

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL TEACOMPaña

1. OBJETIVOS GENERALES.

1.1. Problema percibido / Necesidades detectadas:

Una de las mayores dificultades que presentan los niños con Trastornos del Espectro Autista (TEA), es el reconocimiento y detección de las emociones en las personas con las que interactúa (familiares, educadores, compañeros de clase, etc...). No saben detectar cuándo muestran alegría, tristeza, enfado, ansiedad, etc...

Para los niños y niñas autistas, es difícil reconocer, identificar y reconocer lo que sienten los demás, no siendo capaz de detectar rasgos faciales o corporales que se asocian a cada estado emocional, así como el propio lenguaje verbal (tono o volumen del mensaje, contenido del mensaje, etc...).

Ekman, en 2006, quien centro sus investigaciones en el campo del autismo, afirmaba que “La capacidad de reconocer las expresiones emocionales procedentes de la cara y del movimiento corporal es fundamental para establecer relaciones sociales, desarrollar reciprocidad emocional e interactuar de forma adecuada al contexto”.

La infancia es la etapa crítica para el desarrollo del reconocimiento emocional siendo, entre todas las emociones básicas, la alegría la que se reconoce de manera más temprana, seguida por las expresiones faciales de ira o tristeza y, posteriormente, de miedo, asco o sorpresa.

Un adecuado reconocimiento emocional correlaciona positivamente con el desarrollo de comportamientos sociales adaptativos, y negativamente con comportamientos socialmente inadecuados. Es decir que la habilidad en el reconocimiento emocional es predictiva del nivel de competencia social del niño

Una de las características principales de las personas con Trastorno del Espectro Autista (TEA) es la dificultad para comprender estados emocionales e intenciones, anticipar las posibles reacciones y proporcionar una respuesta socialmente adecuada

Facilitar esta identificación y comprensión de las emociones de las personas con las que interactúan los niños con TEA, mejoraría la comprensión del mundo, su interacción social e intencionalidad comunicativa.

En lo que respecta a los datos estadísticos, para comprender la magnitud del problema, adjuntamos algunas cifras sobre alumnos escolarizados con TEA, ofrecidos por la Confederación de Autismo de España:

El alumnado con trastorno del espectro del autismo (TEA) identificado en nuestro país ha aumentado un 8,07% (4.497 personas) en el último curso escolar (2023-24), dándose un incremento porcentual similar en el caso de niños 8% (3.732) y niñas 8,44% (765). Actualmente, son 60.198 los alumnos/as con autismo (50.372 niños y 9.826 niñas) que cursan las enseñanzas no universitarias establecidas en el sistema educativo español, lo que representa:

- Un 0,73% del total del alumnado que cursa enseñanza de régimen general.
- El 26% del total del alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo asociado a una discapacidad, lo que supone que más de 1 de cada 4 de estos estudiantes presenta TEA.

1.2. Nuestra solución:

Nuestra idea de negocio se basa en la creación de una app con IA (Inteligencia Artificial), capaz de detectar y reconocer las emociones de las personas que interactúan con el niño con TEA (trastorno del espectro autista), informando al niño de la emoción que está experimentado familiares, educadores y compañeros de clase, que suelen estar en el entorno social de los niños con autismo.

Dicha app, será instalada en la tablet con la que suelen trabajar los niños autistas, especialmente para comunicarse a través de pictogramas (para expresar acciones, necesitas u objetos que quieren: comer, dormir, leer, jugar, etc...)

Nuestra app, con la ayuda de la IA, analizará los rasgos faciales del rostro de las diferentes personas con las que interactúan los niños autistas, detectando la emoción o sentimiento que expresa el rostro: tristeza, alegría, enfado o ira, aversión, etc... De igual modo, dicha información se complementará con rasgos corporales (movimiento de la mano, cabeza, inclinación del tronco, etc...).

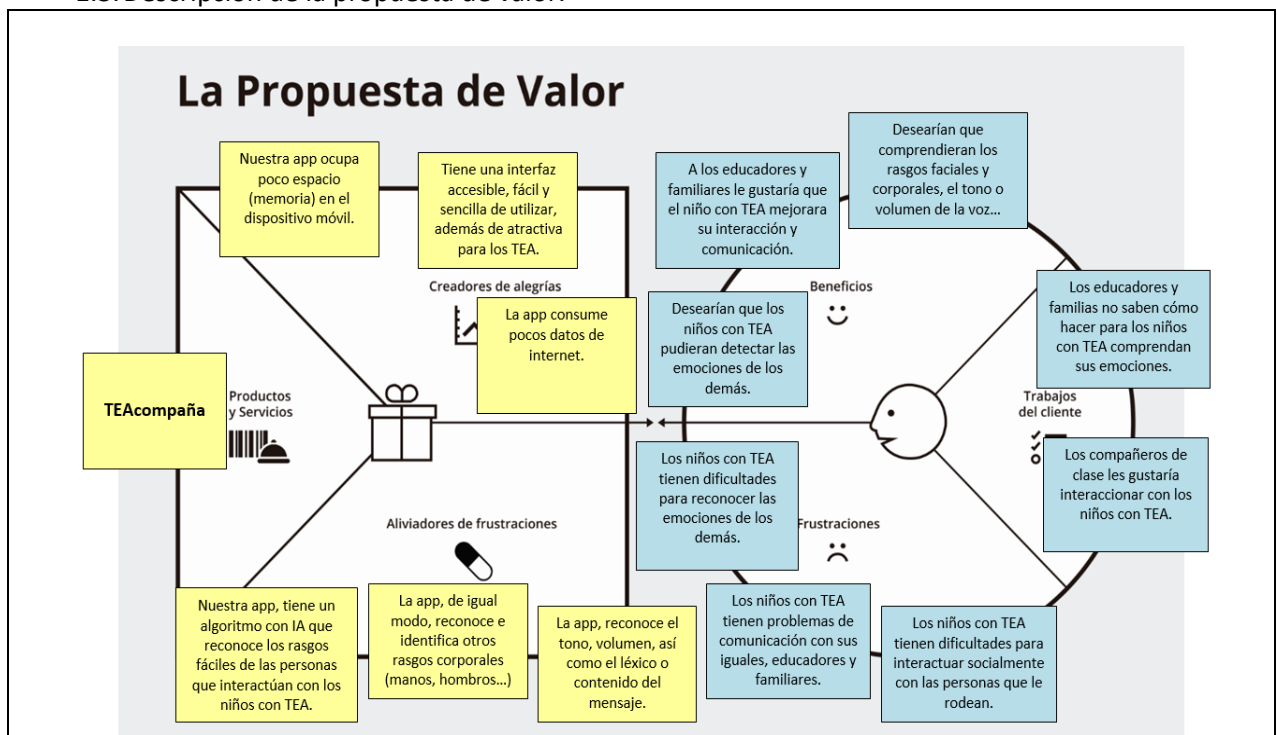
Otro aspecto que analiza nuestra app con IA, es el lenguaje que detecta la app a través del altavoz del dispositivo electrónico (normalmente, una tablet). La Inteligencia Artificial, analizará tanto el tono o volumen del mensaje, como el léxico o contenido del mensaje.

La Inteligencia Artificial, tras detectar la emoción que expresa algunas de las personas con las que interactúa, envía una notificación en la pantalla de la tablet que utiliza el alumno con TEA, con un pictograma asociado a dicha emoción o sentimiento.

Las personas con autismo son pensadores visuales; es decir, procesan muy bien las imágenes. Por todo ello, los Sistemas Aumentativos y Alternativos de Comunicación (SAAC) son uno de los mejores medios de comunicación para este colectivo.

Hablamos de una app, que pretende mejorar la calidad de vida de este sector de la población que se caracteriza por sus dificultades para detectar y comprender las emociones de los demás.

1.3. Descripción de la propuesta de valor:



De nuestra propuesta de valor, podríamos destacar:

- Nuestra app incorpora un algoritmo de inteligencia artificial (IA), que reconoce los rasgos faciales de las personas que interactúan con los niños con trastornos del espectro autista (TEA).
- La app, de igual modo, reconoce e identifica otros rasgos corporales (manos, hombros, etc...).
- La app, reconoce el tono, volumen, así como el léxico o contenido del mensaje.

1.4. Público objetivo y Buyer Persona:

En este apartado nos gustaría diferenciar entre usuarios y clientes:

a) Usuarios:

Son los alumnos y alumnas con TEA (trastorno del espectro autista), que suelen tener dificultades y/o limitaciones para reconocer e identificar las emociones de los demás, con las personas que suelen interactuar (familiares, educadores, terapeutas y otros niños del mismo centro educativo).

b) Clientes:

Familiares de alumnos con TEA, centros educativos, centros de educación especial o asociaciones de autismo, que suelen trabajar con este colectivo para mejorar su comunicación e interacción social.

Para conocer mejor a nuestros usuarios hemos realizado un BUYER PERSONA:



Nombre	José Martín
Edad	8 años
Sexo	Hombre
Intereses	Tiene intereses restringidos: hacer seriaciones con coches de juguetes, lápices de colores, etc.
Objetivos	-Comprender y entender a las personas con las que interactúa. -Vivir en un mundo rutinario, le cuesta aceptar los cambios.
Puntos de Dolor	-No reconoce las emociones de las personas con las que interactúa. -Tienen dificultades de comunicación, para expresar sus propias emociones y sentimientos.

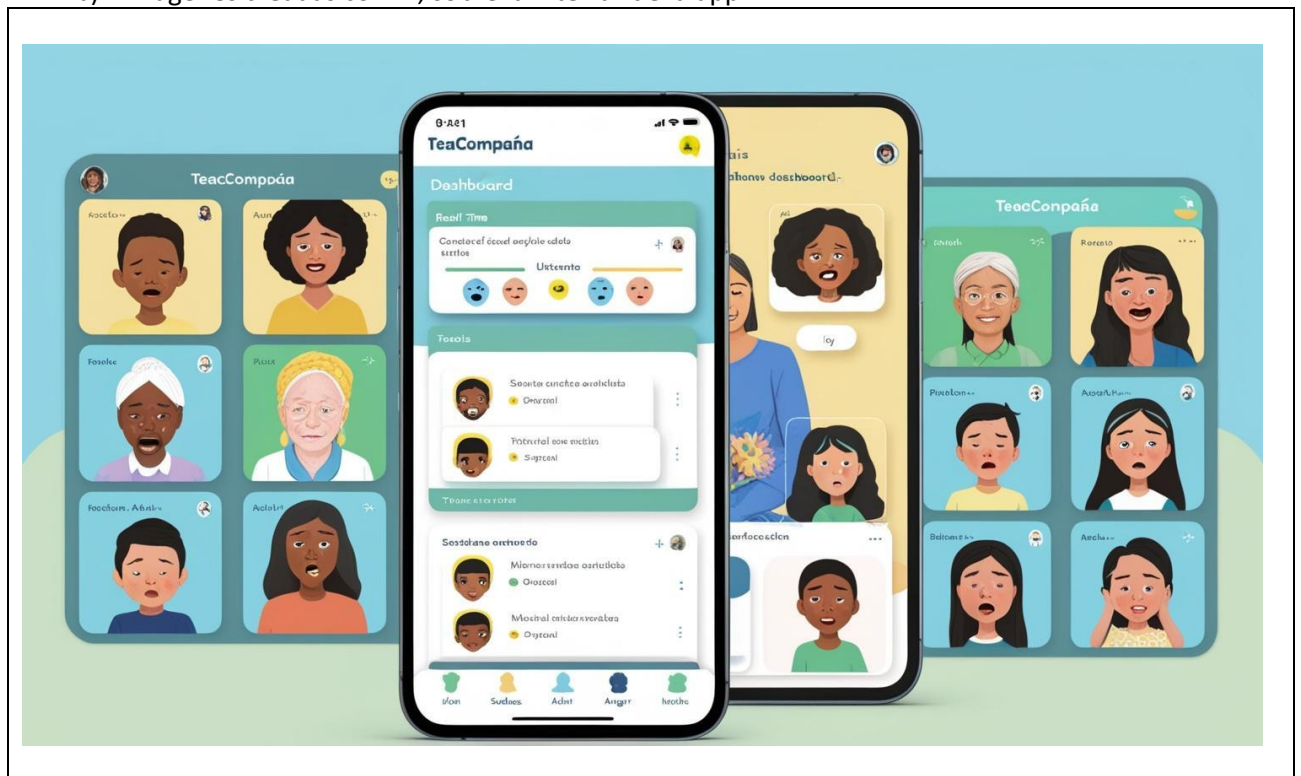
1.5. Vídeo explicativo sobre la idea:

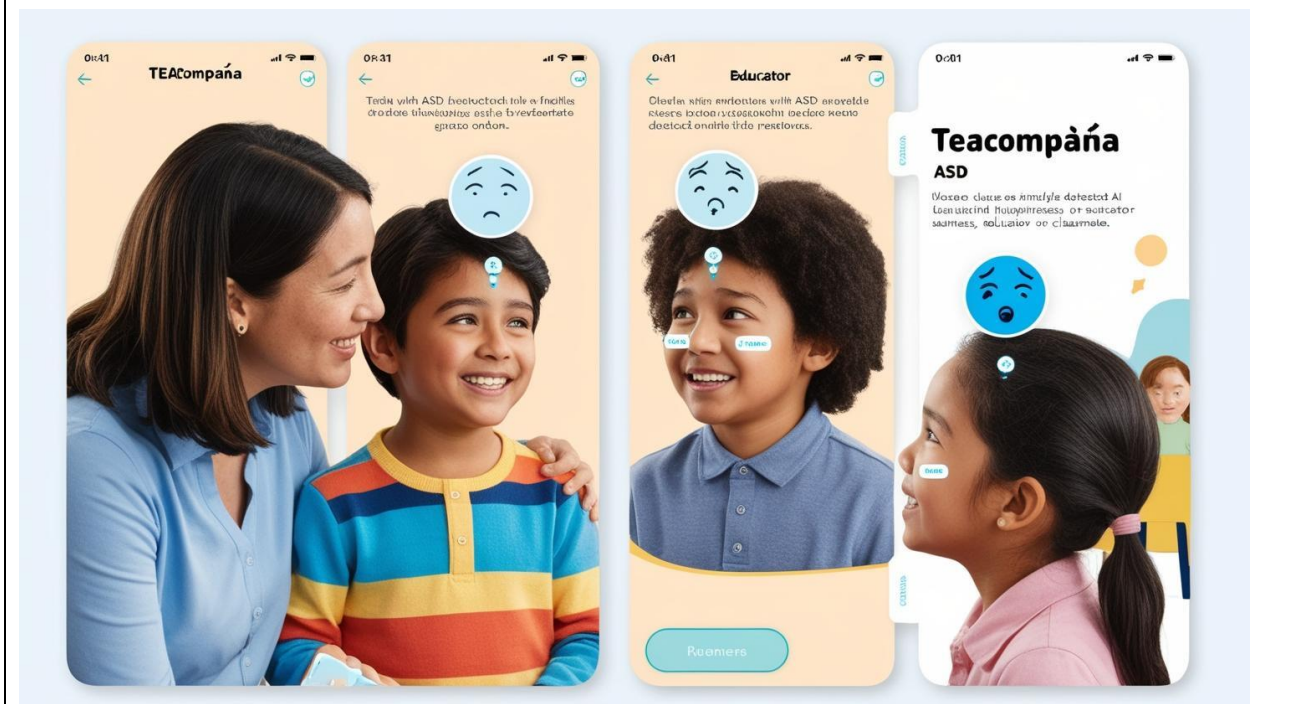
<https://www.youtube.com/watch?v=ABj6mnp6xP8>

1.6. Prototipado.
a) Wireframe:

<p>Hacer "Clic" en el icono de la App en la Tablet del niño con TEA.</p>	<p>La IA analiza los rasgos faciales y corporales, así como el contenido y volumen del lenguaje que utiliza la persona que interactúa con el niño TEA.</p>	<p>La IA identifica con pictogramas, la persona que intenta interactúa con el niño TEA, así como la emoción que expresa.</p>	<p>La IA vuelve analizar los rasgos faciales, así como onomatopeyas (llanto) y volumen que utiliza la persona que interactúa con el niño TEA.</p>	<p>La IA identifica con pictogramas, la persona que intenta interactúa con el niño TEA, así como la emoción que expresa.</p>

b) Imágenes creadas con IA, sobre la interfaz de la app:





c) Versión Beta de la App:

<https://youtube.com/shorts/200sftcWOUs>

2. EXPECTATIVAS:

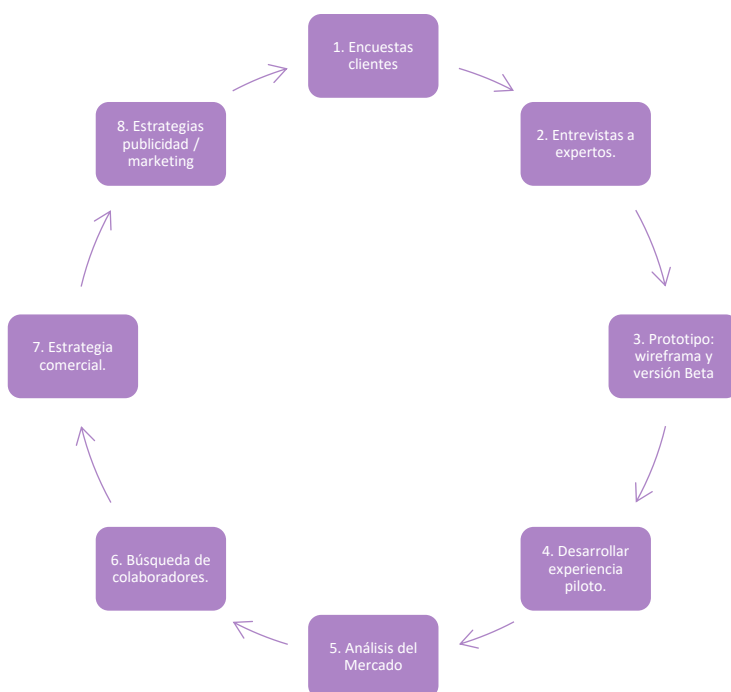
2.1. Líneas estratégicas:

A continuación, describimos algunas de las fases o líneas estratégicas que vamos a desarrollar para poner en marcha nuestra de negocio:

1. Validar o testear la idea, para ello, hemos realizado encuestas a 101 personas. Los resultados fueron los siguientes:
 - El 76% de las personas encuestadas, han afirmado que los niños con trastorno del espectro autista (TEA), tienen dificultades para reconocer e identificar las emociones de las personas con las que suele interactuar en su entorno (docentes, familiares, terapeutas y otros compañeros de clase).
 - El 92,9% de nuestra muestra, piensa que nuestra app con IA, ayudaría a los niños con TEA a reconocer e identificar las emociones y sentimientos que expresan las personas que se encuentran en su entorno más cercano.
 - El 87,8% de las personas encuestadas, han afirmado que estarían dispuestas a utilizar nuestra app, si tuviera en su entorno familiar algún niño con autismo.
2. Para seguir validando la idea, realizamos diferentes entrevistas a expertos, concretamos entrevistamos: Ldo Psicopedagogía, Lda Psicología, Profesora en pedagogía terapéutica, presidente de la Asociación La Raíz (Asociación de Padres y Madres de Personas con Discapacidad Intelectual y Sensorial). Dichos expertos nos realizaron las siguientes propuestas de mejora:
 - Que se utilice pictogramas estandarizados por toda la comunidad que trabaja con alumnos con TEA, concretamente el sistema aumentativo o alternativo de comunicación Bliss.
 - Que la app pueda grabar cuando se detecta una emoción e identificar el que zona del rostro o del cuerpo se ha detectado dicho rasgo facial, con el objeto de que el alumno con TEA vaya aprendiendo a asociar dichos rasgos corporales con una determinada emoción.
 - Que la app pueda estar en funcionamiento, al mismo tiempo que el niño con TEA pueda estar realizando otras funciones o tareas con la tablet.
 - Utilizar un lenguaje de programación sencillo y atractivo para este sector de la población.
 - Etc.
3. Prototipar la idea de negocio. En primer lugar, creamos una wireframe y posteriormente una versión beta de la app, en la que incluimos el algoritmo de Inteligencia Artificial, que era capaz de identificar y reconocer las emociones y sentimientos de las personas que suelen interactuar con el niño con autismo: progenitores, hermanos, profesores o terapeutas, otros compañeros de clase, etc.
4. Desarrollar una experiencia piloto, que nos permita validar la app antes de su puesta marcha en el mercado. Para ello, hemos establecido un acuerdo de colaboración con la Asociación de Personas con Discapacidad Intelectual o Sensorial: La Raíz. Tenemos previsto regalar una suscripción de nuestra app durante seis meses, a los niños con TEA que realizan terapia en esta asociación y que al mismo tiempo se encuentran escolarizados en diferentes centros de nuestra localidad. En esta fase percibiremos posibles errores, mejoraremos la interfaz y perfeccionaremos el algoritmo de la IA.
5. Analizar el mercado: Hemos desarrollado las siguientes técnicas: análisis de las 4P y 4C, análisis de pestel, las 5 fuerzas de porter, mapa de la empatía, buyer persona, análisis de la competencia, mapa del entorno, etc.
6. Una vez validada la app, tenemos previsto establecer acuerdos de colaboración con diferentes asociaciones de niños autistas, terapeutas, psicopedagogos y educadores que trabajen con niños con TEA, que nos ayuden a difundir y dar a conocer nuestra idea. Búsqueda de colaboradores y alianzas.

7. Estrategia comercial: Demostraciones de nuestra app en centros específicos de educación especial, asociaciones con autismo, administraciones públicas, etc... con el objeto de conseguir las primeras suscripciones.
8. Estrategias para dar a conocer nuestra idea (publicidad): Crearemos una página web, estrategias de Marketing digital en las diferentes RRSS, vídeo promocional en canal de YouTube, marketing de influencers (para ello tenemos previsto contar con la colaboración de educadores y terapeutas de educación especial que promocionarán nuestra aplicación de telefonía móvil), anuncios en revistas especializadas sobre educación especial y discapacidad, participación en ferias de emprendedores, estrategias de buzz marketing, etc.

Estrategias que nos gustaría, sintetizar en la siguiente imagen:



2.2. Triple resultado social:

Ámbito Económico

En un futuro, y tras desarrollar la experiencia piloto, nos gustaría insertarnos laboralmente a través del autoempleo y poder poner en marcha nuestra idea de negocio.

Somos jóvenes emprendedoras, entusiastas y comprometidas socialmente, aunque somos consciente que para que una empresa genere impacto social, es importante que genere ingresos económicos para que pueda subsistir.

Después de desarrollar la experiencia piloto, hemos realizado una balance económico y financiero en un escenario poco favorable, en el que, incluyendo incluso los salarios de las cinco socias, tendríamos beneficios el primer ejercicio económico superando los 4.725€, en el segundo ejercicio obtendríamos 34.656€ y el tercer ejercicio económico 74.013€.

Nuestros ingresos vendrán fundamentalmente por las suscripciones a nuestra app (descargas) y la comercialización de tablets (dispositivo tecnológico que suelen utilizar los niños TEA). Mientras que los costes más significativos harían referencia al pago de salarios, el mantenimiento y actualización de la app, y estrategias de marketing y publicidad.

Ámbito Social

En el ámbito social, nuestra app pretende mejorar la calidad de vida de los niños con autismo, así como sus familiares y cuidadores que desean interactuar con él, conocer que sienten, qué emociones despiertan, etc...

Para ello, hemos decidido crear una app con IA (Inteligencia Artificial), capaz de detectar y reconocer las emociones de las personas que interactúan con el niño con TEA (trastorno del espectro autista), informando al niño de la emoción que está experimentado familiares, educadores y compañeros de clase, que suelen estar en el entorno social de los niños con autismo.

Nuestra app, con la ayuda de la IA, analizará los rasgos fáciles del rostro de las diferentes personas con las que interactúan los niños autistas, detectando la emoción o sentimiento que expresa el rostro: tristeza, alegría, enfado o ira, aversión, etc... De igual modo, dicha información se complementará con rasgos corporales (movimiento de la mano, cabeza, inclinación del tronco, etc...). Otro aspecto que analiza nuestra app con IA, es el lenguaje que detecta la app a través del altavoz del dispositivo electrónico.

Nuestro equipo, tiene firmado en sus estatutos, donar un 10% de sus beneficios a asociaciones con discapacidad. Inicialmente, y por su estrecha colaboración con este proyecto, los primeros beneficiarios serán la Asociación La Raíz y Autismo Sevilla.

Ámbito Medioambiental

Nuestra app, pretende ser una aplicación que cuide de nuestra casa común: el planeta. Para ello, tenemos previsto que nuestra app consuma poca energía del terminal, necesitando poca energía eléctrica para su funcionamiento.

Para ello, tenemos previsto que tenga poco brillo, que solo tarde 5 segundos en apagarse la pantalla, desactivar sonidos y vibraciones, etc. Funciones que otras apps tienen de serie en su configuración y que consumen mucha batería de los teléfonos móviles.

3. ACTIVIDADES y PROCESOS:

3.1. Actividades prioritarias:

- Realizar un análisis de necesidades: El problema
- Definir la idea empresarial: El producto
- Validar la idea: realizar encuestas a posibles usuarios.
- Validar la idea: realizar entrevistas a expertos.
- Realizar prototipado: Wireframe y versión beta de la app.
- Validar el prototipo (versión beta de la app): probar con algunos usuarios de la asociación La Raíz.
- Realizar un estudio de mercado
- Búsqueda de alianzas y colaboradores (asociaciones y centros de personas con discapacidad).
- Actividad comercial: Búsqueda de primeras suscripciones.
- Pequeño balance económico de la experiencia piloto: gastos e ingresos.
- Realizar actividades de promoción y publicidad
- Inicio de la experiencia piloto en la Asociación La Raíz.

3.2. Cronograma de procesos:

Momentos o Fases del Proyecto Empresarial	Año 2025											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septi	Octub	Novi	Dic
Realizar un análisis de necesidades: El problema	█	█										
Definir la idea empresarial: El producto	█	█										
Validar la idea: realizar encuestas a usuarios.		█	█									
Validar la idea: realizar entrevistas a expertos.			█									
Prototipado: Wireframe y versión beta de la app.			█	█								
Validar el prototipo (versión beta de la app).				█	█							
Realizar un estudio de mercado				█	█	█	█					
Búsqueda de alianzas y colaboradores (asociación de personas con discapacidad y centros de ed. especial)						█	█	█	█			
Actividad comercial: Búsqueda primeras suscripciones a la app.								█	█	█	█	
Pequeño balance económico de la experiencia piloto: gastos e ingresos.								█	█	█	█	
Realizar actividades de promoción y publicidad										█	█	█
Inicio de la experiencia piloto.												█

4. RECURSOS.

4.1. Recursos Materiales:

A continuación, sintetizamos algunos de los recursos materiales más significativos que necesitamos para poner en marcha nuestra idea:

- Versión beta de la app
- Algoritmo de IA (Inteligencia Artificial)
- Patente
- Recursos informáticos: ordenadores portátiles, software de diseño gráfico, cámara fotográfica, teléfono móvil, micrófonos para teléfono móvil, etc...
- Softwares libres para crear app y algoritmo IA: Python y appinventor.
- Página web y cuentas redes sociales

Aunque este apartado solo hace referencia a los recursos materiales, queremos reflejar que, para nuestra idea, los recursos más importantes de nuestra empresa son los recursos personales: EL EQUIPO. El equipo que formamos las socias, cuyos talentos se complementan.

4.2. Recursos Económicos:

Inicialmente tenemos previsto contar con los siguientes ingresos en la experiencia piloto:

- Capital aportado por las socias: 500€ (100€/socia).
- Suscripciones iniciales: 999,80€ (49,99€ x 20 niños con TEA).
- Premios en concursos de emprendimiento escolar: 1.500€.

TOTAL INGRESOS PREVISTOS: 2.999,80€

5. FINANCIACIÓN:

5.1. Costes.

Concepto	Costes
Versión beta de la app	00,00€
Algoritmo de IA (Inteligencia Artificial)	00,00€
Patente	915,18€
Recursos informáticos: ordenadores portátiles, software de diseño gráfico, cámara fotográfica, teléfono móvil...	1.360,40€
Softwares libres para crear app y algoritmo IA: Python y appinventor.	00,00€
Página web y cuentas redes sociales	00,00€
Emisión de Publicidad	584,00€
TOTAL	2.859,58

De los gastos previstos, consideramos imprescindibles los gastos de la patente (915,18€) que nos gestionará la Agencia TRADE de la Fundación Andalucía Emprende y que nos ayudará a proteger nuestra idea, así como los costes de emisión de publicidad (584€). Sino podemos adquirir nuevos recursos informáticos, pediremos prestados a familiares, amigos y al propio centro educativo.

5.2. Obstáculos y Riesgos Potenciales

Los obstáculos que nos podemos encontrar en la puesta en marcha, serían:

- Dificultades para conseguir las primeras suscripciones, puede que algunos educadores e incluso padres, manifiesten incredulidad y desconfianza sobre nuestro producto. Se trata de un producto nuevo, desconocido para este sector de la población.
- Dificultades para poder sufragar los costes de la patente, y facilite el plagio de nuestra idea.
- Errores iniciales en el algoritmo de la inteligencia artificial, que irá perfeccionando a medida que más usuarios se descarguen la app.

- Campaña en contra de la utilización de contenidos digitales en niños pequeños, y aún más, si tienen algún tipo de discapacidad.
- Etc.

6. MERCADO y COLABORADORES

6.1. Análisis de la Competencia:

Competencia	Tipos de Competencia		Tipos de Empresas			Precio	Puntos Fuertes	Debilidades
	Directa	Indirecta	Privada	Pública	Mixta			
CPA	X		X			Alto	Comunicador personal adaptable. Es un sistema de comunicación para personas con problemas graves de comunicación (autismo, trastornos neurológicos, discapacidades motoras, afasias). Reproduce voz y facilita la sintaxis mediante ordenación de imágenes.	No utiliza Inteligencia Artificial, ni es capaz de identificar o reconocer las emociones y sentimientos de las personas que interactúan con el niño o niña con TEA (educadores, familiares y otros niños que acuden al mismo centro educativo).
Picto TEA	X		X			Medio	Facilita la comunicación con el entorno mediante la comunicación por pictogramas digitales en lugar de las tarjetas físicas.	No utiliza Inteligencia Artificial, ni es capaz de identificar o reconocer las emociones y sentimientos de las personas que interactúan con el niño o niña con TEA (educadores, familiares y otros niños que acuden al mismo centro educativo).
ASAAC	X		X			Alto	Con el apoyo de un sistema de imágenes y pictogramas, permite crear diferentes menús contextuales con frases predefinidas con las cuales el usuario puede auxiliarse en diferentes contextos comunicativos.	No utiliza Inteligencia Artificial, ni es capaz de identificar o reconocer las emociones y sentimientos de las personas que interactúan con el niño o niña con TEA (educadores, familiares y otros niños que acuden al mismo centro educativo).

Ambas empresas intentan mejorar las habilidades comunicativas de los niños con TEA, pero no facilitan que el pequeño pueda conocer las emociones y sentimientos de las personas con las que suele interactuar (progenitores y otros familiares, educadores o terapeutas, otros compañeros de clase, etc.).

6.2. Colaboradores:

Algunos socios con los que podríamos firmar acuerdos de colaboración para poner en marcha nuestra idea, serían:

- Asociación de personas con discapacidad y autismo.
- Centros específicos de educación especial.
- Centros de logopedia.
- Terapeutas, psicólogos y psicopedagogos.
- Educadores.
- Terapeutas especialistas en educación especial influencers.
- Etc.

En este apartado, nos gustaría el acuerdo de colaboración firmado con la asociación LA RAÍZ, con el objeto de desarrollar una experiencia piloto de nuestra app, con algunos de sus alumnos con TEA.





6.3. Análisis DAFO:

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> -Inexperiencia en el mundo laboral, es nuestro primer empleo. -Falta de financiación, para hacer frente a los gastos iniciales de la inversión para la puesta en marcha. <ul style="list-style-type: none"> -Dificultad para captar clientes (en este caso educadores, familiares, centros educativos de educación especial que apuesten por nuestro producto), ya que somos una empresa nueva en el mercado. -Falta de conocimientos sobre en el sector de las nuevas tecnologías y las aplicaciones de telefonía móvil. -Etc. 	<ul style="list-style-type: none"> -Posible apertura de empresas del mismo sector. -Aparición de nuevos impuestos (Impuesto digital), encarecimiento de los costes de nuestra empresa que no hagan viable nuestro proyecto. -Rechazo hacia lo novedoso, desconfianza de utilizar nuestro producto como terapia para alumnos con TEA. -Miedo a que los niños con TEA reaccionen de una forma negativa a nuestra aplicación. -Etc.

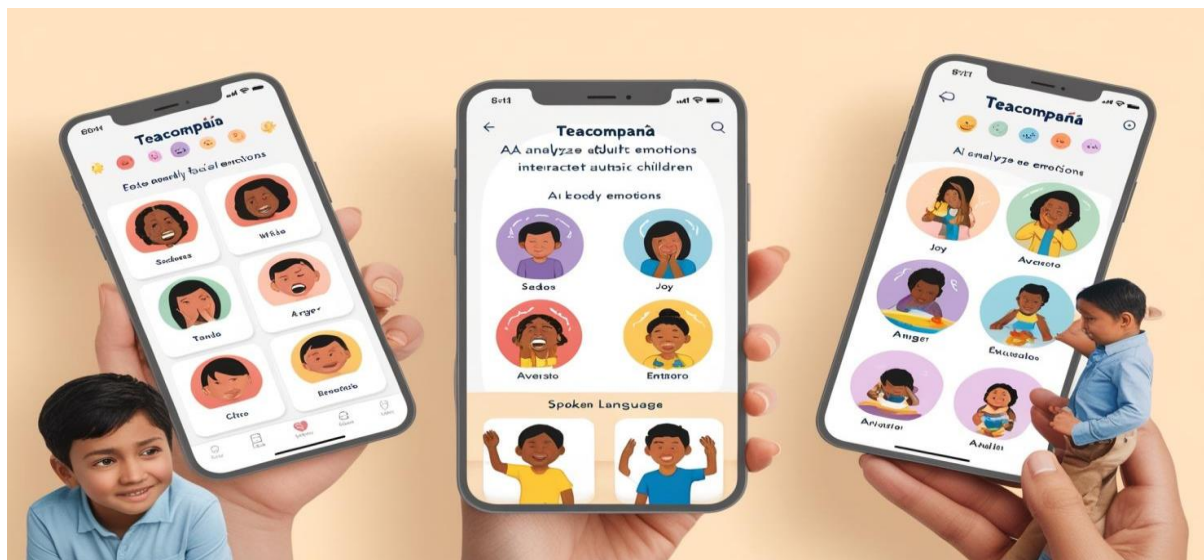
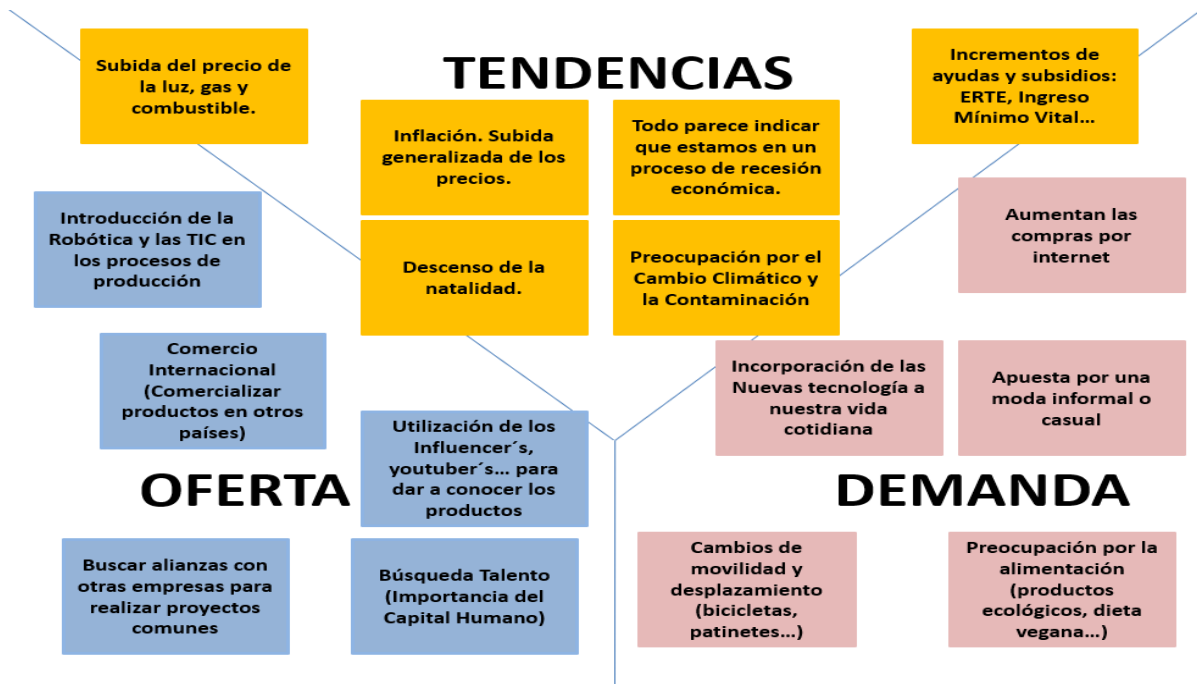
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Somos emprendedores jóvenes con pasión en nuestra idea y proyecto. -Nuestra idea da respuesta a un problema real percibido por los familiares y educadores que trabajan con alumnos y alumnas TEA. -Calidad de nuestro producto: resuelve un problema real y que preocupa a la sociedad. -Nuestra app ocupa poca memoria en su dispositivo. -La interfaz de nuestra app, fácil e intuitiva, fácil de utilizar por los alumnos con necesidades educativas especiales. -Producto innovador, que pretende mejorar la interacción social de los TEA, con la ayuda de la IA (inteligencia Artificial). -Puntos fuertes, talentos y destrezas de los socios, que se compatibilizan entre sí. <ul style="list-style-type: none"> - Buen ambiente de trabajo. -Etc. 	<ul style="list-style-type: none"> -Aumento del uso de aplicaciones de telefonía móvil, para diferentes hábitos de nuestra vida cotidiana. -Concienciación social del problema, debido a los problemas de interacción y comunicación que manifiestan los alumnos y alumnas con TEA. <ul style="list-style-type: none"> - Introducción de nuestra aplicación a nivel internacional. -Aumento de alumnos diagnosticados con autismo a nivel internacional. <ul style="list-style-type: none"> -Aparición de normativa o subvenciones que favorezca la comercialización de productos que apliquen IA (Inteligencia Artificial) para mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad. -Recomendación de nuestra app por parte de terapeutas, psiquiatras y logopedas que trabajan con alumnos y alumnas con TEA. -Etc.

6.4. Análisis de las 4P y las 4C:

Marketing Mix: Análisis las 4 P's	Mercadotecnia: Análisis las 4 C's
Producto	Cliente
<p>Nuestra idea de negocio se basa en la creación de una app con IA (Inteligencia Artificial), capaz de detectar y reconocer las emociones de las personas que interactúan con el niño con TEA (trastorno del espectro autista), informando al niño de la emoción que está experimentado familiares, educadores y compañeros de clase, que suelen estar en el entorno social de los niños con autismo.</p> <p>Nuestra app, con la ayuda de la IA, analizará los rasgos fáciles del rostro de las diferentes personas con las que interactúan los niños autistas, detectando la emoción o sentimiento que expresa el rostro: tristeza, alegría, enfado o ira, aversión, etc... De igual modo, dicha información se complementará con rasgos corporales (movimiento de la mano, cabeza, inclinación del tronco, etc...). Otro aspecto que analiza nuestra app con IA, es el lenguaje que detecta la app a través del altavoz del dispositivo electrónico.</p>	<p>En este apartado nos gustaría diferenciar entre usuarios y clientes:</p> <p>a) Usuarios:</p> <p>Son los alumnos y alumnas con TEA (trastorno del espectro autista), que suelen tener dificultades y/o limitaciones para reconocer e identificar las emociones de los demás, con las personas que suelen interactuar (familiares, educadores, terapeutas y otros niños del mismo centro educativo).</p> <p>b) Clientes:</p> <p>Familiares de alumnos con TEA, centros educativos, centros de educación especial o asociaciones de autismo, que suelen trabajar con este colectivo para mejorar su comunicación e interacción social.</p>

Publicidad	Comunicación								
<p>Para darnos a conocer e introducirse con éxito en el mercado, y debido a las características de nuestro producto, realizaremos las siguientes estrategias publicitaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estrategias de marketing digital en redes sociales. ▪ A través de nuestra página web. ▪ Video promocional en YouTube. ▪ Participación en ferias de emprendedores. ▪ Influencer Marketing. ▪ Desarrollar una estrategia de posicionamiento de app y la página web (ASO y SEO). ▪ Estrategias en inbound marketing. ▪ Buzz marketing... ▪ Dar a los familiares, educadores y terapeutas que trabajan con niños autistas, la oportunidad de calificar y revisar la aplicación. ▪ Etc. 	<p>Además de la publicidad, nuestra empresa tiene previsto comunicar otros contenidos como pueden ser los resultados económicos anuales, nuestro valor añadido, artículos que avalen el beneficio de nuestra app, cómo los niños autistas han mejorado su interacción social y comunicación, cómo han aprendido a identificar y reconocer las emociones de los demás, etc.</p> <p>Dicha comunicación se realizará a través de nuestra página web, las redes sociales y por email.</p> 								
Precio	Costo								
<p>Una vez analizado los costes del diseño, creación y mantenimiento de App, de nuestros comerciales y puesta en marcha de nuestra idea de negocio, hemos establecido los siguientes precios para nuestros productos:</p> <table border="1" data-bbox="183 1272 790 1534"> <thead> <tr> <th>Productos</th> <th>Precio/Unidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Descarga de la App (anual).</td> <td>49,99€</td> </tr> <tr> <td>Tablet (opcional).</td> <td>299,99€</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table> <p>La estrategia que hemos establecido para la fijación de los precios de nuestros productos se basa en las estrategias de carácter psicológico, concretamente “precio impar”.</p>	Productos	Precio/Unidad	Descarga de la App (anual).	49,99€	Tablet (opcional).	299,99€			<p>Además del precio de nuestros productos, para nuestros consumidores tendrán otros costes el adquirir nuestro producto:</p> <p>Para los usuarios de la App, el coste será el tiempo que tardan en descargar y actualizar la app, los datos que consume la aplicación, así como el espacio que ocupa en su dispositivo y el consumo energético del mismo.</p> 
Productos	Precio/Unidad								
Descarga de la App (anual).	49,99€								
Tablet (opcional).	299,99€								
Plaza	Conveniencia								
<p>La aplicación podrán descargarla los consumidores a través de Play Store, App Store y Microsoft Store.</p>	<p>Debido a las cantidades de descargas que se producen al año en nuestro país, pensamos que los consumidores preferirán descargar nuestra app a través de Play Store.</p>								

6.6. Mapa del Entorno.



7. EVALUACIÓN.

7.1. Indicadores.

A continuación, describimos algunos de los indicadores que definirían la viabilidad de nuestra idea en la experiencia piloto. Experiencia que pretendemos desarrollar en la comarca de Écija:

- Conseguir al menos 25 suscripciones para desarrollar la experiencia piloto.
- Contar con el apoyo de 2 asociaciones o aulas de educación especial, que deseen experimentar con nuestra app.
- Conseguir el 80% de satisfacción en encuestas que deben cumplimentar progenitores y educadores o terapeutas que han participado en la experiencia piloto.
- Obtener la patente de la idea.