slogan



Figura 26. Logotipo mas Slogan

## Imagen de apoyo BabyTime



Figura 27. Logotipo mas Slogan

## **8.2. Aspectos legales**

### **Razón social**

BabyTime se conformó como Sociedad S.A.S – Sociedad por acciones simplificadas – Creada por la Ley 1258 de 5 de diciembre del 2008. La empresa es el resultado de la viabilidad legal acorde al proyecto empresarial, se constituyó con el respectivo registro en la Cámara de Comercio en febrero de 2015. La sociedad se integró por 3 socios.

BabyTime tendrá presente la legislación expuesta en el código sustantivo de trabajo y la ley 100 de 1993, en lo que respecta al derecho laboral. En lo referente a las obligaciones tributarias, se cumplirá con el pago de: IVA, Retefuente, Impuesto a la renta, Impuesto de industria y comercio.

## **8.3. Propósitos de la empresa**

### **8.3.1. Misión**

BabyTime es una empresa dedicada al fortalecimiento de las capacidades de niños de 0 a 2 años de edad a través de la planificación y gestión de acciones formativas dirigidas a padres de familia en materia de pedagogía infantil, educación y crianza.

### **8.3.2. Visión**

Para el 2020 BabyTime se convertirá en una empresa reconocida a nivel latinoamericano y del habla hispana en temáticas educativas alrededor de la primera infancia, la estimulación, cuidado y crianza de los niños.

## **8.4. Business Model Canvas BabyTime**

El descubrimiento de clientes inicia con el diseño del Business Model Canvas y Value propositions canvas. Esta fase comenzó con una profunda comprensión de las necesidades de los usuarios implicados en la solución que se estaba desarrollando, y también de su entorno para depurar la información y quedarnos con lo que realmente aportaba valor. En este paso se constituyó el equipo de trabajo que se conformó por un visionario y experto temático, un diseñador gráfico y un desarrollador.

Con el equipo de trabajo se comenzó a realizar el Bussines model canvas y se plantearon las hipótesis en cada uno de los 9 módulos que lo conforman, luego se dio paso a la validación de las hipótesis con la herramienta LeanStartup. Se requirió “Salir a la calle” y hacer pruebas (entrevistas, encuestas, experimentos, etc) para validar si los problemas habían sido identificados correctamente. Los resultados fueron los siguientes:

### **8.4.1. Propuesta de Valor. Descripción del Producto**

En la cotidianidad, muchos padres se preocupan por no saber qué hacer con sus hijos los primeros meses de vida. Esto les crea incertidumbre de cómo aprovechar el tiempo, qué hacer con los bebés, cuáles son las mejores experiencias para que sus hijos puedan desarrollarse de la mejor forma. Estas y otras inquietudes son las que se hacen día a día los padres de estos pequeños, y más cuando son padres primerizos. Por otro lado, los espacios para compartir en familia son cada vez más estrechos por los compromisos laborales, como lo demuestra el estudio que se realizó, que más del 80% de los padres encuestados trabaja; la idea es hacer presencia en la ausencia, y cuando se está en familia, es clave disfrutar con calidad y calidez todos los momentos con los pequeños.

Según las entrevistas realizadas que incluye a 26 padres de familia y futuras madres de la ciudad de Barranquilla se permite concluir que la mayor preocupación de los padres es la salud, el desarrollo y crecimiento de su hijo, seguido de la educación. En el marco del Estudio “Deseos y esperanzas de las madres”, realizado por 3,500 madres embarazadas y madres primerizas se concluyó que el 59% de las madres están de acuerdo en que el desarrollo empieza al nacer, y con

relación a la pregunta realizada con los instrumentos de este estudio ¿Conoce sobre la estimulación adecuada para bebés?, en la que el 76% dio una respuesta positiva no se puede desconocer el 34% de madres que le está restando importancia al desarrollo infantil adecuado de su hijo sabiendo la importancia que se encuentra reafirmada en este proyecto.

BabyTime, es una herramienta educativa para aquellos padres de familia que buscan estar presente en la vida de los niños desde sus primeros meses de vida, está dirigida a padres y madres y futuras madres de niños menores de un año, que buscan desde su inexperiencia brindar las mejores experiencias de vida a sus hijos. En el programa los padres encuentran un contenido educativo audiovisual para realizar actividades en casa con su bebé, de forma sencilla y utilizando recursos prácticos. Las actividades están orientadas a fortalecer el tiempo en familia, así como estimular las habilidades psicomotrices, cognitivas y afectivas de los bebés. Además, se encuentra información importante para conocer el desarrollo evolutivo de los niños, así como consejos y artículos desarrollados por expertos relacionados con los primeros 365 días de vida de los niños.

A través de actividades lúdicas y sensoriales, utilizando la música, el arte y el juego, los adultos transmitirán conocimiento y amor, compartirán momentos de placer, se relacionarán mejor con sus bebés y lograrán contribuir al desarrollo humano de sus infantes desde lo afectivo, motriz, cognitivo y comunicativo.

BabyTime, es una programa innovador desarrollado por expertos en el campo de la pedagogía infantil, diseño gráfico para la primera infancia y con amplia experiencia en el sector educativo infantil. BabyTime cuenta con actividades dispuestas para todos aquellos padres que posean un ordenador en sus hogares. Son actividades que los padres pueden ejecutar en casa, en el horario deseado y tiempo estipulado con recursos sencillos que pueden encontrar en el hogar, reduciendo los riesgos que implica la movilidad a centros de educación infantil, como también la disminución de los gastos.

### 8.4.1.1. Prototipo BabyTime. Mockups Landing Page y Mockup Multimedia.

Se construyeron los prototipos de baja fidelidad en el paso 1, Descubrimiento de Clientes, para hacer las ideas palpables poniendo de manifiesto elementos que se debían mejorar o refinar antes de llegar al resultado final. Seguido se construyó el prototipo de alta fidelidad el multimedia BabyTime que contiene todos los ejercicios y actividades propuestos para potencializar las capacidades cognitivas, de lenguaje, motrices y afectivas de niños y niñas de 0 – 1 año de edad.



Figura 28. LandingPage [www.babytime.com.co](http://www.babytime.com.co). Producto Mínimo viable. MVP de baja fidelidad



Figura 29. Pantalla Multimedia BabyTime.

Pantalla de inicio, en la que se encuentran los botones de Entrar y Así funciona y los links a Contáctanos, Blog y las redes sociales.



Figura 30. Pantalla Multimedia BabyTime.

En esta pantalla los usuarios deben escoger el ciclo de acuerdo a la edad del bebé.



Figura 31. Pantalla Multimedia BabyTime. Área de desarrollo Motriz

En esta pantalla los usuarios escogen 1 de las 12 BabyRutinas diseñadas para este ciclo que se encuentran en la parte de arriba. En cada BabyRutina los padres van a encontrar actividades de acuerdo al área de desarrollo que se va a ejercitar ya sea motriz, afectivo, lenguaje y cognitivo. En esta pantalla se muestra la actividad del área de desarrollo Motriz llamada Tiernas Caricias con su respectiva explicación en la parte de abajo. De lado derecho se encuentran los objetivos de la actividad y los materiales que se necesitan para el desarrollo de la misma. Los materiales que se que se utilizan para la mayoría de la actividades se pueden encontrar en casa o son de fácil acceso.



Figura 32. Pantalla Multimedia BabyTime. Área de desarrollo Afectiva

En esta pantalla se muestra la actividad del área de desarrollo Afectivo llamada Arrulllos de mamá.



Figura 33. Pantalla Multimedia BabyTime. Área de desarrollo Lenguaje

En esta pantalla se muestra la actividad del área de desarrollo Lenguaje llamada Qué estas haciendo?. Esta actividad es desarrollada por el padre promoviendo que también se involucre en el desarrollo de su hijo. En el multimedia

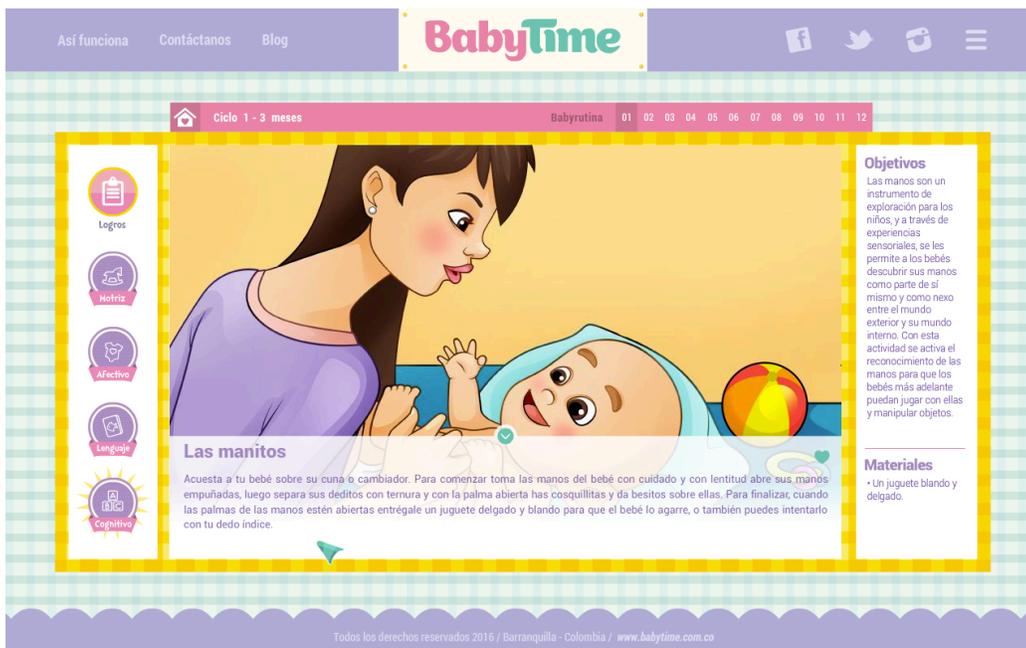


Figura 34. Pantalla Multimedia BabyTime. Área de desarrollo Cognitivo

En esta pantalla se muestra la actividad del área de desarrollo Cognitivo llamada Las manitos.

### **8.4.2. Segmentos del Cliente**

Estamos creando valor para dos tipos de clientes, siendo el Cliente Tipo I el foco de trabajo en la primera etapa de trabajo como empresa. Se ha validado este segmento de clientes a través de 26 entrevistas y 70 encuestas realizadas a padres de familia y madres gestantes.

#### **Cliente Tipo I**

Padres de familia: son padres que se preocupan por brindar desde su inexperiencia las mejores experiencias de vida a sus hijos desde los primeros meses de vida.

- Padres de familia de niños y niñas entre los 0 y 12 meses de edad.
- Madres gestantes
- Padres de familia que tengan un computador en casa.
- Padres de familia que carecen de tiempo para compartir con sus hijos por estar en sus trabajos.
- Padres de familia que carecen de recursos económicos para inscribir a los niños en cursos de estimulación adecuada en centros infantiles presenciales.

El 69% de los padres encuestados afirma que no utiliza actualmente un producto como el descrito, y un 49% afirma que no lo ha utilizado. Así mismo un 42% comenta que le parece muy interesante y un 33% les parece interesante

Se ha también caracterizado otra tipología de Clientes, dado el interés creciente que tienen tanto empresas estatales y privadas de brindar portafolios educativos y recreativos a sus usuarios y beneficiarios, este tipo de cliente han surgido de diferentes diálogos y asesoramientos recibidos al equipo de BabyTime por parte del Programa Apps.co del departamento del Atlántico y la Cámara de comercio de la ciudad de Barranquilla.

#### **Cliente Tipo II**

- Gobernaciones y alcaldías que apoyen a madres gestantes y primerizas en su labor como madres desde sus programas y proyectos.

- Empresas privadas y cajas de compensación familiar que deseen apoyar a madres gestantes y primerizas en su labor como madres.

### **8.4.3. Canales**

#### **▪ Canales de comunicación**

##### **Directos**

- Página web: [www.babytime.cm.co](http://www.babytime.cm.co).
- Redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, y blog. Contamos con mas de 300 seguidores en Facebook de 18 países de habla hispana.

##### **Indirectos**

- Publicidad Centros Médicos Pediátricos, Centros de médicos ginecólogos obstetras, Programas de crecimiento y desarrollo, Programas de vacunación.
- Publicidad en Instituciones educativas que no ofrezcan el servicio de estimulación adecuada.
- Visitas a instituciones y empresas potenciales para ofrecer el producto.
- Pautas publicitarias en revistas y publicaciones infantiles tanto impresas como electrónicas.
- Pautas en blogs relacionados con la temática

#### **▪ Canales de distribución**

- BabyTime iniciará con un canal de distribución directo, del fabricante directamente al consumidor. La no presencia de intermediarios resulta beneficioso sobre todo para el consumidor, quien no tendrá que asumir sobrecostos al momento de adquirir el producto por la reventa del mismo, además, se genera una atención más personalizada. Se tienen contactos con tiendas infantiles minoristas presentes en la región caribe para continuar con un canal de distribución detallista.

## ■ Canales de ventas

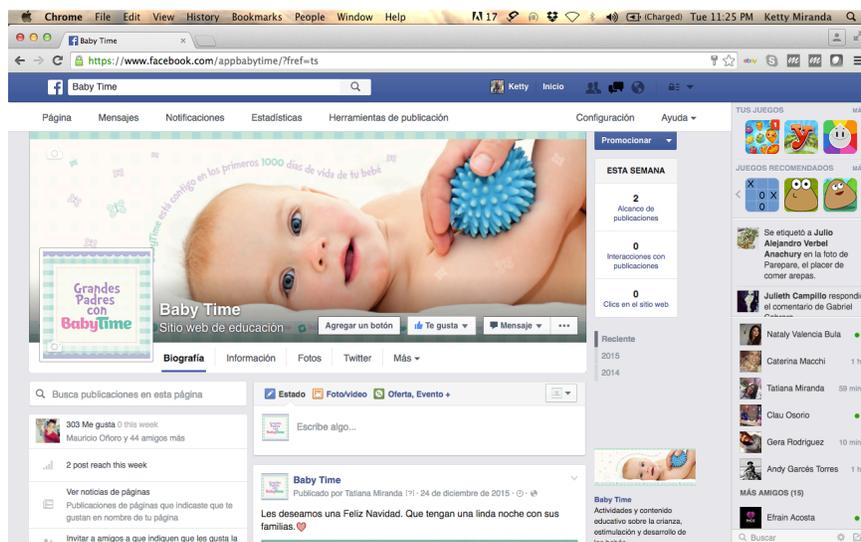
- Ventas Online. El producto será ofertado a través de página web de BabyTime [www.babytime.cm.co](http://www.babytime.cm.co). Los medios de pago se realizarán a través de una consignación en cuenta de ahorros o a través de transferencias bancarias. Para la logística del envío se subcontratará con empresas transportadoras reconocidas en el mercado.
- En un futuro se hará presencia en tiendas comerciales relacionadas con el sector infantil, así como visitas a instituciones y empresas potenciales para ofrecer el producto

### 8.4.4. Relación con los clientes

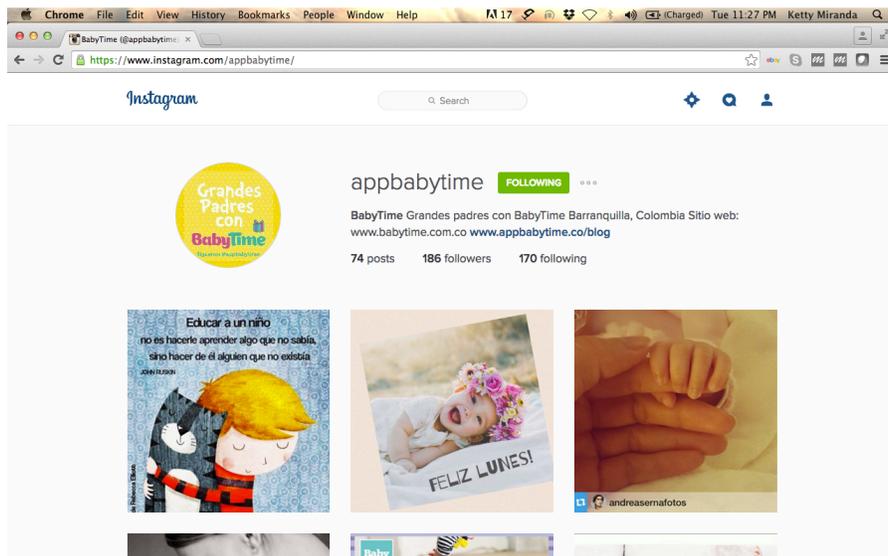
#### Cliente Tipo I

- Para el equipo de BabyTime es fundamental la relación con los clientes Tipo 1, que son los padres de familia y madres gestantes, actualmente hemos establecido con ellos contacto a través de la página web [www.babytime.com.co](http://www.babytime.com.co) y también a través de las redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram y Blog.

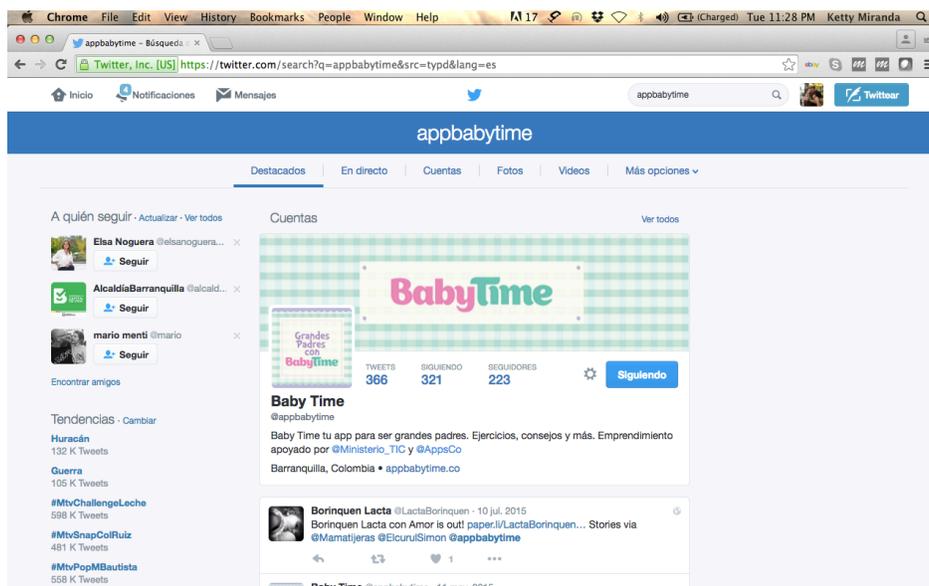
Facebook. <https://www.facebook.com/appbabytime>



Instagram. <http://instagram.com/appbabytime>



Twitter. <https://twitter.com/appbabytime>



Tenemos presencia en 18 países • México • Argentina • Venezuela • España • Costa Rica • Estados Unidos • Venezuela • Brasil • Chile • Perú • Canadá • Puerto Rico • Panamá • Antillas • Portugal • Paraguay • Alemania

## **Cliente Tipo II**

Con relación al Cliente Tipo 2, se realizarán visitas a potenciales empresas y alcaldías para ofrecer el producto. A futuro se espera tener presencia en tiendas comerciales relacionadas con el sector infantil, visitar jardines infantiles y consultorios de pediatría para dar a conocer el producto realizando encuentros con grupos de padres a través de charlas y talleres.

A su vez, se está ideando que una vez se lance el programa en versión beta mantener satisfechos a los usuarios a través de estrategias de fidelización del cliente, realizando activaciones de los productos con descuentos y promociones, como también desarrollar contenido especializado y foros para que compartan sus experiencias, entre otros. Se implementará un código QR para brindar contenido adicional. Se realizará asistencia personal en el momento de la compra, ofreciendo atención al cliente para ayudarlo durante el proceso de compra o posteriormente. Se ofrecerá asistencia personal exclusiva en el caso de las instituciones gubernamentales. Se realizarán pautas publicitarias en revistas y publicaciones infantiles.

La estrategia se centrará en motivar a los padres de familia por medio de una invitación a ser grandes padres con BabyTime que será el mensaje asociado a esta estrategia. Con estos conceptos se realizará una campaña promocional en redes sociales y página web del emprendimiento, así como los blogs de nuestros aliados. Para los casos de las gobernaciones y empresas se realizaran visitas potenciales con material impreso.

### **8.4.5. Actividades Clave**

Actividades clave que el equipo de trabajo de BabyTime ha tenido que realizar están:

- Diseñar experiencias educativas que los padres de familias puedan realizar desde su casa con sus bebés.
- Producir videos y fotografías para indicar a los padres de familia como realizar las actividades.
- Desarrollar una plataforma interactiva y amigable con el usuario para facilitar el entendimiento de las instrucciones y así desarrollar las actividades con los bebés.
- Organizar el presupuesto para el desarrollo del producto mínimo viable.
- Diseñar estrategia de mercadeo y publicidad.

### 8.4.6. Recursos clave

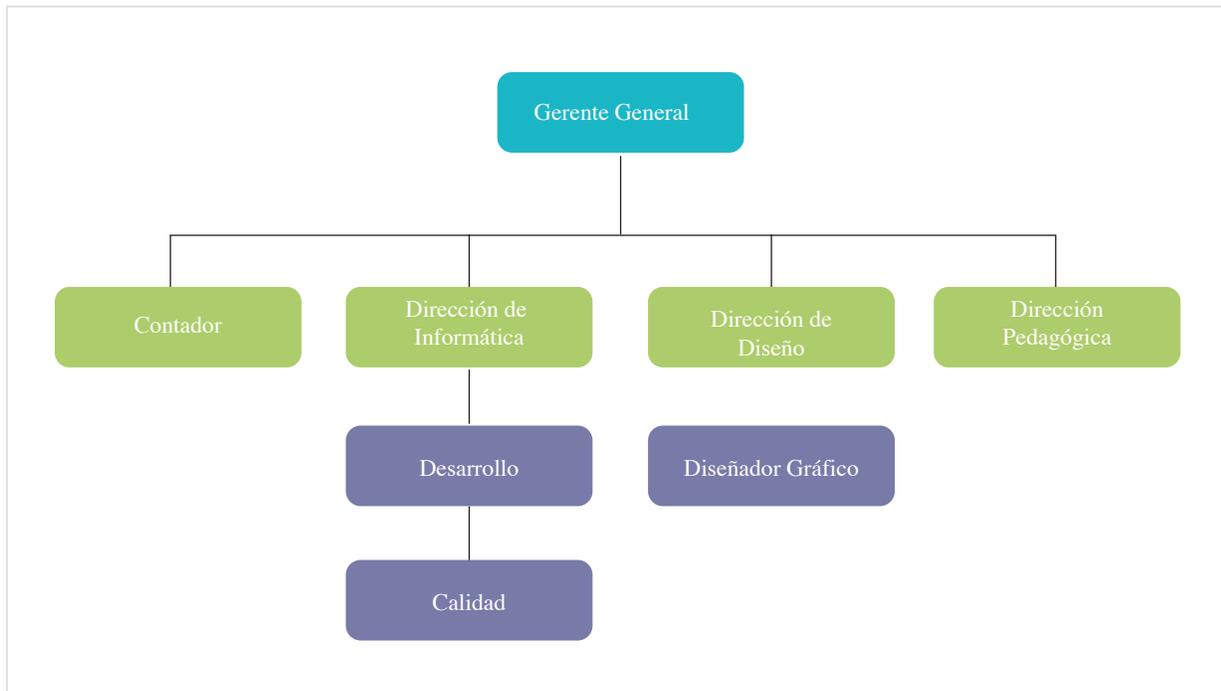


Figura 35. Organigrama actual

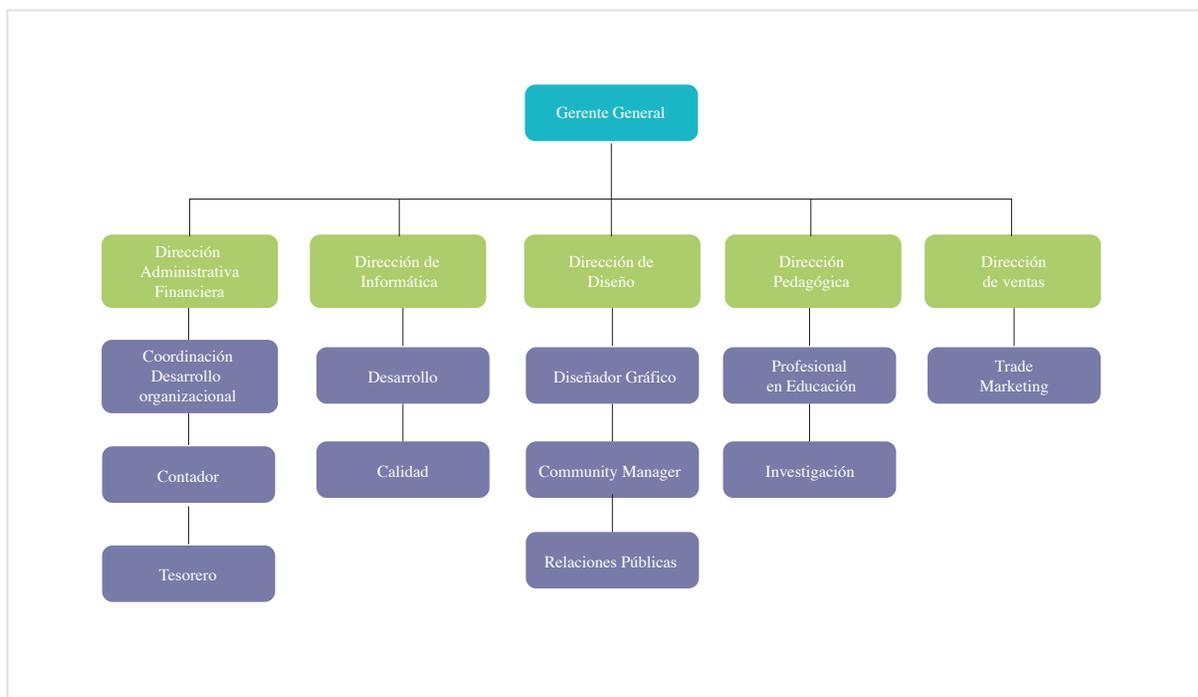


Figura 36. Organigrama futuro

## **Recursos Humanos**

El equipo de trabajo actualmente está conformado por:

### **Ketty Miranda Orozco**

*Ceo BabyTime/ Visionaria y Diseñadora Gráfica*

Magíster en Desarrollo y Cultura (en curso) Universidad Tecnológica de Bolívar / Diseñadora Gráfica Universidad Jorge Tadeo Lozano / Lean Launch Pad Apps.co 2014/ Bachiller Colegio Mixto Bachillerato de Baranoa / Docente de Tiempo Completo del Programa de Diseño Gráfico de la Universidad Autónoma del Caribe - Coordinadora de Investigaciones del Programa de Diseño Gráfico - Co-investigador del Grupo de Investigación ELLIPSIS (actualmente). Coinvestigadora del proyecto Colaboratorio de Diseño para la Primera infancia, Convocatoria 693 Colciencias.

### **Tatiana Miranda Orozco**

*Visionaria y Experta temática*

Magíster en Educación Infantil (en curso) de la Universidad de Buenos Aires / Licenciada en Pedagogía Infantil de la Universidad del Norte / Joven Investigador Colciencias 2015 / Lean Launch Pad Apps.co 2014/ Profesional en Educación en el Parque Cultural del Caribe 2012-2014 / Investigadora Asistente de la Universidad del Norte 2012-2015 / Bachiller con énfasis en Pedagogía Escuela Normal Superior Santa Ana. Premios: Graduando de Excelencia Universidad del Norte. Investigadora principal del proyecto Colaboratorio de Diseño para la Primera infancia, Convocatoria 693 Colciencias.

### **Kelly Miranda Orozco**

*Ingeniera de sistemas*

Analista de calidad de Software. Ingeniera de Sistemas Universidad Autónoma del Caribe /ISTQB Certified Tester Foundation Level. HASTQB/ Lean Launch Pad Apps.co 2014/ Bachiller Colegio Mixto Bachillerato de Baranoa / Analista de Calidad de Software Compensar, Bogotá / Analista de Pruebas Choucair Testing S.A, Bogotá.

A continuación personal que se requirió para el desarrollo del programa:

Tabla 6

*Personal requerido y forma de organización.*

Cargo	Tareas	Habilidades
Pedagoga infantil (1)	Diseño de contenidos del programa educativo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencias en el diseño de actividades de estimulación infantil.</li> </ul>
Diseñadora Gráfica (1)	Diseño de Identidad corporativa e imagen global. Diseño web y multimedia. Manejo de redes Sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencias para el diseño para la primera infancia.</li> <li>• Diseño web y multimedia.</li> <li>• Diseño Imagen Global</li> <li>• Manejo de software como Illustrator, Photoshop, Flash.</li> <li>• Community Manager</li> </ul>
Ingeniero de Sistemas (1)	Desarrollo de Landing page. Soporte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollador web</li> <li>• Gestión de calidad</li> <li>• Excelentes relaciones interpersonales.</li> </ul>
Diseñador Multimedial (1)	Diseño de Multimedia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencias en el diseño de multimedia.</li> <li>• Manejo de software como Illustrator, Photoshop, Flash.</li> </ul>
Realizador Audiovisual (1)	Producción de contenido audiovisual para el programa educativo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencias para la producción audiovisual de la primera infancia.</li> </ul>
Fotógrafo (1)	Producción de fotografías para el programa educativo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencias para la producción fotográfica de la primera infancia.</li> </ul>
Ilustrador (2)	Diseño de ilustraciones para el programa educativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencias para el diseño de ilustraciones para la primera infancia.</li> <li>• Manejo de software como Illustrator, Photoshop.</li> </ul>
Comunicadora Social (1)	Creación de voz en off para el contenido audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencias para la grabación de audios.</li> </ul>
Ingeniero Industrial (1)	Diseño del plan de marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelentes relaciones interpersonales.</li> </ul>

*Fuente:* Creación del autor.

#### • Recursos Físicos

Computadores, internet, libros, cámaras fotográficas y de video, software, set de grabación de video y audio, mobiliario y juguetes para las actividades.

- **Recursos Económicos:**

Honorarios, servidores, soporte y desarrollo técnico, producción de videos, campaña de marketing.

#### **8.4.7. Socios Clave**

- Bloggers de temáticas infantiles
- Médicos pediatras
- Médicos obstetras
- Instituciones educativas que no ofrezcan el servicio de estimulación adecuada en sus instituciones para así establecer convenios.
- Aliados comerciales de productos infantiles (distribuidores) (juguetes infantiles, material educativo, comidas para bebé, entre otros)
- Centros de estimulación adecuada, que conciban la aplicación BabyTime como un complemento de sus actividades.

#### **8.4.8. Fuentes de Ingresos**

El proyecto será sostenible a través de los siguientes modelo de negocios:

- Venta directa de contenido educativo a padres de familia.
- Patrocinadores y sponsors publicitarios de productos infantiles en el blog y página web. Modelo Publicidad.
- Venta de licencias a instituciones públicas y privadas. Convenidos con centros médicos, jardines infantiles, cajas de compensación. Modelo Concesión de Licencias

Actualmente, el programa se encuentra en versión beta y no ha salido al mercado. En este momento se cuenta con una lista de padres interesados, se están realizando los últimos ajustes para realizar el lanzamiento próximamente, así que por el momento no se han realizado ventas.

### 8.4.9. Estructura De Costos

Los costos estimados para la realización y programación del multimedia BabyTime se subscriben a los campos de: producción de los contenidos educativos, diseño gráfico, diseño Multimedia, diseño web, programación web, producción audiovisual y musical de los contenidos educativos.

Tabla 7  
Estructura de costos

Rubro	Especificación	Tipo de vinculación	Cantidad	Costo mensual	Tiempo de vinculación (Meses)	Costo Total
<b>Costos personal</b>	Coordinador de proyecto Área Pedagogía	Tiempo completo	1	\$1.000.000	12	\$12.000.000
	Coordinador de proyecto Área Sistemas	Tiempo completo	1	\$1.000.000	12	\$12.000.000
	Coordinador de proyecto Área Diseño Gráfico	Tiempo completo	1	\$1.000.000	12	\$12.000.000
						<b>\$36.000.000</b>

Rubro	Especificación	Cantidad	Costo Mensual	Costo Total
<b>Infraestructura</b>	Dominio y Hosting	1	\$150.000	\$150.000
	Ampliación de Hosting (1gb)	1	\$42.533	\$42.533
Rubro	Especificación	Cantidad	Costo Mensual	Costo Total
<b>Página web</b>	Landing page	1	\$320.000	\$320.000
	Storytelling	1	\$150.000	\$150.000
Rubro	Especificación	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
<b>Producción videos</b>	Grabación y edición de videos	60	\$40.000	\$2.400.000
	Materiales Set de grabación	1	\$800.000	\$800.000
	Alquiler locación	0	\$150.000	\$150.000
	Materiales de las actividades	1	\$500.000	\$500.000
Rubro	Especificación	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
<b>Producto</b>	Impresión Digipack	100	\$2.500.000	\$2.500.000

	Impresión Memorias USB	100	\$2.000.000	\$2.000.000
<b>Rubro</b>	<b>Especificación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Otros costos</b>	Trámite Registro Mercantil	1	\$77.000	\$77.000
	Apertura cuenta bancaria	1	\$200.000	\$200.000
	Registro de la marca	1	\$ 600.000	\$ 600.000
	Impresión Facturas	500	\$100.000	\$100.000
<b>TOTAL</b>				<b>\$9.989.583</b>

## 9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con la realización del presente proyecto se puede concluir y realizar las siguientes recomendaciones:

1. Es necesario invertir en la primera infancia ya que la primera infancia, al influir sobre la salud, el aprendizaje y la conducta durante toda la vida, es una oportunidad única para impulsar el desarrollo humano. Reconociendo los avances que se han realizado alrededor de la primera infancia en Colombia y en el mundo, aún hay mucho por hacer. Es importante que los organismos gubernamentales sigan invirtiendo en la primera infancia como mecanismo para mejorar el desarrollo humano de sus comunidades ya que favoreciendo unas dotaciones iniciales, predispondrán la generación de capacidades, la libertad y el rango de oportunidades de los cientos de niños que nacen cada año en la ciudad.

A través de la realización de las actividades de estimulación adecuada que se encuentran en el multimedia, se potencializan las capacidades cognitivas, afectivas, de lenguaje, motriz y artísticas de niños de 0 – 12 meses de edad. Con la realización de estas actividades se contribuye al fortalecimiento de la educación inicial y por ende al desarrollo humano.

Las inversiones en la primera infancia “son importantes en sí mismas debido a que abren el camino para toda una vida de mejor salud, desempeño mental, físico, y productividad” y “pueden llevar a minimizar, y aun prevenir, otros problemas económicos y sociales que van desde la delincuencia juvenil hasta la maternidad adolescente y la violencia doméstica y social. No hay ninguna inversión que tenga más alta tasa de retorno que la que se efectúa en primera infancia. BabyTime realiza esa inversión en la primera infancia al llevarle a los padres de familia un programa con actividades que potenciarán las capacidades cognitivas, de lenguaje, motrices y afectivas de sus bebés favoreciendo sus dotaciones iniciales y permitiendo una sociedad mas equitativa. Este programa con actividades diseñadas semana a semana fue diseñado por expertos en pedagogía infantil como un esfuerzo para llegar a educandos que quizá no tengan acceso a una escolarización.

Para el 2030, uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible apunta a velar por que todas las niñas y todos los niños tengan acceso a servicios de atención y desarrollo en la primera

infancia y a una enseñanza preescolar de calidad, a fin de que estén preparados para la enseñanza primaria. Es necesario entonces seguir trabajando sobre la primera infancia, hay un sinnúmero de madres y padres de familia que desconocen la gran importancia que tienen los primeros años de vida para el desarrollo de sus hijos, el darles leche materna, el estimularlos, brindarles cariño, amor, momentos de calidad y sobretodo estar presentes, son aspectos muy valiosos para su adecuado crecimiento que están pasando por alto y que van a definir nuestras sociedades.

2. En un mundo cada vez mas dominado por imágenes, sonidos, textos y símbolos, en el que la conectividad está cambiando los estilos de vida y las tendencias de consumo, se evidencia que el 70% de la información que circula en Internet se produce en países desarrollados y el 70% de los contenidos de la red está en inglés. La inclusión de la informática en los procesos productivos y la aparición de la web como un nuevo espacio de comunicación a escala mundial nos invita a la creación de contenidos propios. Lo que rezaga a Colombia en relación con los demás países del continente en cuanto al desarrollo de Internet es la dimensión contenido y este asunto constituye el reto principal que debe asumir la sociedad colombiana desde el punto de vista cultural. BabyTime es un programa multimedia creado en Colombia para satisfacer la demanda local con el fin de fortalecer el capital simbólico de la sociedad y sus comunidades, adaptado a las necesidades idiosincrásicas y a las realidades de los contextos locales.
3. Hasta hace poco era difícil imaginar una relación entre economía y cultura, “los usos de ambas palabras no coincidían en los lenguajes cotidianos”, no se imaginaba el enorme potencial que las producciones creativas y culturales tenían para el desarrollo económico y humano de una población. Hoy se puede ver que las industrias culturales son una enorme palanca de desarrollo económico y a la vez un poderoso factor de cohesión social y de consolidación de identidad para nuestros pueblos. Así mismo se puede observar como este tipo de economía fomenta no solo el desarrollo local a través de los empleos generados en su creación si no el individual, al favorecer el empoderamiento personal, frente a los eventos y hechos culturales que se evidencian en los contextos de desenvolvimiento propios. Estas transformaciones a nivel individual, se observan en el sentido de pertenencia y apropiación social de la cultura, demostrando con orgullo las costumbres y tradiciones. Se recomienda

entonces seguir trabajando por la creación de contenidos digitales con una mirada local, no se trata, de aceptar generosamente que la cultura pasa por los medios: estamos ante un mundo en el cual es claro que los medios de comunicación son determinantes en la creación de sentido y generadores de cultura. Hoy es indispensable que los medios se tornen cada día más cercanos y expresivos de la vida cotidiana de los ciudadanos.

## 10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, A. (2009). Protección de la primera infancia: abuso, violencia, abandono, niños de la calle, explotación laboral. En Palacios, J. & Castañeda, E. (Coord.). En *La primera infancia (0-6 años) y su futuro* (pp. 27-37). España: Organización de los Estados Iberoamericanos (OEI) – Fundación Santillana.
- Araujo, M; López-Boo, F; Puyana, J. (2013). Panorama sobre los servicios de desarrollo infantil en América Latina y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo División de Protección Social y Salud
- Bautista, N. (2011). Proceso de la investigación cualitativa. Bogotá: Manual Moderno.
- Bula, J. (2009). Indicadores sociales y demográficos, atención a las necesidades básicas, cohesión social, derechos de la infancia. En Palacios, J. & Castañeda, E. (Coord.). En *La primera infancia (0-6 años) y su futuro* (pp. 15-25). España: Organización de los Estados Iberoamericanos (OEI) – Fundación Santillana.
- Blank, S; Dorf, B. (2010). El manual del emprendedor. La guía paso a paso para crear una empresa.
- Buitrago, F; Duque, I. (2013). La economía naranja. Una oportunidad infinita. Banco Interamericano de Desarrollo. Estados Unidos
- Colombia por la primera infancia: política pública por los niños y niñas, desde la gestación hasta los seis años (2006). Ministerio de Educación. República de Colombia.
- Departamento administrativo nacional de estadística (DANE) (10 de Abril de 2016). *Demografía y población. Proyecciones de población*. Recuperado de <http://www.dane.gov.co/index.php/poblacion-y-demografia/proyecciones-de-poblacion>

Dos Santos, E. (2009, septiembre). *La Economía Creativa: Estímulo a la recuperación Económica*. En Seminario Internacional. El sector cultural hoy: oportunidades, desafíos y respuestas. Cartagena de Indias, Colombia. (pp. 78-82) Universidad Tecnológica de Bolívar & Ministerio de Cultura.

FisherPrice. (2015). Estudio “Deseos y esperanzas de las madres”: Resumen global. Recuperado [http://www.fisher-price.com/es\\_ES/ecd](http://www.fisher-price.com/es_ES/ecd)

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). (2015a) *Unicef: Primera Infancia*. Recuperado de: <http://www.unicef.org/spanish/earlychildhood/>

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). (2015b). *Shakira y UNICEF piden a los dirigentes que se unan a la revolución de la primera infancia*. Recuperado de: <http://weshare.unicef.org/archive/12940-NYHQ-Shakira-Press-Conference-HD-NTSC-2AM408T038RZ.html>

Gertler, P; Heckman, J; Pinto, R; Zanolini, A; Vermeersch, C; Walker, S; Chang, S; Grantham-McGregor, S. (2014). Labor market returns to an early childhood stimulation intervention in Jamaica. *Science*, 344, pp. 998 – 1001. doi: 10.1126/science.1251178

Greiner, M. (2001, junio). *La estimulación temprana: Un reto del siglo XXI*. Ponencia presentada en el IV Encuentro Internacional de Educación Inicial y Preescolar. Ciudad de la Habana, Cuba.

Heckman, J.J. 2004. Invest in the Very Young. Center of Excellence for Early Childhood Development. Encyclopedia on Early Childhood Development. Web: <http://www.excellence-earlychildhood.ca/documents/HeckmanANG.pdf>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. 5ª ed. México: McGraw-Hill.

- Ivaldi, E. (2014) Educación, arte y creatividad. En Sarlé, P; Ivaldi, E & Hernández, L. (Coord.). En *Arte, educación y primera infancia: sentidos y experiencias* (pp. 11-28). España: Organización de los Estados Iberoamericanos (OEI) – Fundación Santillana.
- Lake, A. (2015). Intervención del Director ejecutivo de UNICEF Anthony Lake. En UNICEF and Shakira: press briefing on early childhood development. Recuperado de: <http://weshare.unicef.org/archive/12940-NYHQ-Shakira-Press-Conference-HD-NTSC-2AM408T038RZ.html>
- Lugo, M & Schurmann, S. (2012). *Activando el aprendizaje móvil en América Latina*. Francia: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (UNESCO). Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002160/216080s.pdf>.
- Marchesi, A. (2009). Preámbulo. En Palacios, J. & Castañeda, E. (Coord.). En *La primera infancia (0-6 años) y su futuro* (pp. 15-25). España: Organización de los Estados Iberoamericanos (OEI) – Fundación Santillana.
- Martínez, F. (2001, junio). *La estimulación temprana: enfoques, problemáticas y proyecciones*. Ponencia presentada en el IV Encuentro Internacional de Educación Inicial y Preescolar. Ciudad de la Habana, Cuba.
- Mendez, C. (2004). Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación. 3ª ed. Colombia: McGraw-Hill.
- Ministerio de Cultura. República de Colombia. Impacto económico de las industrias culturales en Colombia (2003).
- Moreau, L. (1993). El Jardín maternal: entre la intuición y el saber. Editorial Paidós.
- Moreno, P. (2009, septiembre). *Intervención de la Ministra de Cultura de Colombia*. En Seminario Internacional. El sector cultural hoy: oportunidades, desafíos y respuestas.

Cartagena de Indias, Colombia. (pp. 23-27) Universidad Tecnológica de Bolívar & Ministerio de Cultura.

Nash, M (1997, febrero). Fertile minds. *Time*. Recuperado de:

<http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,985854,00.html>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. UNESCO.

(2013). *El futuro del aprendizaje móvil. Implicaciones para la planificación y la formulación de políticas*. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002196/219637s.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (UNESCO).

(2013). *Directrices para las políticas de aprendizaje móvil*. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002196/219662S.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación y Diversificación, la Ciencia y la Cultura

(UNESCO). (2015a). *Las Tics en la educación. La investigación sobre las políticas y la promoción*. Recuperado de: <http://www.unesco.org/new/es/unesco/themes/icts/m4ed/policy-work/>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación y Diversificación, la Ciencia y la Cultura

(UNESCO). (2015b). *Las Tics en la educación. La alfabetización mediante el uso de la telefonía móvil – Dotar de* Recuperado de:

<http://www.unesco.org/new/es/unesco/themes/icts/m4ed/policy-work/mobile-phone-literacy-project/>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación y Diversificación, la Ciencia y la Cultura

(UNESCO). (21 de 7 de 2010). *Políticas para la creatividad*. Recuperado el 23 de 03 de 2013, de UNESCO: [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/images/UNESCO\\_CulturalandCreativeIndustriesguide\\_01.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/images/UNESCO_CulturalandCreativeIndustriesguide_01.pdf)

Organización de las Naciones Unidas (ONU). (30 de 01 de 2010). ONU. Recuperado el 5 de 11

de 2013, de ONU: [http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf)

- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2014) *Derechos de la infancia en la era digital. Desafíos*. Boletín de la infancia y la adolescencia sobre el avance de los objetivos de desarrollo del milenio. Número 18. Recuperado <http://www.unicef.org/lac/Desafios-18-CEPAL-UNICEF.pdf>
- OMPI. (5 de 11 de 2013). OMPI. Recuperado el 5 de 11 de 2013, de OMPI: [http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/copyright/893/wipo\\_pub\\_893.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/copyright/893/wipo_pub_893.pdf)
- Osterwalder, A; Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Deusto. España
- Osterwalder, A; Pigneur, Y; Bernarda, G; Smith, A. (2011). *Value Proposition Desing*. Deusto. España
- Perczek, R. (2009, agosto). *La primera infancia y el desarrollo económico y social*. En 9no Congreso Nacional de Lectura: Los niños son un cuento. Lectura en la Primera infancia. Bogotá, Colombia. (pp. 33-49)
- Plan de desarrollo de la Gobernación del Atlántico 2016 – 2019. Atlántico Líder. Gobernación del Atlántico
- Política de Promoción de la industria de Contenidos digitales (2011) . Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. República de Colombia.
- Política de Cultura Digital. (2010). En Compendio de Políticas Culturales. Ministerio de Cultura. República de Colombia.
- Política para el Emprendimiento y las Industrias Culturales. (2010). En Compendio de Políticas Culturales. Ministerio de Cultura. República de Colombia.

Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas (PNUD) & Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). (2010) *Economía creativa Informe 2010. Una opción factible de desarrollo*. Recuperado de [http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103\\_sp.pdf](http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf)

Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas (PNUD) & Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (UNESCO). (2014). *Informe sobre la Economía creativa. Edición especial 2013. Ampliar los cauces del desarrollo local*. Recuperado de <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>

Ramírez, N. (2009). Primera infancia: una agenda pendiente de derechos. En Palacios, J. & Castañeda, E. (Coord.). *La primera infancia (0-6 años) y su futuro* (pp. 63-71). España: Organización de los Estados Iberoamericanos (OEI) – Fundación Santillana.

Rosemberg, F. (2009). Niños pequeños en la agenda de políticas para la infancia: representaciones sociales y tensiones. En Palacios, J. & Castañeda, E. (Coord.). En *La primera infancia (0-6 años) y su futuro* (pp.49-62). España: Organización de los Estados Iberoamericanos (OEI) – Fundación Santillana.

Soto, C; Violante, R. (2005) Enseñar contenidos en el jardín maternal: una forma de compartir la crianza. En Soto, C. Violante, R. (comp) *En el jardín maternal: investigaciones, reflexiones y propuestas* (pp.50). Ed. Paidós. Buenos Aires.

Unión internacional de las Comunicaciones (UIT) (7 de Diciembre de 2015). *Indicadores clave de TIC para países desarrollados y en desarrollo y el mundo ( totales y tasas de penetración)*. Recuperado de <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

Unión internacional de las Comunicaciones (UIT) (11 de junio de 2016). *Core Household Indicators* Recuperado de <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

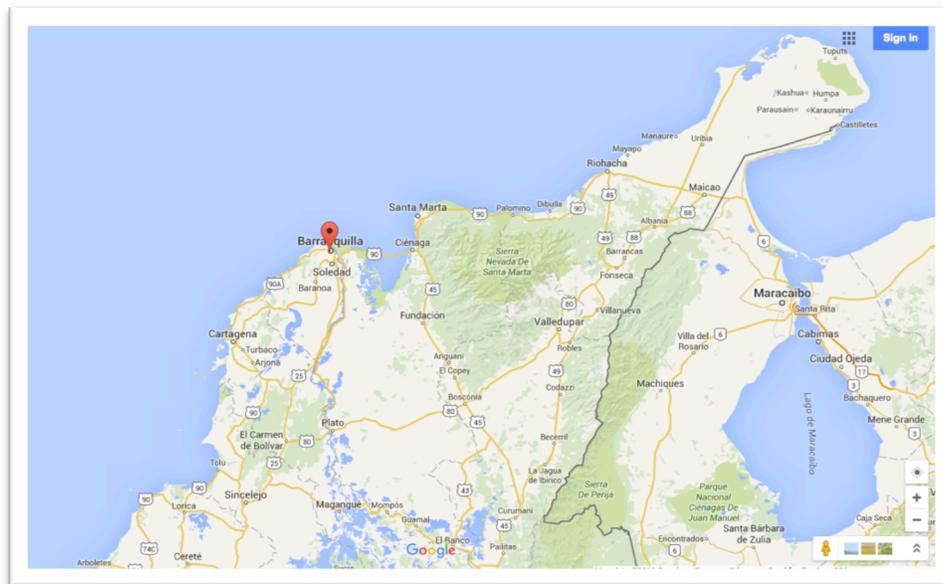
Unión internacional de las Comunicaciones (UIT) (11 de junio de 2016). Índice de desarrollo ITC

2015 Recuperado de <http://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2015/#idi2015countrycard-tab&COL>

Vesga, R. (2011). Guía para los mentores del programa Lean Launchpad Colombia. Versión 1. Universidad de los Andes.

## 11. ANEXOS

### a. Descripción Espacial Barranquilla



*Figura 37.* Ubicación geográfica de Barranquilla



*Figura 38.* Mapa de Barranquilla

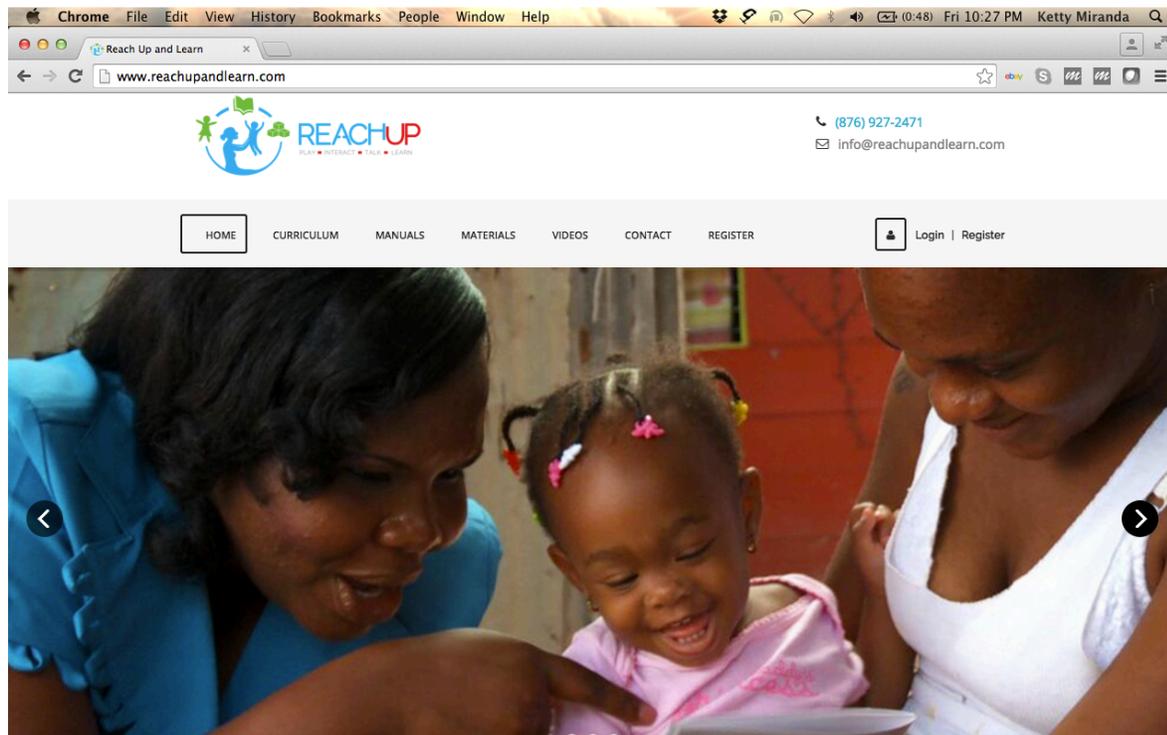
## b. Análisis de la competencia. Competidores directos



### ReachUp

*Un programa parental para la primera infancia*

Sitio web: <http://www.reachupandlearn.com/>



### 1. Identificación

Programa Educación para la Primera Infancia Asistido por los Padres de Jamaica ofrece un curso de formación estructurado con visitas al hogar para ayudar a los padres a mejorar el desarrollo de sus hijos. Se basa en el exitoso Programa de Visita al Hogar de Jamaica.

El programa consiste en visitas a los hogares por parte de especialistas que entrenan a los padres en el uso de los materiales para enseñar a sus hijos; actividades lúdicas utilizando juguetes de bajo costo hechos con materiales reciclables; y guías que tienen en cuenta las diferencias culturales para asegurarse de que los juguetes, los juegos y otras actividades educativas resulten adecuados para los niños

**2. Fecha de creación**

Hace 20 años

**3. Qué incluye**

El material de Reach Up incluye:

- 3.1. Un programa semanal para niños de 6 a 42 meses de edad;
- 3.2. Un manual de entrenamiento con videos demostrativos que fueron filmados en Jamaica, Perú y Bangladesh;
- 3.3. Un manual de planificación que ayuda a adecuar el programa a las necesidades específicas de cada país.

**4. Disponible para**

Gobiernos, Organizaciones no gubernamentales, Guarderías de niños y Docentes de niños desde los 6 hasta los 42 meses de edad.

**5. Idiomas**

Disponible en Inglés, Español, Francés y Bangla

**6. Lugares donde se ha implementado**

Bangladesh, India, Brasil, Madagascar y Perú. También está previsto implementarlo en Guatemala, China y Zimbabwe.

**7. Tecnología****8. Costo**

Proyecto financiado por el BID US\$ 15.00 millones

**9. Equipo de desarrollo****10. Programa: Currículo**

- **Weekly Visit Guide 6 – 11 Months** (24 lecciones)

- **Weekly Visit Guide 12 – 23 Months** (48 lecciones)
  
- **Weekly Visit Guide 24 – 36 Months** (52 lecciones)

Con el Programa Reach Up se evidenció que los niños que participaron en el programa hace 20 años no sólo tuvieron mejor desempeño escolar sino que también demostraron ser más felices y que llegada la adultez revelaron tener un coeficiente intelectual más alto, mejor salud mental, y un comportamiento menos violento.

También aquellos que participaron en el programa lograron mejores ingresos que aquellos que de niños no se beneficiaron con el programa, tal como puede observarse en un artículo en la revista Science escrito por el Premio Nobel de Economía James Heckman.

El programa de visitas guiadas Reach up muestra a los padres y a la comunidad en general la importancia de trabajar el desarrollo temprano de los niños.



## Grow Parenting App

*Juega. Imagina. Crece y vuelve a empezar.*

Sitio web: [https://www.fisher-price.com/es\\_MX/growapp/index.html](https://www.fisher-price.com/es_MX/growapp/index.html)



### 1. Identificación

Con Fisher-Price y la Fundación Barefoot, los padres pueden ver como va creciendo el bebé así mismo brinda información muy útil sobre su desarrollo. Se puede crear un perfil para el bebé, compartir fotos, y tomar nota de aquellos momentos especiales así como de sus logros en su propia línea del tiempo. Basado en esta información se enviarán consejos y actividades diarias apropiadas para la edad del bebé (0-5 años). Es útil para padres y profesores/educadores.

### 2. Fecha de creación

2016

### **3. Qué incluye**

- Más de 2,000 consejos sobre el desarrollo y actividades relacionadas con las habilidades sociales, desarrollo físico, habilidades de pensamiento y cognitivas, creatividad, comunicación y demás.
- Con un marcador de los logros del bebé para que se siga su desarrollo y se registren sus éxitos.
- Una línea del tiempo para registrar el progreso de sus hazañas. Se pueden añadir todos los detalles de lo que el bebé ha hecho, tomando notas y fotos.
- Se puede compartir todo en las redes sociales. Compartirlo con la familia y amigos a través de Facebook, Twitter, Google+, Instagram o email.
- Se puede personalizar la página de perfil del bebé con colores y fotos. Si se tienen más niños se pueden añadir.
- Tiene una función de búsqueda fácil, para aprender más acerca de lo que está por venir en la próxima edad y etapa del pequeño.
- Diario personal para dar seguimiento a los eventos principales de la formación del niño.
- Ideas de juego
- Artículos sobre la crianza y el desarrollo de los niños
- Rastreador personalizado de grandes logros
- Diario del bebé (que se convierte en un diario del niño)

### **4. Disponible para**

Padres Primerizos y experimentados y profesores/educadores de niños de 0 -5 años

### **5. Idiomas**

Disponible en inglés y español

### **6. Lugares donde se ha implementado**

Es una aplicación móvil y su salida al mercado fue en febrero de 2016

### **7. Tecnología**

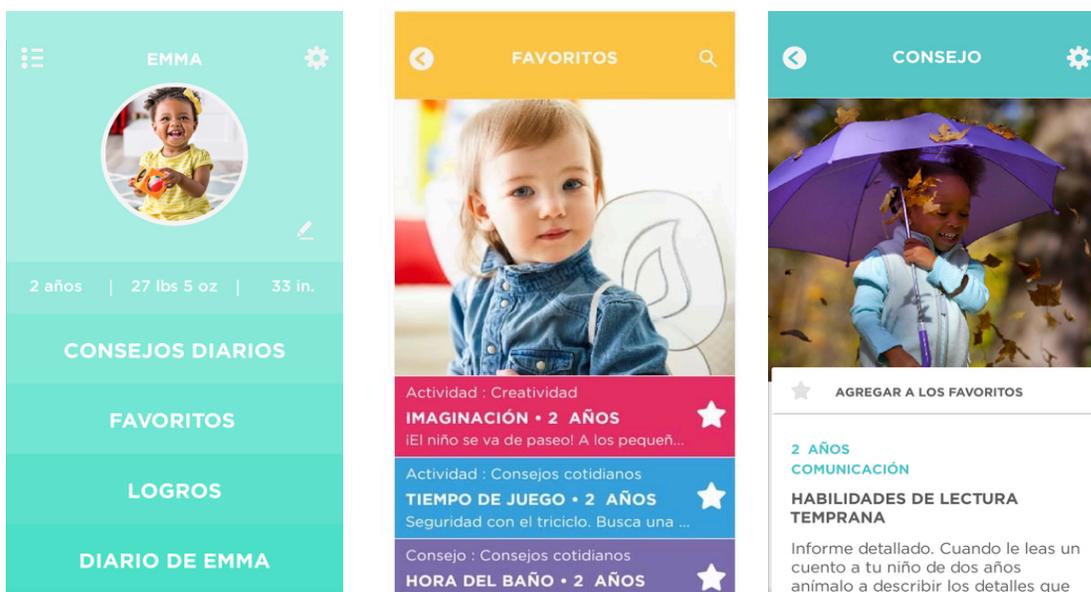
- Aplicación móvil

- Iphone: Esta App esta diseñada para el iPhone y el iPad. Requiere iOS 8.0 o posterior. Compatible con iPhone, iPad y iPod touch.
- Android, 4.0 y versiones superiores

## 8. Costo

Gratis

## 9. Diseño



## 10. Equipo de desarrollo

Fisher-Price y la fundación Barefoot. ©2016 Mattel. All Rights Reserve

Estudio realizado por Fisher price: “Deseos y esperanzas de las madres”

## 11. Programa:

### 1. Personalización

Consejos diarios

- Consejo
- Actividad

### Logros

- 18 – 24 meses
- 2 años
- 2 ½
- 3 años
- 4 años
- 5 años

### Diario

2. Profesores

3. Biblioteca

Esta aplicación es el resultado de una investigación realizada por Illuminas Global en nombre de Fisher-Price en el año 2015 denominada “Deseos y esperanzas de las madres”. En esta investigación se entrevistaron a 3,500 madres gestantes y madres de niños de hasta 18 meses de países como China, Brasil, México, Rusia, Francia, los EE. UU. y el Reino Unido, evaluando las actitudes y los puntos de vista de los padres en relación a las primeras etapas del desarrollo infantil.

Una de las mayores conclusiones del estudio “Deseos y esperanzas de las madres” es que el 59% de las madres encuestadas piensa que el desarrollo de sus bebés comienza con el nacimiento, así mismo el 47 % de las madres encuestadas coinciden en que les gusta estar al día de la última información sobre los distintos tipos de crianza.

Estas dos conclusiones son muy importantes ya que demuestran que mas del 40% de las madres no creen que el desarrollo de sus bebés comienza desde su nacimiento, o incluso antes y como resultado desperdician momentos valiosos y quizá de mayor aprendizaje para sus hijos quizá este resultado se debe a lo pocas informadas que puedan estar.

Grow parenting app, es un proyecto que trabaja por el desarrollo temprano de los niños y tiene como principales actores a los padres; el proyecto involucra a los padres en el desarrollo de sus hijos como sus primeros maestros. Quizá una de las mayores ventajas y desventajas del proyecto

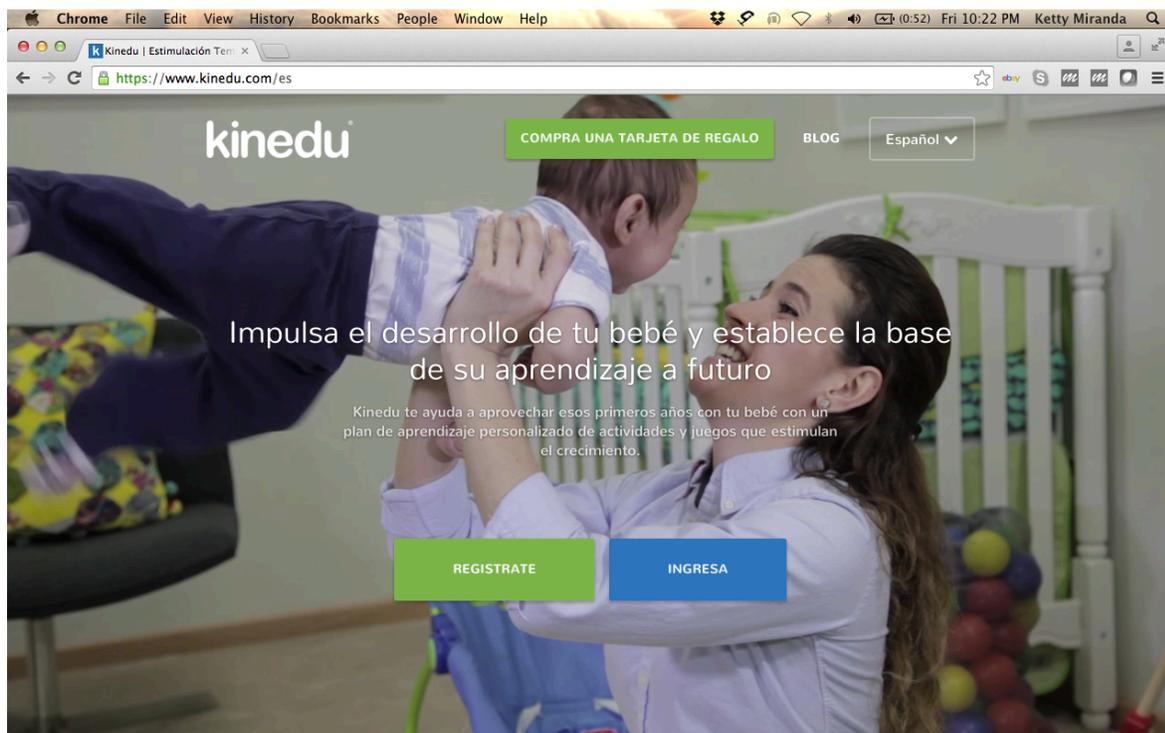
es la tecnología, de forma positiva el diseño de un aplicación móvil permite una actualización constante en los contenidos pero como desventaja se menciona como muchos de los usuarios comentan es que la aplicación está diseñada para equipos de alta gama porque en equipos de baja gama la aplicación presenta fallos, de igual forma las actividades planteadas se presentan de manera escrita lo que causa un poco de desorientación en los padres.



**Kinedu**

*Every moment counts*

Sitio web: <https://www.kinedu.com/es>



## 1. Identificación

Kinedu es una aplicación web y móvil que te permite a padres y madres, ser el mayor promotor del desarrollo de su hijo en su etapa de crecimiento más importante.

Kinedu es la guía de actividades de estimulación temprana para bebés de 0-24 meses. Creado por expertos en desarrollo infantil, el plan de desarrollo de Kinedu está basado en lo más nuevo de la ciencia del desarrollo infantil, que nos indica de la importancia de crear apego seguro a través de interacciones servir-devolver entre padres e hijos. Las actividades están diseñadas para estimular un desarrollo holístico, trabajando las áreas socio-afectiva, cognoscitiva, física y lingüística.

## **2. Fecha de creación**

2014. Actualizado: 11/03/2016

## **3. Qué incluye**

- Plan personalizado a las necesidades de tu bebé - no el niño “promedio”. Información acerca de más de 500 indicadores del desarrollo y actividades que te ayudarán a que tu bebé alcance cada uno.
- Un catálogo con más de 700 actividades para diferentes materiales, lugares y habilidades a desarrollar.
- Reportes detallados sobre el progreso de tu bebé en donde podrás seguir sus avances y descubrir sus fortalezas y áreas de oportunidad.
- Plan diario de actividades que se personaliza en base a lo que más necesita trabajar tu bebé, y va moldeando las actividades de acuerdo a cómo avanza su crecimiento.
- Más de 700 actividades que van acompañadas por un video breve que te explica cómo realizarlas con tu bebé.

## **4. Disponible para**

Padres de niños de 0 – 2 años

## **5. Idiomas**

Disponible en inglés y español

## **6. Lugares donde se ha implementado**

Es una aplicación web y móvil y su salida al mercado fue en el año 2014

## **7. Tecnología**

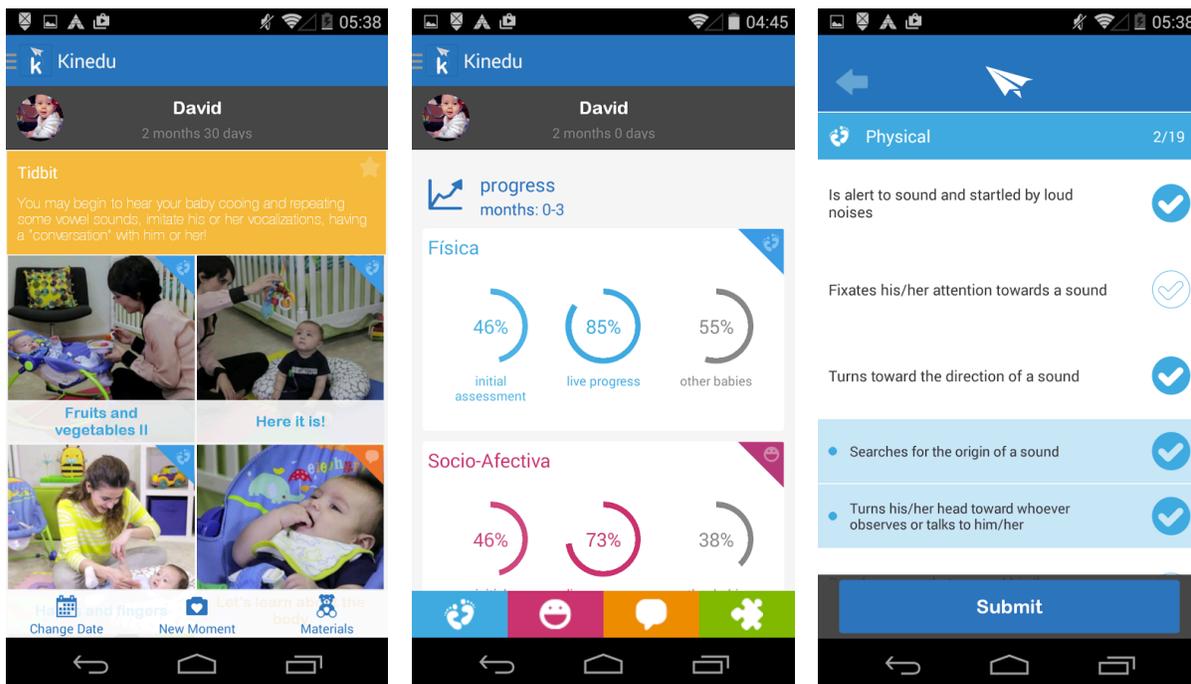
- Aplicación web y móvil
- Iphone: Requiere iOS 8.2 o posterior. Compatible con iPhone, iPad y iPod touch.
- Android

## **8. Costo**

Se puede suscribir a Kinedu como usuario premium a través de la suscripción mensual auto-renovable "in-app", que cuesta \$8.99 dólares o su equivalente en moneda local. Con esta suscripción, se tiene acceso a toda funcionalidad actual y por desarrollarse, incluyendo las más de 700 actividades de estimulación temprana. El costo del dólar a marzo 2016 = \$3.038

- 1) Plan mensual USD 8.99 = \$27.312
- 2) Una actividad USD 1.99 = \$ 6.045
- 3) Suscripción de 6 meses USD 49.99 = \$ 151.869
- 4) **Suscripción de 12 meses USD 89.99 = \$ 273.389**
- 5) **Un regalo para toda la vida USD 149.99 = \$ 455.669**
- 6) ¡Mi primer meta! USD 8.99 = \$ 27.311
- 7) Actividades de navidad para bebés de 0 - 3 meses USD 8.99 = \$ 27.311
- 8) ¡Mis primeros pasos! USD 11.99 = \$ 36.425

## 9. Diseño

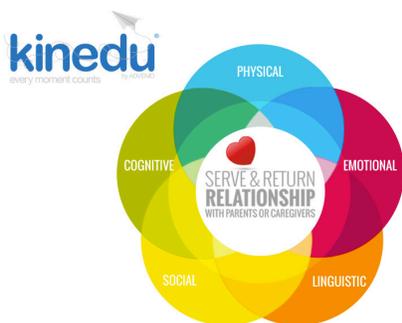


## 10. Equipo de desarrollo

El programa de desarrollo en edad temprana fue especialmente desarrollado por expertos en ADVENIO, con años de experiencia en centros de desarrollo infantil, interactuando y probando el mapa personalizado de desarrollo con cientos de niños.

Todo lo que se encuentra en Kinedu está basado en opiniones de expertos e investigaciones científicas para aprovechar al máximo los primeros años.

## 11. Programa:



Agregamos dos segmentos más a nuestra aplicación: el Programa de Metas y las Actividades de Temporada. Nuestro programa de metas está diseñado para apoyar el desarrollo de tu bebé al trabajar una habilidad en específico, como gatear, caminar y decir sus primeras palabras. Así mismo, hemos añadido 149 nuevas actividades de temporada que incluyen los temas de Halloween, Acción de

Gracias y Navidad.

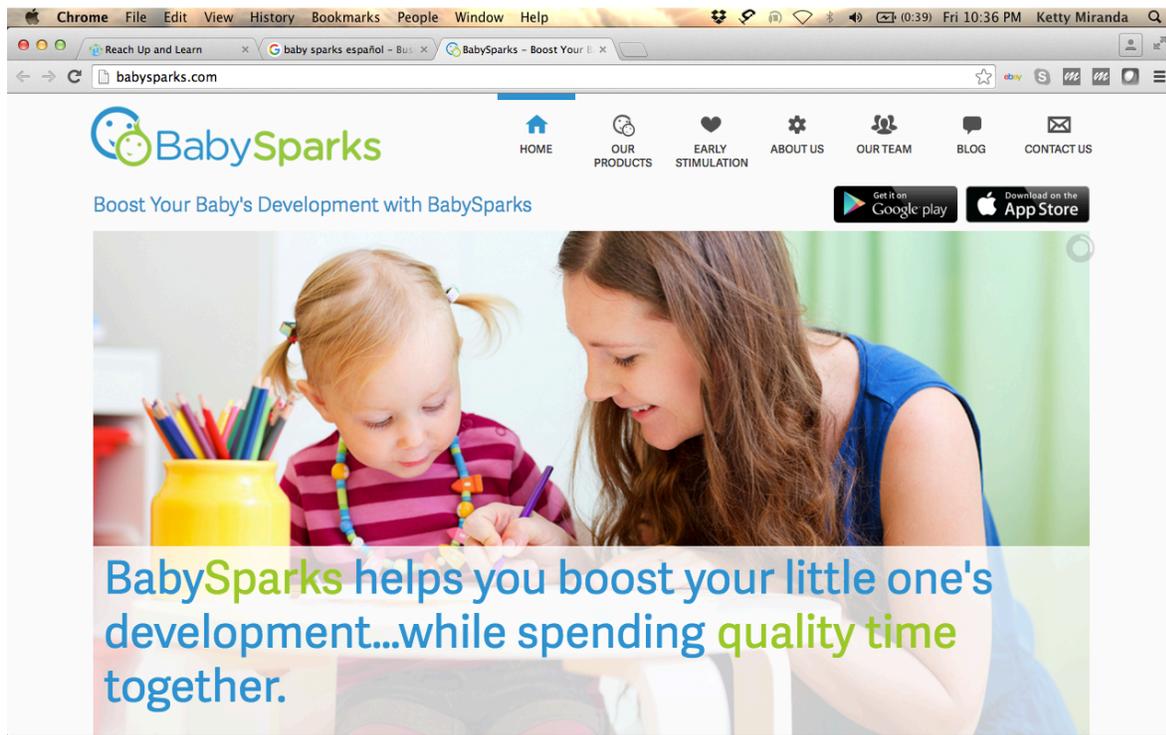
Kinedu es una aplicación web y móvil desarrollada por Advenio, especialista en cuidados infantiles. Kinedu es una guía de estimulación temprana que ayuda a impulsar el desarrollo de bebé. La aplicación cuenta con videos de cada una de las actividades lo que permite a los padres hacer un mejor ejercicio. Las actividades de Kinedu tienen un costo dependiendo del tipo de plan que se escoja, el plan con una duración de dos años tiene un costo de **USD 149.99 = \$ 455.669** pesos colombianos.



## Baby Sparks

*Boost your Baby's Development with BabySparks*

Sitio web: <http://babysparks.com/>



### 1. Identificación

Los primeros meses y años de vida son los más críticos en el desarrollo de tu hijo. Exponerlo consistentemente a una amplia gama de experiencias positivas, se traduce en fuertes conexiones neuronales que mejorarán el progreso de tu hijo, lo que tendrá un impacto de por vida .

Las actividades de *BabySparks* fueron diseñadas por reconocidos expertos en desarrollo temprano para ayudar a hacer las cosas correctas en el momento correcto y en la forma correcta. Las actividades son juegos simples que disfrutará el niño, se tendrá el beneficio agregado de pasar tiempo de gran calidad con él.

### 2. Fecha de creación

2015. Actualizado: 25/01/2016

### 3. Qué incluye

- **350+ actividades de estimulación temprana:**

- Rutina Diaria: Una mezcla balanceada diaria de actividades sugeridas que abarcan las áreas críticas del desarrollo.
- Una amplia colección de actividades totalmente navegable - ¿Quieres apoyar su esfuerzos de gateo? ¿Necesitas ideas para la playa o el parque? Cuenta con actividades para cualquier situación.
- Todas las actividades sugeridas en el perfil del niño son las relevantes para su edad y sus necesidades específicas de desarrollo.
- Cada actividad tiene un breve video ilustrativo para ayudar a entender exactamente qué hacer.
- Lleva un registro de las actividades realizadas y tus favoritas.

- **Acceso directo a información y logros claves del desarrollo:**

- Todos los logros del desarrollo claves para tu niño en este momento, en un mismo lugar: específicos para la edad de tu bebé y organizados por categoría de desarrollo.
- Información proporcionada para cada mes: explora lo que sigue en la vida de tu hijo.

### 4. Disponible para

Padres de niños de 0 – 12 meses

### 5. Idiomas

Disponible en inglés y español

### 6. Lugares donde se ha implementado

Es una aplicación móvil y su salida al mercado fue en el año 2015

### 7. Tecnología

Iphone: Requires iOS 7.1 or later. Compatible with iPhone, iPad, and iPod touch

4.1 y versiones superiores

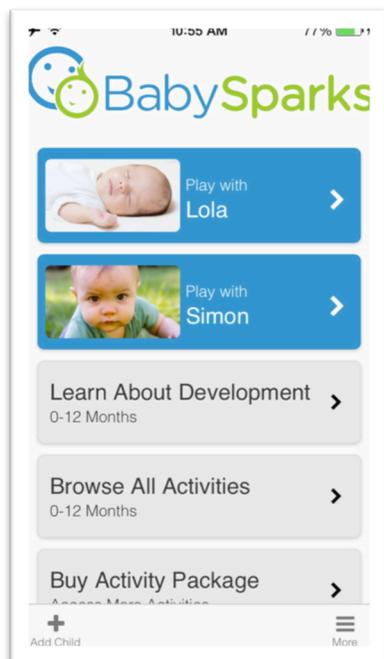
Android: 4.1 y versiones superiores

## 8. Costo

El costo del dólar a marzo 2016 = \$3.038

- Months 0 – 12 / USD 7.99 = \$ 24.273
- Months 0 – 6 / USD 4.99 \$ 15.159
- Months 7 – 12 / USD 4.99 \$ 15.159

El costo total del año es de USD 7.99 = \$ 24.273 pesos colombianos



## 9. Diseño

## 10. Equipo de desarrollo

Diseñado por expertos, utilizado por padres alrededor del mundo. BabySparks brinda actividades, información sobre logros y rutinas diarias personalizadas para que el desarrollo del bebé. *Juegos apropiados = Beneficios para el desarrollo de tu niño*

**12. Programa:**

Las actividades e información sobre desarrollo temprano están organizadas por áreas críticas del desarrollo: motricidad gruesa, motricidad fina, cognición, lenguaje, sensorial, autonomía y socio-afectivo



## **Infantia**

*Primer programa de Telecuidado*

Sitio web: <http://babysparks.com/>

### **1. Identificación**

Este proyecto, tiene como objetivo identificar las prácticas de cuidado de las familias con niños y niñas entre 0 y 5 años de los municipios del sur del departamento del Atlántico, así como diseñar, implementar y evaluar una estrategia de intervención con base en el uso de las TICs para potencializar dichas prácticas e incidir positivamente sobre el desarrollo infantil.

Debido a esto se diseñó la estrategia de TeleCuidado, dirigida al mejoramiento de las prácticas de cuidado en las familias para el desarrollo infantil. La estrategia, combina las herramientas de las tecnologías de la información y la comunicación con experiencias de intercambio comunitario como el taller vivencial, a fin de integrar los elementos tradicionales favorables para el cuidado a la infancia con las tecnologías de la industria cultural que impactan hoy de manera significativa las relaciones y la vida cotidiana de los hogares.

Con Infantia deseamos aportar al mejoramiento del desarrollo de los niños del departamento fomentando prácticas de cuidado integral, tener un perfil epidemiológico sobre las enfermedades prevalentes y conductas de salud/enfermedad asociadas, disminuir los índices de morbilidad infantil, e impactar de forma positiva la calidad de vida en la región a mediano y largo plazo gracias a la generación de capital humano y social.

Al determinar la eficacia y el costo eficiencia de este proyecto, se podría generalizar su implementación en todos los rincones de la Región Caribe, e igualmente en zonas del resto del país, donde las condiciones contextuales generan un ambiente amenazante para el desarrollo óptimo de los infantes.

### **2. Fecha de creación**

2014

### **3. Qué incluye**

El proyecto combinará estrategias tradicionales de intervención social junto con componentes tecnológicos, como mensajes de texto por celular, llamadas de seguimiento telefónico y

videoconferencias a distancia por medio de internet satelital dirigidos a promover las prácticas de cuidado favorables. Así, el programa Infancia expresa cómo la ciencia y la tecnología se ponen al servicio de las necesidades regionales, solucionando los problemas de nuestras comunidades.

El modelo aplica en la intervención las siguientes herramientas:

- a. **Talleres vivenciales:** Inicialmente, las familias beneficiarias del modelo de Telecuidado, recibirán talleres orientados por un equipo de profesionales en terreno apoyados con material audiovisual y actividades lúdicas para favorecer el proceso de reflexión. Adicionalmente, la jornada contará con un espacio de interacción virtual con especialistas en desarrollo infantil que desde el Hospital de la Universidad del Norte, responden las inquietudes de la familia, que han surgido en el espacio de reflexión.
- b. **Plataforma De Mensajería De Texto (Sms):** Los beneficiarios recibirán vía mensaje de texto información sobre las prácticas de cuidado asociadas a las distintas dimensiones del desarrollo infantil. Los mensajes se enviarán vía SMS que es el sistema con menores requerimientos de funcionamiento de los dispositivos celulares, de manera que facilite la recepción del mensaje a cualquier a cualquier equipo celular.
- c. La plataforma, además dispone de un sistema de evaluación para el análisis de seguimiento de cada uno de los beneficiarios con las respuestas obtenidas mediante seguimiento telefónico. La información que se irá obteniendo es incorporada por el sistema a una base de datos que después permite analizar la percepción de beneficio de los mensajes para los beneficiarios.

#### **4. Disponible para:**

Padres de niños de 0 – 5 años

#### **5. Idiomas**

Disponible en español

#### **6. Lugares donde se ha implementado**

Sur del Departamento del Atlántico: Manatí, Santa Lucía, Campo de la Cruz, Suan, Candelaria, Ponedera y Repelón. Resultarán beneficiadas unas 7 mil familias, que equivalen a casi 35 mil personas.

## **7. Tecnología**

- Plataforma De Mensajería De Texto (Sms)
- Llamadas telefónicas

## **8. Costo**

Gratuito. Proyecto presentado al fondo de ciencia y tecnología del Sistema General de Regalías, orientado a generar conocimiento científico como base para el diseño e implementación de políticas públicas de protección a la primera infancia.

## **9. Equipo de desarrollo**

Universidad del Norte, Gobernación del Atlántico, Instituto colombiano de Bienestar familiar, Hospital Universidad del Norte y la Fundación para el Desarrollo del Niño, la Familia y la Comunidad,

Este programa de cuidados demuestra como a través del uso de las Tics se pueden mejorar las prácticas de cuidado y desarrollo que realizan los padres con sus hijos. De igual forma el programa demuestra que con el uso de las Tics se puede llegar a poblaciones vulnerables y con escasos recursos. Infancia se concibe como una convergencia ideal entre lo tradicional y lo moderno. Es decir, de la familia, como la institución más tradicional de nuestra sociedad, aquella originalmente encargada de cuidar a los niños, y las tecnologías de la información y la comunicación.



## 1. Identificación

MAMI, Mamás Más Involucradas, es una herramienta que permite informar y educar a la madre gestante, en compañía de su núcleo familiar, acerca de los cuidados necesarios que se deben tener durante los nueve meses de embarazo y el primer año de vida del bebé a través de mensajes de texto. Educación + Empoderamiento + Embarazo Compartido para madres de estratos 0 1 2 3 y zona rural dispersa de nuestro país que tienen dificultades para acceder al sistema de salud por distancia o recursos.

Esta iniciativa se presentó en el marco del programa Co-crea Colombia realizado por El Banco Mundial, el Ministerio de Tecnologías y la Secretaría de salud de Manizales. MAMi está ampliamente alineada con otras iniciativas como MAMA (Mobile Alliance for Maternal Action) y los objetivos del milenio establecidos por la ONU.

## 2. Fecha de creación

2013

## 3. Qué incluye

Reciben mensajes de texto (sms) relacionados con: - Motivación sobre su embarazo - Educación en identificación temprana de signos de alarma y factores de riesgo - Recordatorios para vacunación, medicamentos, asistencia a controles y cursos psicoprofilácticos.

- a) Mensajes de texto que reciben 3 veces por semana durante los 9 meses de gestación y el primer año de vida del bebé, las mujeres embarazadas reciben información relacionada con:
  - Motivación sobre su embarazo (lactancia materna, desarrollo de su bebé, prácticas saludables, etc),

- Educación en identificación temprana de signos de alarma y factores de riesgo (hinchazón de los pies, sangrados irregulares, mareos frecuentes, etc), y
  - Recordatorios para vacunación, medicamentos, asistencia a controles y cursos psicoprofilácticos. A su vez, los acompañantes de las mujeres (sus esposos o madres) reciben un mensaje semanal en áreas de motivación y empoderamiento para el cuidado de la mujer embarazada.
- b) Sistema de georeferenciación que se obtiene por medio de una herramienta web que permite identificar qué zonas de la ciudad hay mujeres gestantes en alto, medio o bajo riesgo, segmentarlas por comunas y conocer su evolución logrando una intervención oportuna, efectiva y dirigida, basada en información verídica y en tiempo real. Esta información es de vital importancia para las EPS, IPS y Secretarías de Salud.

#### **4. Disponible para:**

- Mujeres embarazadas
- Madres de niños de hasta un año de edad

#### **5. Idiomas**

Disponible en español

#### **6. Lugares donde se ha implementado**

MAMi está desarrollando un primer piloto que inició la primera semana de junio y tendrá una duración de dos meses, en la cual participan 50 mamás y sus acompañantes que ya están recibiendo los mensajes respectivos, sin ningún costo.

#### **7. Tecnología**

- Plataforma de Mensajería De Texto (SMS)
- Sistema de Georeferenciación

#### **8. Costo**

Gratuito. Propuesta ganadora en el marco del programa Co-crea Colombia realizado por El Banco Mundial, el Ministerio de Tecnologías y la Secretaría de salud de Manizales.

## 9. Equipo de desarrollo

MAMi está conformada por jóvenes emprendedores y empresarios de diferentes áreas del conocimiento que reúnen las habilidades necesarias para hacer posible el proyecto.

- Alejandra Cardona. Ingeniera Industrial con especialización en dirección y producción de operaciones
- Jorge Alejandro García. Médico Cirujano, emprendedor social
- Cristian Andrés Gómez Serna. Ingeniero de Sistemas, Máster en Cooperación para el Desarrollo y Planificación Integral del Desarrollo Local
- Héctor Vásquez Noreña. Ingeniero de Sistemas con experiencia en dirección de proyectos.
- Juan Pablo Muñoz. Diseñador Visual con experiencia en Branding
- Cristian Chuguiachi. Tecnólogo en Sistemas
- Carlos García. Estudiante de Ingeniería de Sistemas y Computación.

## 10. Programa

Es un proyecto dirigido en 2 frentes: el primero son las mujeres embarazadas, donde a partir de mensajes de texto que reciben 3 veces por semana durante los 9 meses de gestación y el primer año de vida del bebé, ellas reciben información relacionada con:

- Motivación sobre su embarazo (lactancia materna, desarrollo de su bebé, prácticas saludables, etc),
- Educación en identificación temprana de signos de alarma y factores de riesgo (hinchazón de los pies, sangrados irregulares, mareos frecuentes, etc), y
- Recordatorios para vacunación, medicamentos, asistencia a controles y cursos psicoprofilácticos. A su vez, los acompañantes de las mujeres (sus esposos o madres) reciben un mensaje semanal en áreas de motivación y empoderamiento para el cuidado de la mujer embarazada.

Este programa demuestra como a través del uso de las Tics se pueden mejorar las prácticas de Motivación sobre el embarazo - Educación en identificación temprana de signos de alarma y factores de riesgo - Recordatorios para vacunación, medicamentos, asistencia a controles y cursos psicoprofilacticos. De igual forma el programa demuestra que con el uso de las Tics se puede llegar a poblaciones vulnerables y con escasos recursos. Mami se concibe como una convergencia ideal entre lo tradicional y lo moderno.

# Educa a tu hijo

## 1. Identificación

Este programa surgió a partir de una investigación desarrollada entre los años 1983 y 1993, por el Instituto Central de Ciencias Pedagógicas, el cual se inició en las zonas rurales, con el propósito de preparar a los niños para su ingreso a la escuela

El Programa Social de Atención Educativa a los niños de 0 a 5 años que no asistían a las instituciones infantiles fue probado en un municipio de montaña y en zonas urbanas, semiurbanas no muy desarrolladas y rurales. Abarcó una totalidad de 3 697 familias y 3 852 niños de 0 a 5 años de edad, lo que representó aproximadamente el 60% de la población infantil de estas edades en estos municipios.

La vía de atención educativa no institucional está concebida para todos los niños y niñas de 0 a 6 años que no asisten a instituciones infantiles y se implementa en forma de un Programa Social de Atención Educativa denominado Educa a Tu Hijo.

La concepción de este programa tuvo como antecedentes investigaciones realizadas para lograr la preparación para la escuela de los niños y niñas que residían en las zonas rurales y fundamentalmente de montañas, que no disponían de instituciones preescolares cercanas.

A partir del curso 1992 - 93 el Ministerio de Educación inició la generalización paulatina del Programa Social de Atención Educativa “Educa a tu Hijo”, con el objetivo de cerrar la única brecha de cobertura educativa existente, lo cual constituye una meta en el Programa Nacional de Acción en cumplimiento de la Cumbre en Favor de la Infancia. Esto ha permitido ampliar considerablemente la cobertura de la educación preescolar en el país.

## 2. Fecha de creación

1883

## 3. Qué incluye

El soporte pedagógico del Programa Social de Atención Educativa se presenta en 9 folletos bajo el título “Educa a tu Hijo”.

- Cada folleto contiene una presentación que persigue el propósito de sensibilizar a la familia sobre la importancia de realizar una educación sistemática para lograr el óptimo desarrollo de su hijo; una explicación sencilla de las características del pequeño como respuesta a la pregunta ¿Cómo es tu niño...? (en un período determinado). A continuación, dando respuesta a la pregunta ¿Qué debes hacer para que tu niño crezca y se desarrolle sano y feliz?, aparecen recomendaciones de actividades necesarias para estimular su desarrollo socio – afectivo, intelectual, del lenguaje y motriz, así como la formación de valores, hábitos higiénicos, cualidades morales, los cuidados de su salud y la prevención de accidentes. Por último, al finalizar cada folleto aparecen indicadores, en forma de logros que los niños deben alcanzar en cada edad y que permiten a la propia familia valorar el nivel de desarrollo alcanzado por sus hijos en cada período etario.
- Visitas a los hogares
- Para su aplicación cuenta además, como soporte material, con folletos y manuales dirigidos a promotores y ejecutores relacionados con la concepción y fundamentación del programa, las condiciones en que tiene lugar el desarrollo del niño, la salud e higiene, la elaboración de materiales didácticos y lúdicos, así como las técnicas de trabajo comunitario.

#### **4. Disponible para:**

- Embarazadas: Este grupo es atendido por el Médico de la Familia y controladas por la promotora y demás organizaciones ejemplo: INDER el cual forma grupos para el desarrollo de ejercicios correspondiente a su estado.
- Niños de 0 a 1 año (Atendidos por el Consultorio Médico de la Familia): Este grupo es atendido por el Médico de la Familia en cada consulta donde va midiendo el vencimiento de los logros de desarrollo según la edad.
- Niños de 1 a 2 años, también atendidos por el Médico de la Familia y una Ejecutora voluntaria una vez a la semana.
- Niños de 2 a 4 años, se atienden de forma unida, familia y niños dos veces a la semana por una Ejecutora voluntaria, este grupo

- Niños de 4 a 5 años, atendidos durante todo el curso dos veces a la semana por la maestra del Grado preescolar, con el objetivo de prepararlos para su posterior ingreso a la Escuela primaria.

Se cuenta con una cantidad general de niños de 234 en el programa donde participan activamente de conjunto con los familiares teniendo una aceptación muy positiva en la Comunidad.

## **5. Idiomas**

Disponible en español

## **6. Lugares donde se ha implementado**

Cuba y en el marco de la cooperación bilateral con Cuba, el estado de Oaxaca en México, el estado de Rio Grande do Sul en Brasil, Ecuador, Colombia y Guatemala tomaron como referente el modelo y recibieron asesoría técnica de expertos cubanos para el diseño e implementación de programas con características similares.

## **7. Tecnología**

- Visitas a los hogares
- Folletos

## **8. Costo**

Gratuito.

## **9. Equipo de desarrollo**

Se fundamenta en un programa pedagógico con carácter interdisciplinario elaborado por pedagogos, psicólogos, pediatras, especialistas en crecimiento y desarrollo, en deporte, recreación y cultura, entre otros.

El Programa Educa a Tu Hijo tiene un marcado enfoque comunitario e intersectorial. En la materialización del Programa participan los Ministerios de Salud Pública, Cultura, Deporte, Federación de Mujeres Cubanas (FMC), Comités de Defensa de la Revolución (CDR),

Asociación Nacional de Pequeños Agricultores (ANAP), Asociaciones Estudiantiles, Sindicatos y los Medios de difusión masiva, entre otros, bajo la coordinación del Ministerio de Educación. En el Ministerio de Educación corresponde a la dirección de Educación Preescolar la dirección de las acciones educativas del programa tanto a nivel nacional, provincial, como municipal.

## 10. Programa

La atención educativa por vías no formales adopta las modalidades siguientes:

**Atención a las futuras madres y padres (familia):** Orientación sistemática durante el embarazo por el médico, la enfermera y otros ejecutores así como en las consultas de atención prenatal para prepararlos en los distintos aspectos a tener en cuenta en el embarazo y desde el nacimiento para la promoción de un favorable desarrollo infantil.

**Atención individual:** Orientación a las familias de los niños y niñas de 0 a 2 años fundamentalmente en el hogar, una o dos veces por semana, por un (a) ejecutor(a), acerca de cómo realizar actividades estimuladoras del desarrollo con sus hijos,

Una vez que se pudo constatar los resultados de este programa en las zonas rurales, y los beneficios que aportaba a las familias, se decide extenderlo hacia las zonas urbanas donde por problemas de capacidad todos los niños no podían asistir a los Círculos Infantiles.

La UNICEF declaró el Programa **Educa a tu Hijo** como un programa de éxito y aplicable en la región Latinoamericana.