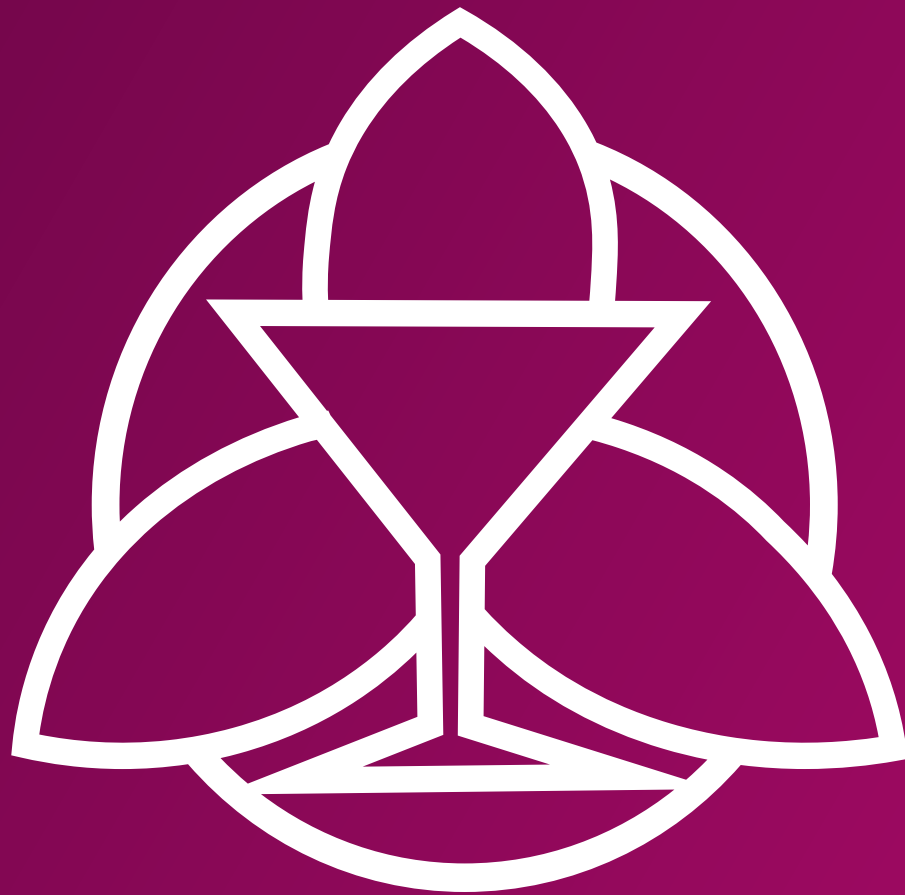


SOULMIA



INDICE

1	Introducción
2	Idea
3	Descripción del problema
4	Arbol de Problemas
5	Pregunta problematizadora
6	Contexto y Justificación
7	Antecedentes y Referentes
8	Objetivo General y Objetivos Especificos
9	Análisis de Mercado y Público Objetivo
10	Encuesta de satisfacción
11	Objetivos y Alcance del Mooc
12	Historia del Usuario
13	Arquetipos
14	Mapa de empatía
15	Diseño del Curso
16	Tecnologías y Plataformas de Entrega
17	Desarrollo y Producción
18	Estrategias de Marketing y Promoción
19	Riesgos y Consideraciones
20	Conclusiones y Recomendaciones



INTRODUCCION

La mixología es un arte y una ciencia: el arte de mezclar bebidas y crear experiencias sensoriales a partir de sabores, colores y aromas, combinando conocimientos de las ciencias exactas, sociales, artes y humanidades.

El mixólogo experto aplica diversos saberes para diseñar cócteles memorables y experiencias personalizadas que estimulan todos los sentidos organolépticos.



IDEA

En este MOOC 100 % interactivo sobre la ciencia y el arte de la mixología, Soulmia Academy es un MOOC interactivo de mixología diseñado para transformar la manera en que se aprende coctelería en el entorno digital. Nace con el propósito de innovar la educación online sobre mixología a través de una experiencia inmersiva que une arte, ciencia y tecnología.

El curso propone un enfoque pedagógico integral, que combina herramientas multimedia de alta calidad, estrategias didácticas interactivas, contenidos impartidos por expertos y una comunidad de aprendizaje activa. Desde la historia y teoría de la mixología hasta técnicas experimentales y tendencias globales, Soulmia Academy prepara al estudiante para dominar el presente y futuro del arte líquido.

Además, el programa promueve el uso del método científico en el análisis de ingredientes y procesos, integrando humanidades, arte, psicología e inglés como componentes transversales. Soulmia Academy responde así a los desafíos del mercado global actual, ofreciendo una propuesta formativa estructurada, significativa y accesible para todos.



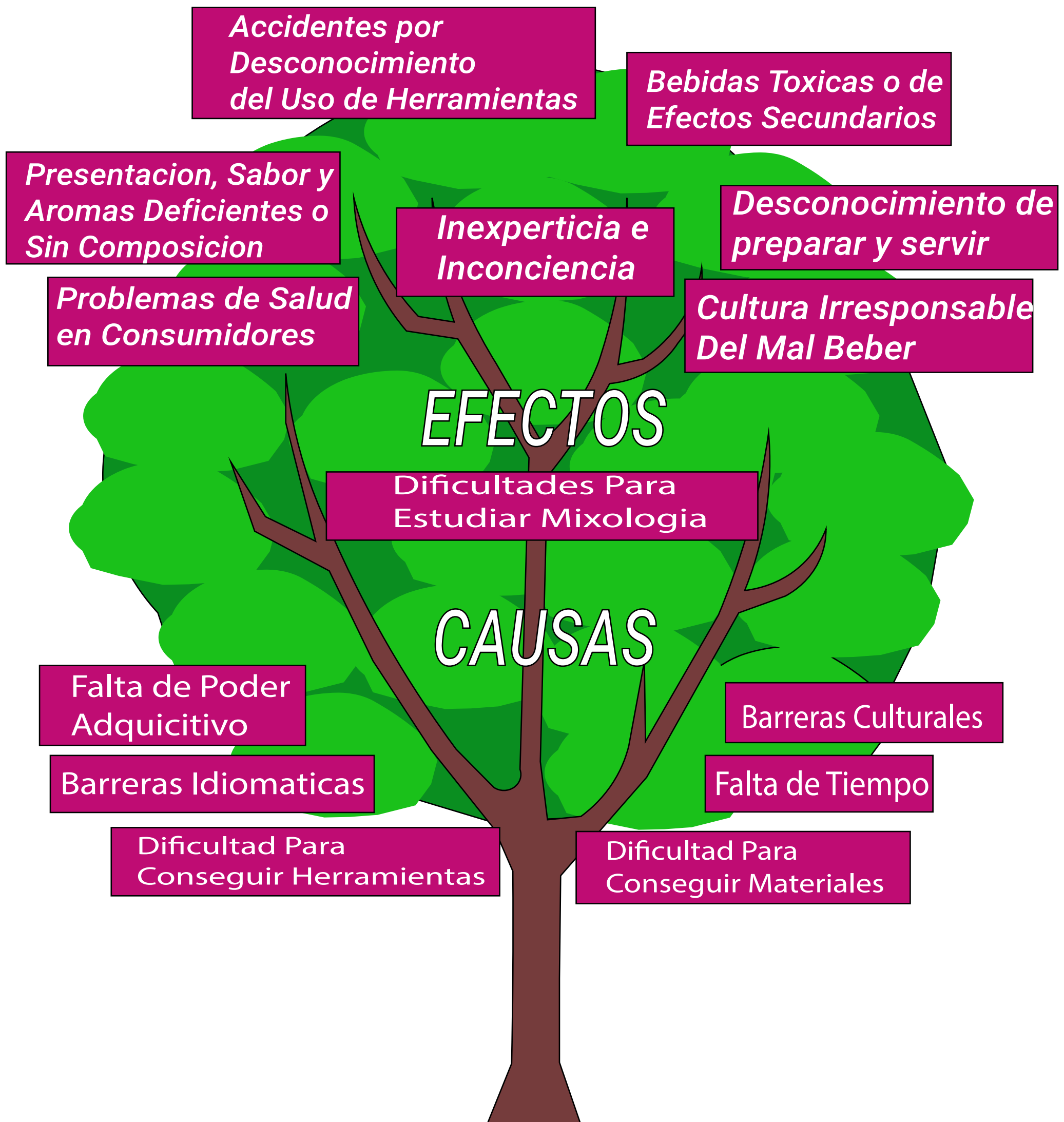
DESCRIPCION DEL PROBLEMA

En Colombia y muchos otros países, ha aumentado la necesidad de formación en el mundo de los establecimientos de bebidas y gastronomía, especialmente ante el crecimiento del turismo. Muchos jóvenes recién egresados del colegio, así como adultos interesados, desean aprender mixología. Sin embargo, enfrentan barreras como la falta de recursos económicos, tiempo, herramientas, desplazamiento, o flexibilidad horaria.

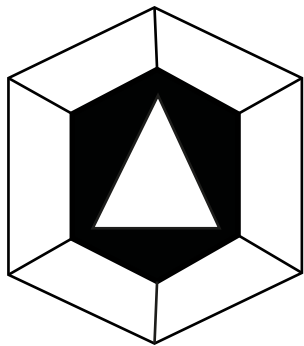
A pesar del auge de la mixología en redes sociales —incluyendo el flair bartending y la mixología molecular—, la mayoría no tiene acceso a una formación profesional, de calidad y con certificación.



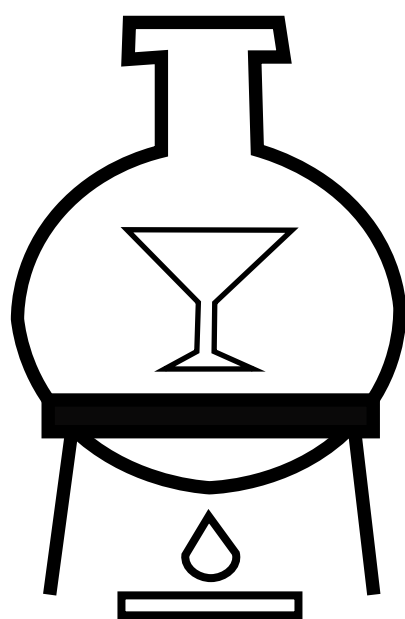
ÁRBOL DE PROBLEMAS



PREGUNTA PROBLEMA



¿Es posible democratizar el acceso a una educación científica y artística en mixología, rompiendo barreras culturales, idiomáticas, económicas, geográficas y políticas, mediante el uso de herramientas multimedia en un entorno digital y globalizado?



CONTEXTO

Los MOOC (Massive Open Online Courses) se basan en el aprendizaje en línea con fuerte componente audiovisual. Aunque su crecimiento ha sido exponencial, muchos carecen de diseño pedagógico, estético y multimedia de alta calidad.

En mixología, aún no existen propuestas educativas que combinen el aprendizaje significativo con una experiencia digital inmersiva. Este MOOC propone llenar ese vacío con una metodología innovadora, accesible y culturalmente diversa.



JUSTIFICACIÓN

En la actualidad, los desafíos derivados de la globalización y el acelerado desarrollo del mercado exigen nuevas formas de aprendizaje que trasciendan las barreras geográficas. En este marco, un MOOC (curso online masivo y abierto) de mixología se presenta como una herramienta clave para fomentar la interacción cultural en línea y permitir una profundización objetiva y estructurada del conocimiento en torno al arte de la coctelería.

La mixología, como disciplina en constante evolución, requiere un enfoque educativo que combine teoría y práctica, promoviendo un aprendizaje verdaderamente significativo. Sin embargo, trasladar este proceso al entorno virtual supone un reto, especialmente cuando se busca mantener la motivación, el interés y la participación activa de los estudiantes.

Este curso propone abordar ese desafío mediante el uso de recursos didácticos innovadores, estrategias pedagógicas efectivas y contenidos impartidos por expertos del sector. Además, se fomentará una construcción colectiva del conocimiento a través de la comunidad de estudiantes, reconociendo el papel fundamental de la tecnología y del desarrollo cultural en la transformación tanto de la mixología como de las formas actuales de aprender.



ANTECEDENTES

El concepto de MOOC (Massive Open Online Course) surgió en 1999 con la iniciativa “OpenCourseWare” del MIT. Sin embargo, el término fue utilizado por primera vez en 2008 con el curso “Connectivism and Connective Knowledge” impartido por George Siemens y Stephen Downes. Desde entonces, su desarrollo ha crecido exponencialmente. La mixología, por su parte, se remonta al siglo XIX con el legendario bartender Jerry Thomas, autor del primer libro de recetas de cócteles: The Bon Vivant’s Companion or How to Mix Drinks (1862). Este texto sentó las bases de la coctelería moderna. A lo largo del tiempo, la mixología evolucionó hasta convertirse en una disciplina que combina ciencia, arte y creatividad.

Los científicos Hervé This y Nicholas Kurti introdujeron el concepto de mixología molecular al aplicar principios científicos para explorar nuevas texturas, sabores y experiencias sensoriales.

En cuanto a formación profesional, la Asociación Internacional de Bartenders (IBA), fundada en 1951 y actualmente con sede en Singapur, ha promovido el desarrollo académico de bartenders a nivel global. Desde entonces, marcas como Diageo y Pernod Ricard han desarrollado sus propias academias virtuales, democratizando parcialmente el conocimiento sobre el arte de mezclar bebidas.



REFERENTES

Diageo

Es la competencia principal, ya que es una academia completamente gratuita sustentada por la misma marca distribuidora internacional de bebidas premium. Su academia virtual está dirigida a más de 180 países desde el 2002 cuando nace Diageo, y en 2012 nace Diageo academy, para promover el consumo responsable, promoción e innovación contra el indebido uso del alcohol y su abuso. Finalmente, el establecimiento de los estándares más altos de marketing responsable.

La interfaz de Diageo suele ser muy intuitiva, maneja colores y contrastes muy acordes a la industria, la organización de su maqueta web, su diseño y la conexión humana que hay tras las fotos en la plataforma, aunque no tiene juegos interactivos, cuenta con un espacio virtual 3d para visualizar la estación de trabajo.

<https://www.diageobaracademy.com/es-lac/home>

DIAGEO

Our Business

Our Brands

ESG

News and Media

Investors

Careers

Search



The *perfect* blend of *people and brands*

As one of the world's best brand builders, we're proud to be leading the way in premium drinks - the most exciting consumer products category.

Our Business →



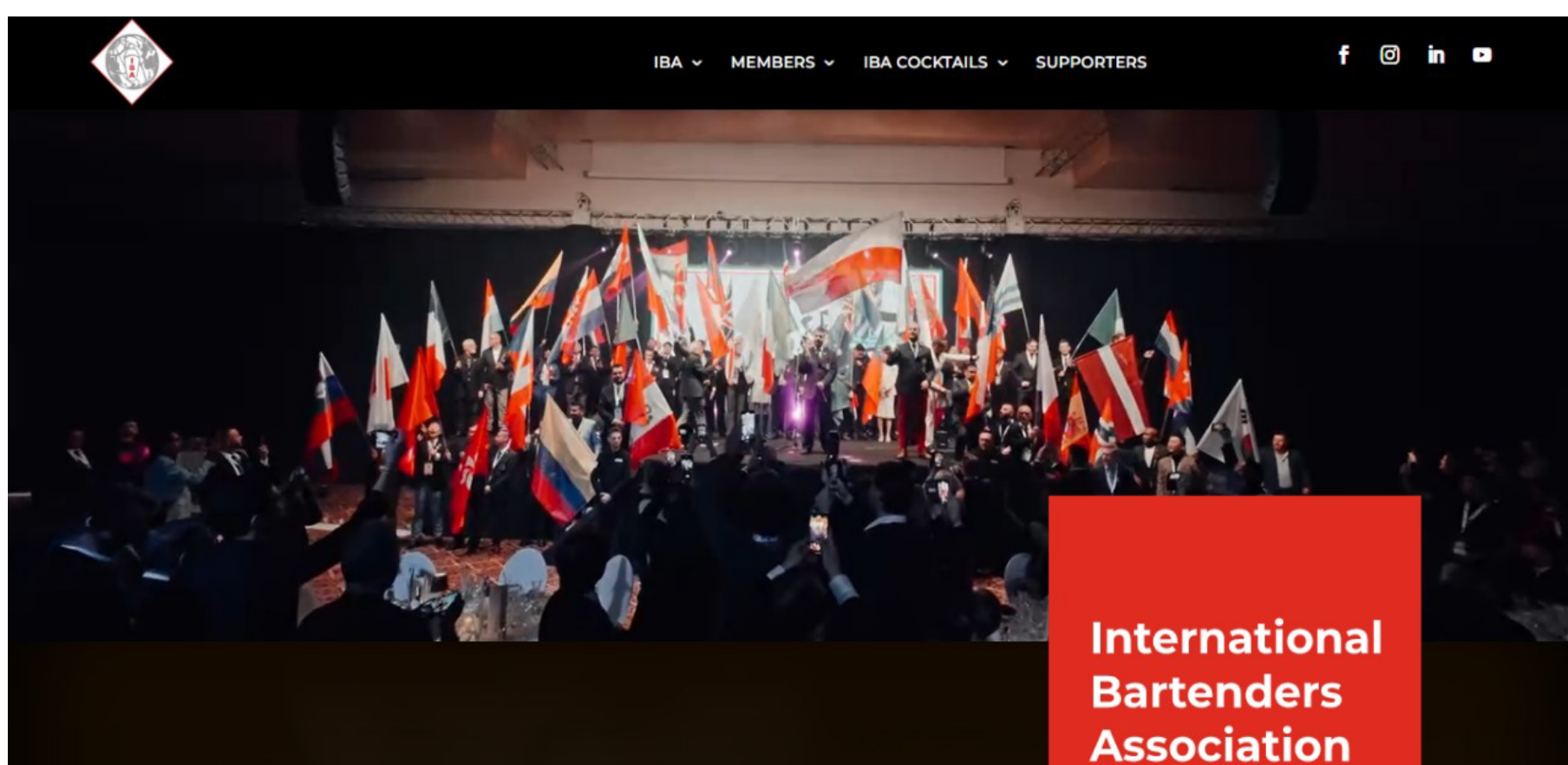
SOULMIA
MOOC

IBA

Es la asociación internacional de bartenders y desde su fundación en febrero de 1951 se ha dedicado a hacer academia. En 2016 ya tenían máster class virtuales.

Su interfaz no es muy intuitiva, suele estar en inglés, pero es quien tiene el mejor recetario oficial internacional, no cuenta con la mejor estética ni interactividad, además, de que se debe contactar directamente con ellos para acceder a los cursos.

<https://iba-world.com/>

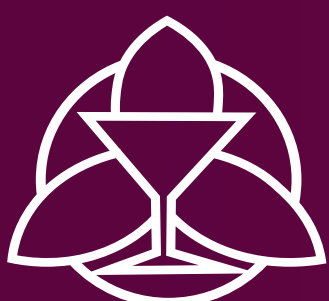


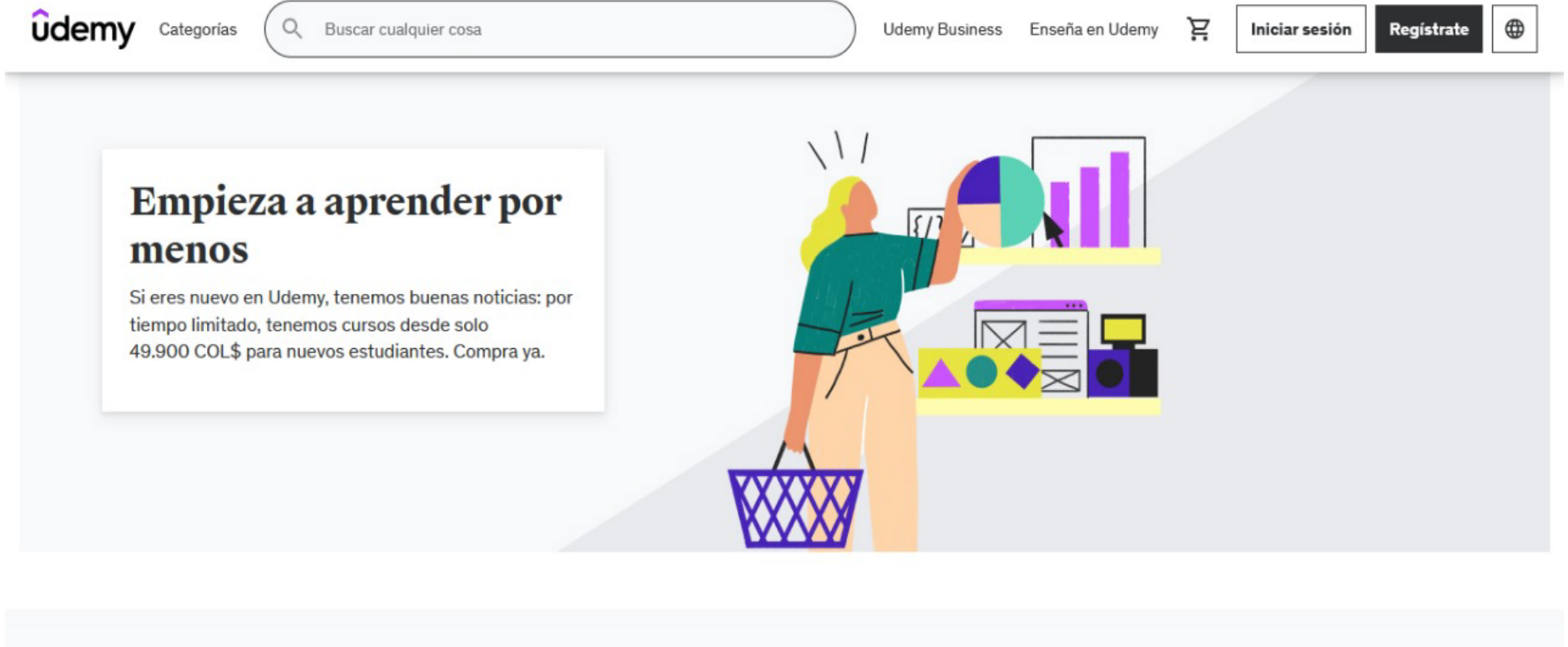
Udemy

Es una plataforma en línea para ofertar diversos mooc. Sobre coctelería. Hay 3 cursos:

curso de coctelería y bartending en español, con Coral Club; Learn bartender en español por Jesús Hurtado; Curso de coctelería para principiantes por Adrián Pontón Ramírez.

<https://www.udemy.com/courses/search/?src=ukw&q=coctel>





Superprof

Tienen varios cursos de coctelería tanto en línea como presencial, dictados por diversos profesores y bartenders, en el que tu puedes escoger quien te enseñe e instruya.

<https://www.superprof.co/clases/cocteleria/medellin/>



OBJETIVO GENERAL

Innovar la educación en línea sobre mixología mediante herramientas multimedia que garanticen calidad académica, comunicación efectiva y una experiencia de aprendizaje significativa y transformadora..

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diseñar estrategias didácticas interactivas adaptadas al entorno digital.
- Formar a los estudiantes en la historia, teoría y evolución de la mixología y sus ramas.
- Enseñar técnicas clásicas y contemporáneas con enfoque experimental y creativo.
- Integrar las tendencias globales para impulsar la innovación constante.
- Fomentar espacios de interacción social y académica como foros y sesiones en vivo.
- Aplicar el método científico al estudio de ingredientes, procesos y recetas, sin perder de vista el valor de las humanidades, el arte, la psicología y el idioma inglés como componentes transversales.



ANÁLISIS INTERNO Y DE MERCADO

Soulmia Academy – Bartending Mastery: De aprendiz a mixólogo

Competencia Principal

Edutin Academy, Diageo Bar Academy y Superprof: ofrecen formación online, pero carecen de un enfoque emocional, creativo o sensorial.

Proveedores Clave

Insumos y bebidas: Pernod Ricard, Diageo, Bacardí, Monin, The Brothers, Bartending Colombia.

Tecnología y plataformas: Moodle, Teachable, Thinkific, Google Classroom, EDX, YouTube, ilustrator, after Effects, Blender, Scratch, premier pro, Photoshop, Lightroom.

Hosting y desarrollo: Hostinger, SiteGround, Cloudways, WordPress, GitHub.

Producción y contenidos

Productores audiovisuales, diseñadores, animadores, guionistas, locutores, músicos, mixólogos, instituciones aliadas y certificación digital.

Público objetivo y stakeholders

- Jóvenes creativos (20–35 años)
- Bartenders, mixólogos y emprendedores (25–50 años)
- Marcas de licores, instituciones educativas, patrocinadores culturales
- Usuarios activos en redes sociales, con interés en el arte líquido, la coctelería como experiencia estética y el diseño sensorial

ANÁLISIS F.L.O.R.

Fortalezas

Narrativa alquímica única, identidad visual sólida, modelo flexible, escalabilidad transmedia



ANÁLISIS DE MERCADO

Limitaciones

Bajo presupuesto inicial, falta de certificación formal, dependencia tecnológica.

Oportunidades

Boom del aprendizaje creativo online, alianzas con marcas, carencia de oferta de calidad en mixología hispana.

Riesgos

Saturación del mercado, desigualdad digital, cambios en algoritmos, desgaste creativo.

Entorno P.A.S.T.E.L.

Político: Incentivos a educación digital y economía naranja; restricciones legales sobre alcohol.

Ecológico: Tendencia a sostenibilidad y consumo consciente.

Social: Interés creciente por rituales sensoriales, aprendizaje online y creatividad en redes.

Tecnológico: Acceso a IA, herramientas audiovisuales y plataformas interactivas.

Económico: Mercado gourmet y educativo en expansión, aunque con limitaciones de acceso en ciertos países.

Legal: Regulaciones sobre venta de alcohol, propiedad intelectual, certificaciones y protección de datos (Habeas Data).

Análisis del panorama actual de cursos de mixología en Colombia

Actualmente, en Colombia no existe un curso integral que abarque de manera completa todos los tipos de mixología. Aunque hay diversas ofertas formativas, la mayoría se centra en áreas específicas y se imparten de forma presencial, generalmente incluyendo paquetes que proporcionan los insumos necesarios para la práctica de lo aprendido.



ANÁLISIS DE MERCADO

1. Instituto del Cóctel

Fundado por el reconocido mixólogo Felipe Cuéllar, este instituto cuenta con más de 15 años de experiencia en la formación de bartenders y baristas. Ofrece cursos presenciales que van desde niveles básicos hasta avanzados, incluyendo especializaciones en: Bartender internacional, Bartender básico, Barista, Bar manager Coctelería tiki, Coctelería molecular, Coctelería flair (show). Su plataforma es visualmente accesible, aunque basada principalmente en imágenes. Una limitación importante es que los cursos se ofrecen por separado, lo cual implica que no hay una formación integral que agrupe todas las ramas de la mixología en un solo programa. Además, no cubren las siete categorías de mixología en su totalidad.

2. Escuela Bartender

Esta escuela ofrece un curso presencial de mixología por un valor aproximado de \$1.350.000 COP. El programa incluye algunas de las nuevas tendencias, técnicas modernas y una introducción a la coctelería molecular. Sin embargo, su enfoque es limitado y no abarca todas las ramas de la mixología de forma estructurada.

3. CO&CO

CO&CO se enfoca principalmente en cursos de bartender y mixología molecular, con horarios definidos. Aunque ofrece versiones en línea similares a las del Instituto del Cóctel, no se trata de cursos 100% virtuales ni autodirigidos. Su oferta incluye:

Mixología molecular, Bartender internacional, Bartender básico Bar manager, Coctelería flair, Curso para aficionados. A diferencia de otros centros, no cuenta con un curso de coctelería



tiki, pero sí incluye formación especializada como barista en tueste de café. Actualmente, solo tiene sedes presenciales en Bogotá y Cali.

Matriz Came

Corregir	Afrontar	Mantener	Explotar
Saturación de cursos: diferenciar por storytelling y sensorialidad	Bajo presupuesto: lanzar versión beta gratuita con comunidad	Narrativa alquímica única	Educación online creativa en alza
Brechas tecnológicas: MOOC ligero y accesible	Falta de certificación: crear sello propio + convenios culturales	Identidad visual coherente	Alianzas con marcas y eventos
Cambios de algoritmo: crear comunidad propia (web, newsletter, Discord)	Dependencia tecnológica: hosting propio + LMS open source	Modelo autogestionado y gamificado	Mercado hispanohablante desatendido

Objetivo SMART de Marketing

Lograr 100.000 visualizaciones en TikTok y YouTube + 1.000 preinscritos al MOOC antes del 15 de diciembre de 2025, mediante contenido audiovisual y estrategia multicanal que conecte con la comunidad creativa hispana.

ESTRATEGIA PORTER APLICADA

1. Liderazgo en costos

Ofrecer formación creativa de alta calidad a precios accesibles mediante uso de plataformas gratuitas, producción propia y marketing orgánico inicial.

2. Diferenciación

Propuesta estética y simbólica: storytelling alquímico, personajes animados, kits físicos y un universo visual envolvente.

3. Enfoque (nicho)

Público creativo, amante de la coctelería artística. Soulmia no es un curso técnico: es una experiencia transformadora



ESTRATEGIA PULL Y PUSH

Estrategia PULL

- * Contenido atractivo en TikTok, Instagram y Reels
- * Microhistorias y cápsulas educativas en YouTube
- * Blog y SEO con artículos sobre mixología emocional
- * Comunidad gamificada con personajes y retos
- * Preinscripción anticipada sin compromiso

Estrategia PUSH

- * Campañas pagadas segmentadas en redes
- * Email marketing automatizado con contenido exclusivo
- * Ofertas limitadas y kits exclusivos para early adopters
- * Influencers aliados y bartenders creativos
- * Remarketing con landing pages optimizadas.

Marketing 7P – Enfoque Soulmia

Producto: Curso inmersivo de mixología alquímica con narrativa transmedia.

Precio: Accesible y competitivo, con versiones gratuitas/beta.
Plaza: 100% online, accesible desde móviles o PCs.

Promoción: Reels, animaciones, desafíos, contenido viral y comunidad virtual.

Personas: Mixólogos, artistas visuales, creativos y aliados educativos.

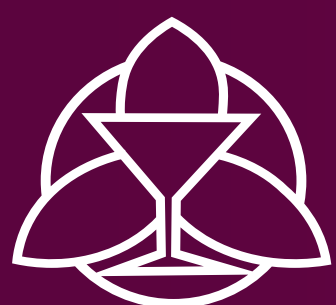
Proceso: Desde reels llamativos hasta onboarding gamificado y ritual de inicio.

Prueba física: Kits opcionales para una experiencia sensorial completa.

Las 4C del marketing (enfoque al consumidor)

Consumidor: Jóvenes creativos, bartenders y autodidactas buscan experiencias estéticas, narrativas y simbólicas.

Costo: Bajo costo económico y emocional, sin desplazamientos ni materiales obligatorios.



Comunicación: Lenguaje emocional, narrativo y visual con objetivo de generar comunidad y conversión (100K vistas / 1.000 leads).

Conveniencia: Acceso multiplataforma, horarios flexibles, kits disponibles online, comunidad activa y rituales digitales.

Las 4V del marketing (digital y experiencial)

Validez: Coherencia ética, narrativa simbólica fuerte, certificación alternativa con identidad.

Valor: Combinación de valor emocional, estético y funcional con percepción de exclusividad y transformación.

Virtual Place: Ecosistema digital propio + interacción gamificada y sensorial.

Viralidad: Contenido emocional y estéticamente viral, personajes icónicos y comunidad participativa.

Redes y contacto:

Instagram: @soulmiaacademy

TikTok: @soulmia.academy

YouTube: Soulmia Academy

Spotify: Soulmia Academy

Correo: soulmiaacademy@gmail.com

Macrosegmentación

Soulmia Academy compete en el sector de educación en línea interactiva, orientada a la formación profesional en mixología mediante una experiencia educativa sensorial, flexible y de alta calidad, apalancada en tecnología multimedia.

Microsegmentación

Nos dirigimos a jóvenes adultos entre 18 y 35 años, apasionados por la mixología, el arte y el emprendimiento gastronómico, que buscan una formación desde cero, con certificación, a bajo costo y alto valor estético. Sus decisiones se guían por experiencias inmersivas, diseño atractivo y flexibilidad de aprendizaje.



PUBLICO OBJETIVO

El curso está dirigido a personas entre los 18 y 40 años, especialmente entre los 18 y 26 años, con interés y capacidad económica básica. Se trata de un público curioso, irreverente y apasionado, motivado por adquirir conocimientos que les permitan ofrecer no solo cócteles, sino experiencias memorables.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Público encuestado: jóvenes entre 18 y 35 años interesados en mixología.

Principales motivaciones:

- * Ampliar habilidades y creatividad en coctelería.
- * Aprender técnicas profesionales con enfoque artístico.
- * Obtener un certificado que respalde su formación.
- * Preferencias de formato
- * Módulos con duración flexible (6 a 12 horas).
- * Acceso desde cualquier dispositivo.
- * En vivos semanales grabados para visualización posterior.
- * Actividades interactivas disponibles en cualquier franja horaria.

Conclusión:

El público objetivo valora la posibilidad de aprender a su ritmo, combinando creatividad, técnica y certificación profesional. La flexibilidad horaria y la interactividad son factores decisivos para su compromiso con el curso.

OBJETIVO Y ALCANCE DEL MOOC

Innovar la educación online en mixología mediante herramientas multimedia dinámicas como sesiones en vivo, cómics, videojuegos interactivos y un laboratorio virtual. La propuesta busca ofrecer formación de alta calidad con metodologías pedagógicas únicas, comunicación asertiva y contenidos con valor práctico, adaptados al ritmo de cada estudiante.



El resultado es una experiencia de aprendizaje significativa, flexible y profundamente inspiradora.

El curso está estructurado en 8 módulos, y ofrece un sistema de certificación progresiva:

Nivel 1 (Módulo 1 al 3): Certificación como Bartender Profesional

Nivel 2 (Módulo 4 al 6): Certificación como Bartender Internacional

Nivel 3 (Módulo 7 al 8): Certificación como Mixólogo

Este sistema gamificado incentiva el progreso y permite al estudiante trazar su propio camino de formación con objetivos claros y alcanzables.

HISTORIA DEL USUARIO

Lorena, la Aprendiz Apasionada



Edad: 20 años

Profesión actual: Mesera en un bar

Objetivo: Convertirse en una bartender profesional y reconocida

Frase clave: “No quiero solo servir tragos... quiero crear experiencias.”

Lorena es una joven de 20 años que trabaja como mesera en un bar de la ciudad. Es independiente desde muy temprana edad y se ha hecho cargo sola de todos sus gastos. No tiene familia en la ciudad ni una red de apoyo, lo que ha fortalecido su carácter, pero también limita sus oportunidades.

Aunque disfruta del contacto con los clientes, sueña con ir más allá de tomar órdenes. Lo que realmente le apasiona es el arte detrás de la barra: la alquimia de ingredientes, las historias en cada coctel, la posibilidad de transformar una bebida en una experiencia inolvidable.



**SOULMIA
MOOC**



Pero sus obstáculos son reales:

- * Sus ingresos no le permiten pagar una academia presencial.
- * Su horario laboral es extenso e irregular.
- * Aún se está adaptando a una ciudad que no conoce del todo.

Aun así, Lorena es curiosa, autodidacta y creativa. En sus tiempos libres, explora redes sociales, sigue a bartenders reconocidos, guarda recetas y sueña con un día tener su propia carta de cocteles.

Tiene talento, pero necesita una oportunidad concreta.

¿Qué busca Lorena en una formación?

- * Flexibilidad de horarios: estudiar cuando su trabajo se lo permita.
 - * Acceso en línea: sin necesidad de desplazarse.
 - * Costo asequible: sin comprometer su calidad.
- * Recursos didácticos modernos: video, animación, infografías y práctica real desde casa.
- * Certificación con valor laboral: que pueda usar para crecer profesionalmente.
 - * Una comunidad que la inspire y acompañe.

¿Por qué es importante Lorena?

Lorena representa a cientos (o miles) de jóvenes latinoamericanos que ven en la coctelería no solo un trabajo, sino una forma de expresión, crecimiento y realización personal. Su historia conecta con quienes valoran el esfuerzo, la pasión y la búsqueda de nuevas oportunidades.

Ella es el motivo por el cual este curso de mixología debe ser flexible, accesible, riguroso y creativo, permitiendo que talentos ocultos puedan brillar con las herramientas adecuadas.



ARQUETIPOS

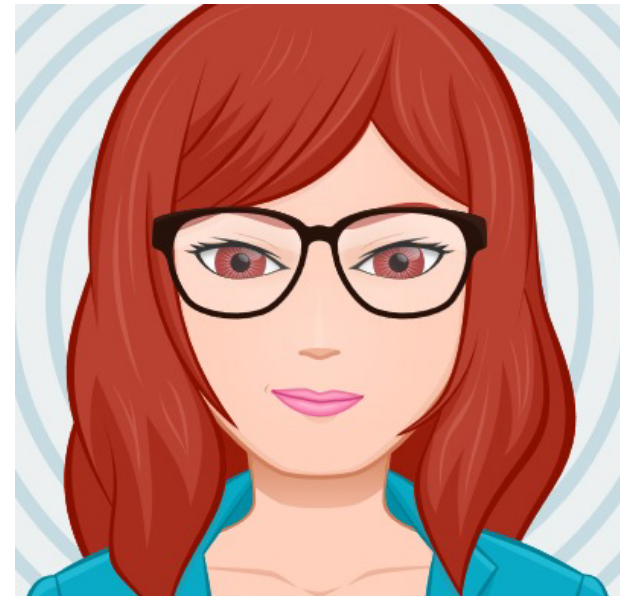
EL SABIO

“El conocimiento es poder... y compartirlo, un acto de transformación.”

El Sabio valora el conocimiento por encima de todo. Es curioso por naturaleza, analítico y reflexivo. Ama investigar, entender a profundidad y luego compartir lo aprendido con claridad y generosidad. Le fascinan las conexiones entre ideas, las historias detrás de cada ingrediente o técnica, y los datos que otros pasarían por alto.

Como mentor o guía, es un excelente oyente y comunicador. En su esencia, el Sabio busca comprender el mundo para transformarlo con sabiduría.

Características clave: Inteligente, curioso, analítico, guía, estructurado.



EL AMANTE

“Cuando haces lo que amas, todo encuentra su lugar.”

El Amante se mueve por la pasión, la belleza y la conexión emocional.

Busca armonía en todas sus relaciones: consigo mismo, con los demás, con su entorno

y con su trabajo. Tiene una sensibilidad especial para crear experiencias placenteras, significativas y memorables. Es empático, diplomático y comprometido.

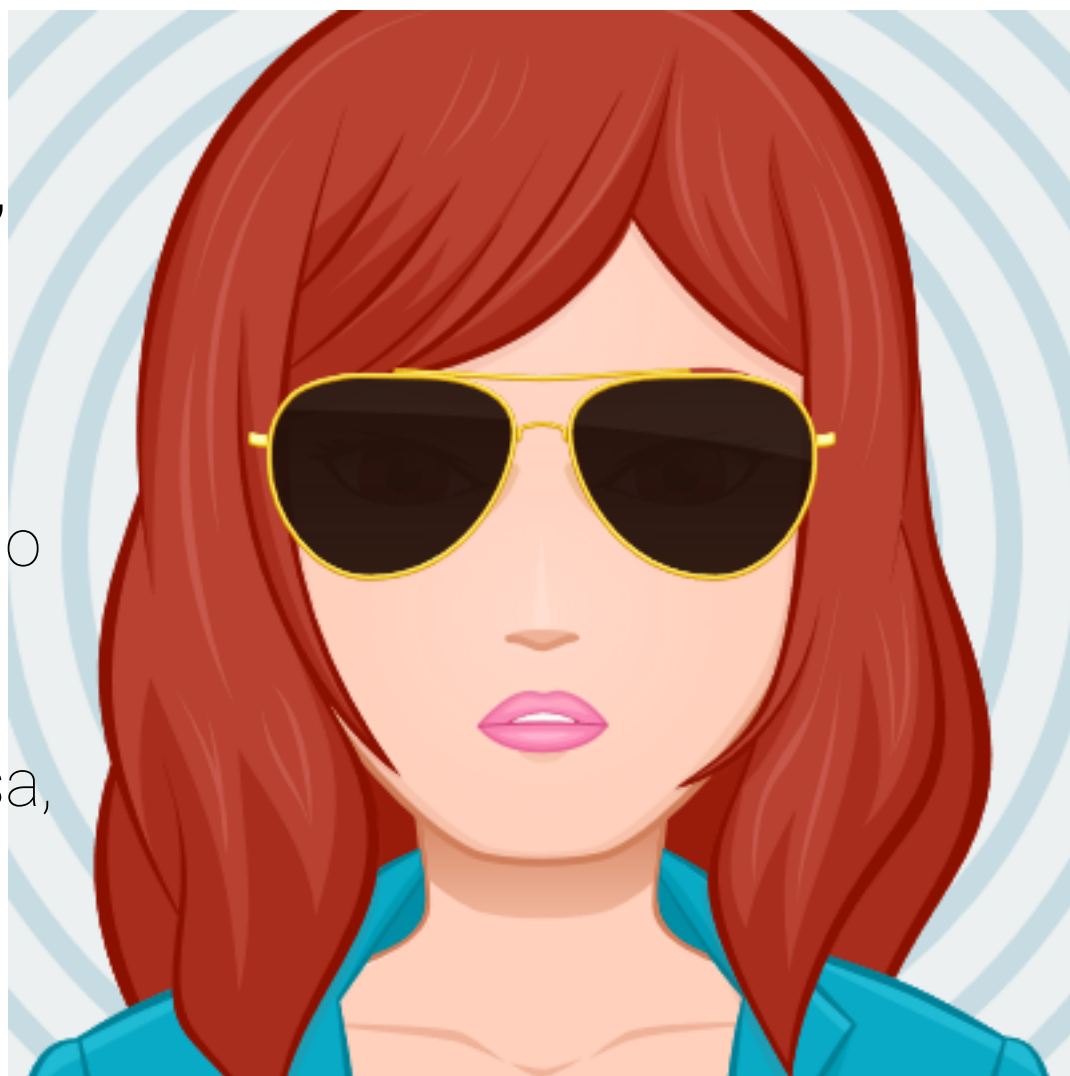


Disfruta del detalle, de lo sensorial y de todo aquello que despierta los sentidos. Vive intensamente cada momento y transmite entusiasmo a quienes lo rodean. Para él, lo que se hace con amor, se siente... y se nota. Características clave: Apasionado, empático, estético, emocional, comprometido.

EL REBELDE

“Nada cambia si no lo cuestionas”

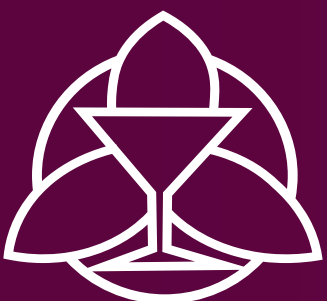
El Rebelde es inconformista por excelencia. No acepta lo establecido porque sí; necesita transformar, romper moldes, reimaginar las reglas. Tiene una energía intensa, provocadora y apasionada. No busca destruir por rebeldía, sino construir algo nuevo a partir del riesgo, la autenticidad y la innovación.



Es idealista, pero práctico. No le teme a lo que los demás consideran imposible. Inspira a quienes lo rodean con su valentía, su visión alternativa del mundo y su deseo de hacer de este un lugar más justo, libre y auténtico.

Características clave:

Irreverente, valiente, disruptivo, inspirador, innovador.



MAPA DE EMPATIA

¿Qué Piensa y Siente?

- * Se siente emocionada por aprender y experimentar con sabores, técnicas y herramientas nuevas.
- * Tiene una gran curiosidad por los procesos detrás de los cócteles, la alquimia de las mezclas y el origen de cada ingrediente.
- * Le emociona la idea de afianzar conocimientos y transformarse en una profesional reconocida en el mundo de la coctelería.
- * Sueña con dejar de “solo servir” y empezar a crear experiencias.

¿Qué Oye?

- * Escucha podcasts de mixólogos reconocidos y entrevistas sobre técnicas, errores comunes y consejos de la industria.
- * Mientras entrena flair bartending, escucha música que la motive e inspire movimientos.
- * Presta mucha atención a los consejos y trucos que escucha en barras, clases o redes.
- * Escucha activamente a sus clientes: le interesa comprender sus gustos y reacciones para mejorar su servicio.



¿Qué ve?

- * Consume constantemente tutoriales de mixología, flair, técnicas de servicio y decoración en redes sociales como TikTok, Instagram o YouTube.
- * Sigue a academias de coctelería, mixólogos y bartenders nacionales e internacionales.
- * Lee libros y artículos sobre botánica, hierbas aromáticas, frutas exóticas y técnicas de extracción.
- * Investiga y estudia recetas de cócteles clásicos, modernos y experimentales en Internet.
- * Asiste a parques o espacios abiertos donde puede ver flair bartending en acción.
- * Observa y analiza todo lo que le ayude a crear experiencias memorables más allá de una simple bebida.

¿Qué le duele?

- * Le duele no poder pagar una certificación formal debido a limitaciones económicas.
- * Siente frustración por no poder acceder a todas las herramientas y materiales que necesita para practicar.
- * Le duele no tener tiempo suficiente debido a su trabajo como mesera.
- * Le entristece no conocer muchas frutas y botánicos de Colombia por su alto costo o poca disponibilidad.
- * A veces se siente insegura de su nivel, aunque tiene gran talento e intuición.



¿ A que aspira?

- * Sueña con trabajar junto a grandes mixólogos y aprender de los mejores.
- * Quiere participar algún día en el torneo World Class y representar a su país.
- * Aspira a ser embajadora de una marca de espirituosos reconocida.
- * Desea crear recetas de autor para distintas temporadas y eventos.
- * Anhela convertirse en una de las mixólogas más admiradas y respetadas de Latinoamérica.
- * Sueña con abrir su propio bar temático o laboratorio sensorial.



¿Qué Dice y Hace?

- * Vive en Colombia y sigue activamente marcas de espirituosos, tanto locales como internacionales.
- * Participa en talleres, clases abiertas y eventos relacionados con la coctelería, siempre que su tiempo y economía lo permitan.
- * Practica flair bartending en casa o en espacios públicos cuando puede.
- * Se informa sobre tendencias globales de coctelería, cocteles sin alcohol, sostenibilidad y técnicas emergentes.
- * Le fascina el arte de crear experiencias sensoriales completas, no solo bebidas.
- * Estudia sobre hierbas, botánicos, fermentaciones, destilados y productos locales.
- * Comparte contenido en redes, comenta en foros y busca formar comunidad con otros apasionados.

DISEÑO Y PRODUCCIÓN DEL CURSO

Objetivo general (ajustado a MEN + IBA)

Formar bartenders y mixólogos con competencias técnicas, creativas, éticas y sostenibles, mediante un modelo pedagógico interactivo y progresivo, alineado con los estándares de la IBA y la educación técnica laboral del MEN, con capacidad de desempeñarse en entornos locales e internacionales.

ESTRUCTURA CURRICULAR ADAPTADA A LOS ESTÁNDARES MEN E IBA

Modelo educativo:

Modalidad: Formación técnico-laboral (virtual con componentes prácticos presenciales o remotos)

Metodología: Aprendizaje basado en competencias + retos creativos

Material educativo: Videos, animaciones, PDFs, fichas técnicas, simuladores, laboratorio virtual (futuro), videojuegos (futuro), podcasts, audiolibros.

Evaluación: Formativa, sumativa y por competencias (rúbricas + proyectos + pruebas)



NIVEL 1: BARTENDER PROFESIONAL

Duración sugerida: 80 horas

Comprender la historia, la organización y los principios esenciales que rigen el entorno del bar, la ética profesional del bartender y las normas higiénicas aplicables

Módulos:

1. Fundamentos del Bar y del Bartender



- Historia de la coctelería a mixología [\[Animación After E. de 3 minutos\]](#)
- Composición de un cocktail [\[Infografía y Video\]](#)
- Tipos de bares y organización [\[Infografía y Podcast\]](#)
- Servicio al cliente, protocolo y etiqueta [\[Infografía y PDF\]](#)
- Higiene (*normativa colombiana INVIMA*)BPM, POES, sistema HACCP o APPCC Y resolución 2674 del 2013 [\[infografía en PDF\]](#)
- Mise en place [\[Infografía\]](#)
- Ética del bartender (IBA y MEN), Decalogo del bartender, filosofía y psicología detras de la barra [\[Infografía y PDF\]](#)

2. Herramientas, Técnicas y Cristalería



- Herramientas y su uso [\[Infografía y PDF\]](#)
- Técnicas basicas de cocteleria y de la IBA: shake, stir, muddle, build, etc. [\[video de 13 minutos\]](#)
- Clasificación y Tipología de los cocktails [\[infografía y PDF\]](#)
- Cristalería y función estética [\[Infografía\]](#)
- Garnish y presentación [\[video de 5 minutos e Infografía\]](#)
- Estandarización y costeo básico [\[infografía y Excel\]](#)



3. Licores Base y Coctelería Clásica



- Espirituosos/Destilados:Ron, vodka, whisky, ginebra, brandy, tequila (definiciones IBA) [\[PDF, Video tutorial\]](#)
- Fermentación [\[Video de 7 minutos y PDF\]](#)
- Destilación básica [\[animacion 3d de 5 minutos\]](#)
- Cocteleria Clasica y 15 cócteles clásicos IBA (Martini, Negroni, Margarita...) [\[Video de 16 minutos\]](#)
- Decoración, presentación y servicio [\[Video de 10 minutos\]](#)

Certificación: Bartender Profesional

Prueba teórica + práctica básica + reto creativo de cócteles clásicos (mín. 5 cocteles IBA bien ejecutados)

NIVEL 2: BARTENDER INTERNACIONAL

Duración sugerida: 120 horas

Fortalecer habilidades en coctelería internacional, gestión operativa, atención multicultural y competencias globales.

Módulos:

4. Coctelería Intermedia y de Autor



- Coctelería Moderna, evolutiva, conceptual, tiki y del pacifico [\[Video y animacion de 11 minutos\]](#)
- Clasificacion de Licores compuestos y bitters [\[Video de 5 minutos, infografía y PDF\]](#)
- Cócteles de autor y creación guiada [\[PDF y Video de 7 minutos\]](#)
- Recetas contemporáneas IBA [\[video de 15 minutos\]](#)

5. Gestión, Costeo y Marketing del Bar



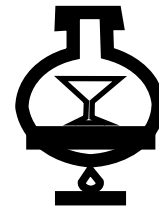
- Escandallos, fichas técnicas [\[PDF\]](#)



- Inventario, rotación, mermas
- Branding del bartender
- Marketing de cocteles y eventos
- Costeo real vs precio sugerido

[video de 7 minutos y PDF]
 [Video de 8 minutos e Infografía]
 [Video, animación, infografía, podcast y PDF]
 [Video de 4 minutos]

6. Cultura, Turismo y Servicio Global



- Atención a extranjeros (protocolo, inglés básico)

[Video de 10 minutos y PDF]

- Cultura y sabores del mundo

[Infografía]

- Catas y maridajes

[video de 5 minutos e Infografía]

- Eventos temáticos y catering

[infografía y pdf]

- The flair and craft bartending

[Infografía y video de 5 minutos]

- Premios IBA y competencias internacionales

[infografía y podcast]

- Referentes globales

[infografía y Podcast]

NIVEL 3: MIXÓLOGO

Duración sugerida: 100 horas

Desarrollar un enfoque investigativo, creativo y sostenible en coctelería, incorporando técnicas avanzadas, identidad propia y narrativa líquida.

Módulos:

7. Mixología Molecular y Creativa



- Aromatizaciones, infusiones, maceraciones y fermentos.

[video de 8 minutos, PDF e Infografía]

- Sous vide y técnicas moleculares (esferificaciones, espumas)

[Video de 10 minutos, infografía y PDF]

- Sensorialidad y storytelling

[PDF y podcast]

- Desarrollo de un coctel de autor con identidad y propósito

[Video de 10 minutos e infografía]



8. Botánica, Fermentación y Sostenibilidad



- Uso de ingredientes locales y de temporada [\[infografía\]](#)
- Fermentaciones caseras [\[Infografía y video de 7 minutos\]](#)
- Zero waste: aprovechamiento integral [\[5 minutos video\]](#)
- Syrups, shrubs, cordiales y bitters artesanales [\[video de 13 minutos e infografía\]](#)
- Desarrollo de carta creativa sostenible [\[Video de 5 minutos y PDF\]](#)

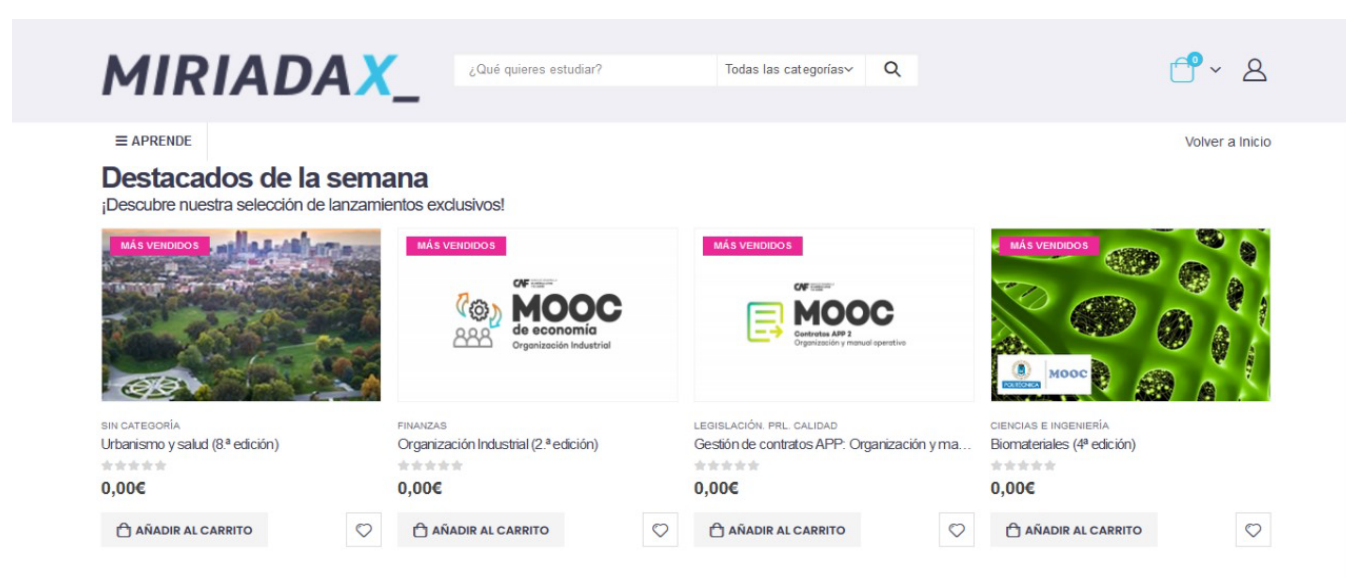


TECNOLOGIAS Y PLATAFORMAS DE ENTREGA

Miriadax

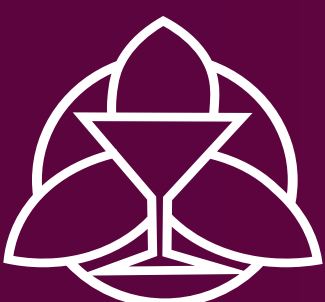
Viene de Open course Ware. Cuentas con materiales creados y utilizados por los profesores en el proceso de enseñanza. Son de libre acceso desde cualquier país y su uso es gratuito.

Tiene herramientas de creación para el MOOC por parte de expertos con herramientas y tiene una certificación. La plataforma es intuitiva.



Classonlive

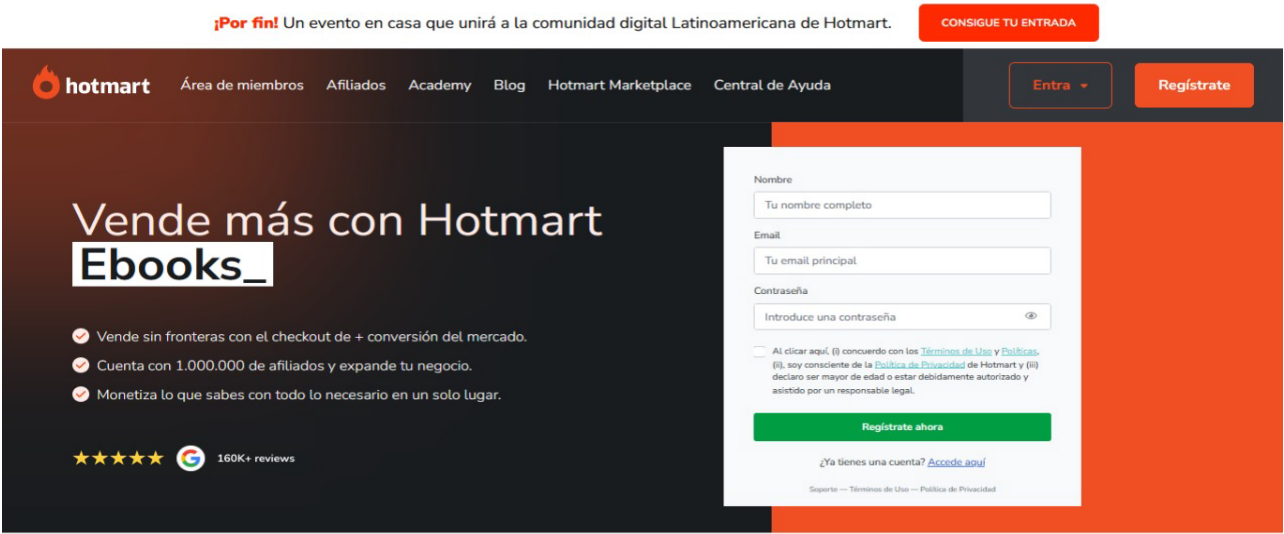
Dá dominó gratuito, tiene herramientas de marketing, membresías a servicios de ayuda, tutoriales para manejar la plataforma. Sirve para todos los dispositivos, se pueden tener en vivos directamente desde la plataforma, se crean estadísticas para verificar el progreso de cada uno de los estudiantes y se puede crear una aplicación para el mooc. Tiene 15 días de prueba y su costo va desde 12 € a 333 €. En nuestro caso el más aproximado costaría 40 euros mensuales de esta manera tendríamos tanto dominio propio como todos los otros beneficios.



SOULMIA
MOOC

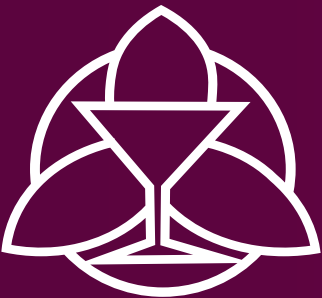
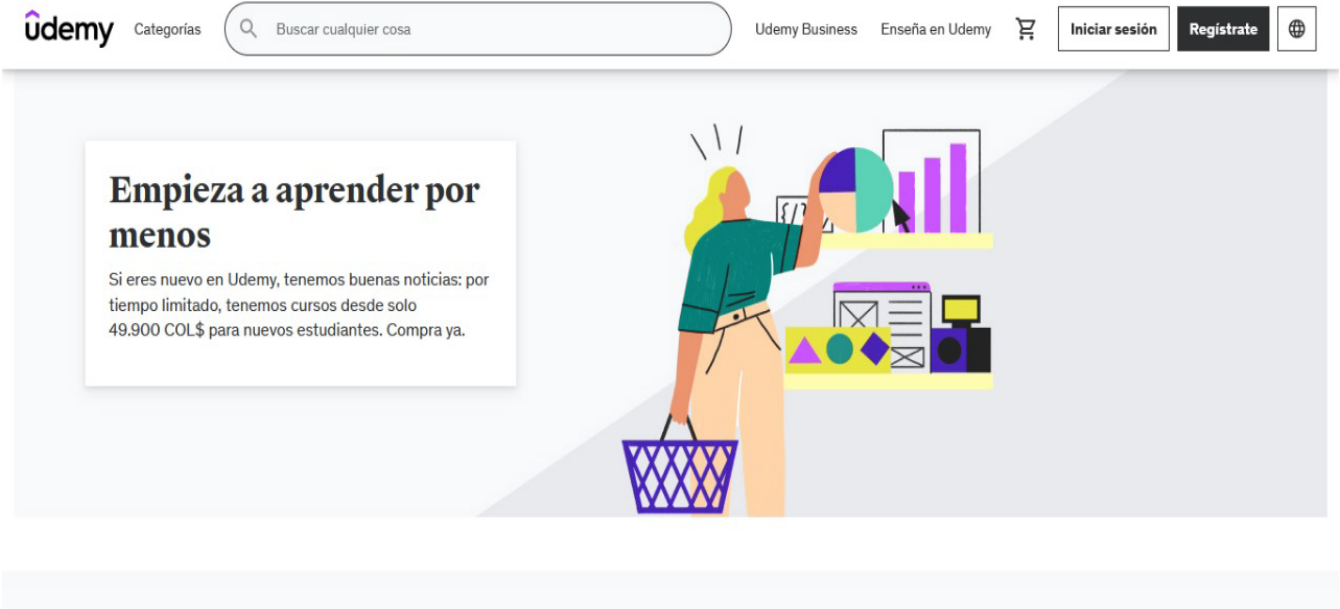
Hotmart

Su ventaja principal es que no hay ningún tipo de costo al inicio simplemente se tiene que registrar y subir el producto a la plataforma y se encarga de facturar a los clientes por lo que eso no sería motivo de preocupación y a los 15 días simplemente se transfiere el dinero a la cuenta. Piden cierta exclusividad y por lo tanto no se puede subir el curso a alguna otra plataforma adicional. Por cada venta se llevan el 10% de comisión y puedes seccionar cuando los módulos se van a bloquear y desbloquear.



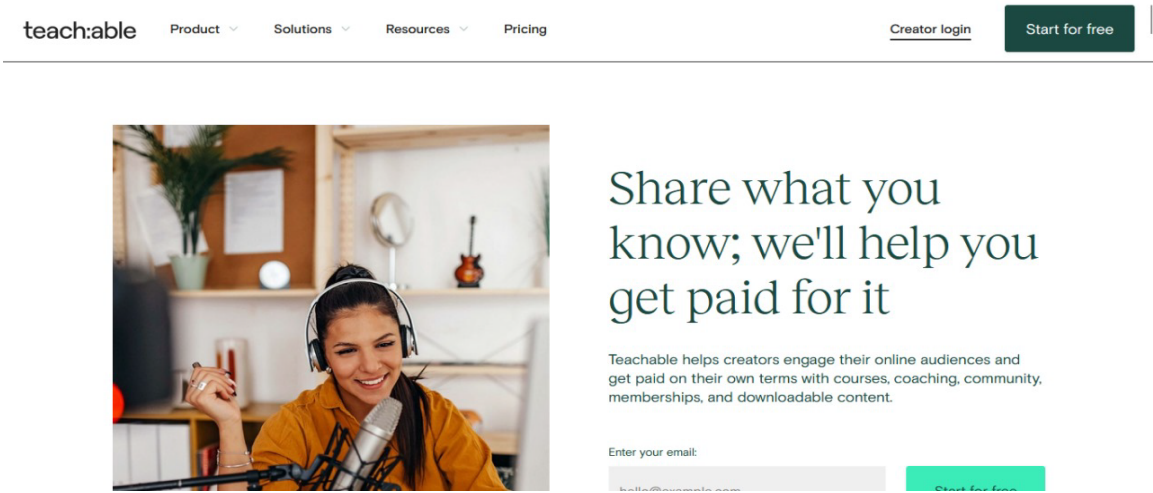
Udemy

Es una plataforma que cuenta con más de 50 millones de usuarios a nivel global, tiene temáticas de todo tipo, se ocupan de todo incluyendo las campañas de marketing. No hay que dar un capital inicial y guía al creador del MOOC paso a paso en las cosas más básicas. La plataforma se queda con el 50% de la comisión, si lo vende el dueño del curso de manera directa solo se queda con el 3%. Solo hay que registrarse en la plataforma y de una se podrá utilizar todo el material para la creación del curso.



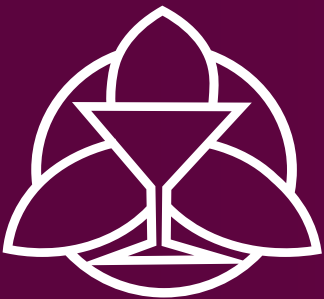
Teach:able

las cifras de su comunidad son impactantes, tiene más de 28 millones de estudiantes a lo largo de todo el planeta, la diferencia frente a Udemy y doméstika es que se puede crear el MOOC con El dominio propio para tener una un mayor control de todos los contenidos. Se pueden fijar precios propios y elegir las formas de pagos. Funciona en todos los dispositivos y permite crear membresías para los usuarios. La propia plataforma se encarga de todo el marketing, el alojamiento del curso y se puede elegir los métodos de pago. La plataforma es en inglés tiene un precio económico donde el más barato cobra 39 dólares mensuales y por cada curso vendido cobra un 5% comisión.



GitHub Pages (para landing page promocional gratuita)

Servicio gratuito de alojamiento web estático ofrecido por GitHub. Permite publicar una página web desarrollada con HTML, CSS y JavaScript sin pagar hosting. Ideal para mostrar la landing page del curso, con detalles, niveles, objetivos, registro y enlaces a plataformas de pago. Ventaja: dominio gratuito con formato https://usuario.github.io/nombre-del-proyecto.



WordPress + Moodle + WooCommerce

(plataforma integral de e-learning y pagos)

WordPress sirve como base visual y estructural del sitio web.

Moodle se integra como LMS (sistema de gestión de aprendizaje) para estructurar módulos, actividades, certificados, seguimiento de progreso, evaluaciones, etc.

WooCommerce permite vender los niveles del curso (3 USD por nivel) de manera automatizada y segura.



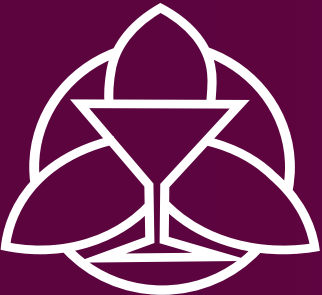
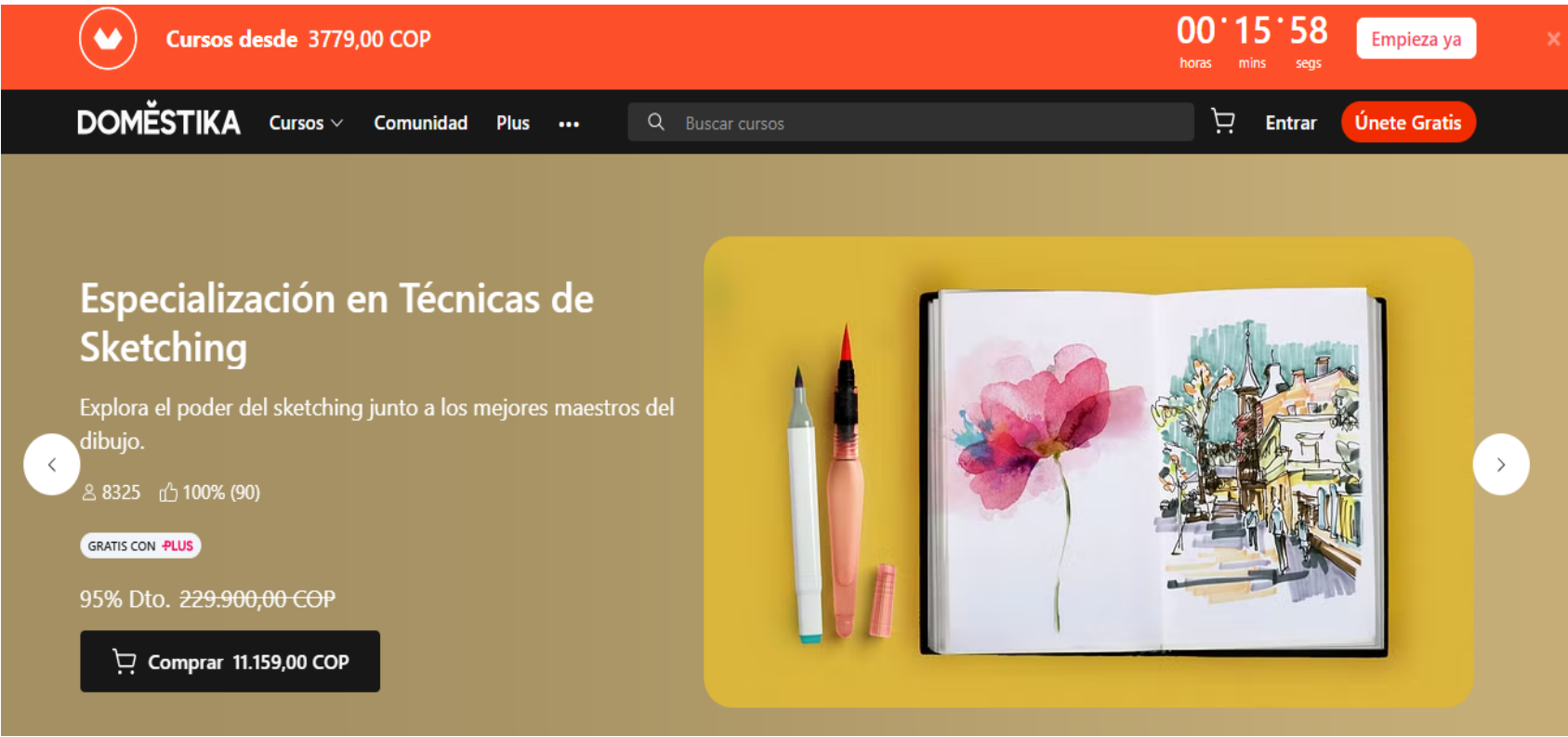
Domestika

Especializada en cursos creativos y visuales.

Alta calidad en producción audiovisual.

Buena opción si se busca un enfoque estético y artístico en la mixología.

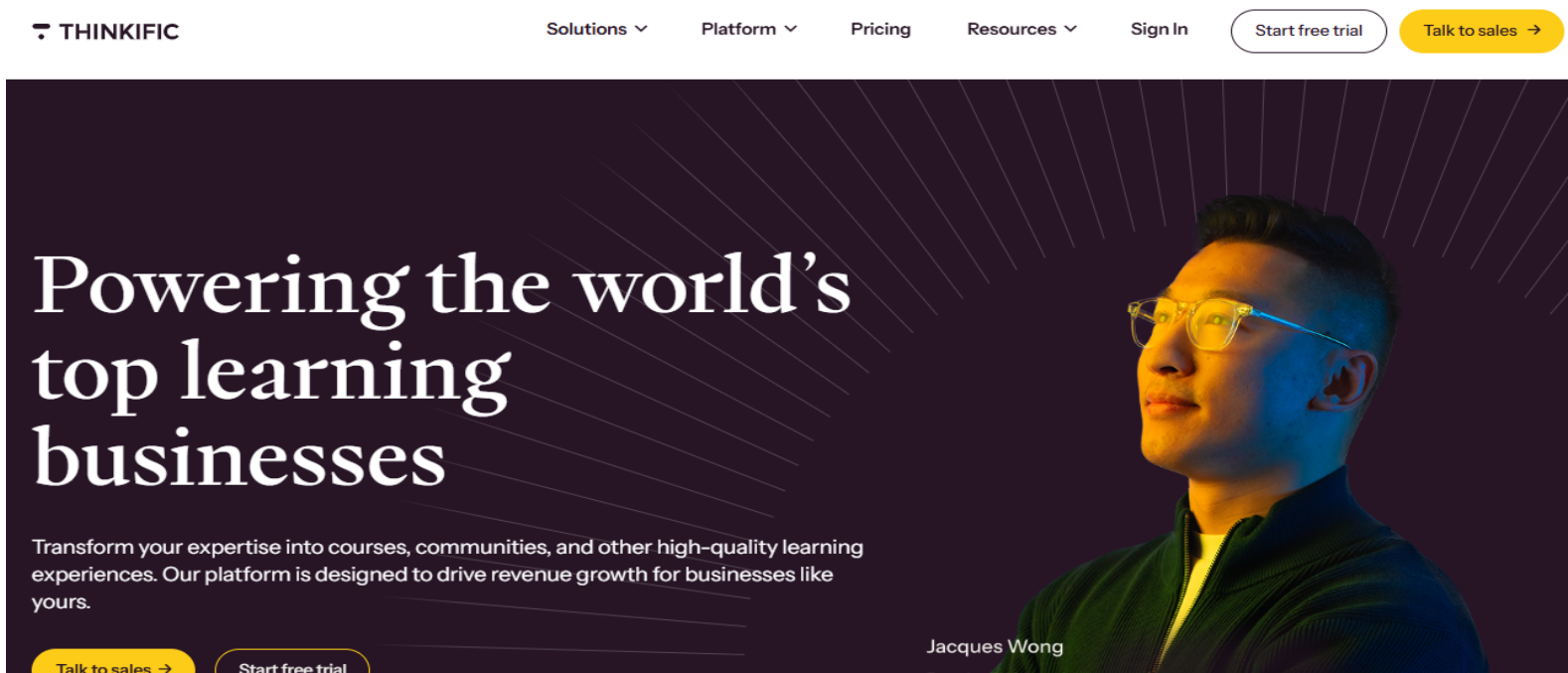
Modelo cerrado y con curaduría: se requiere postulación.



SOULMIA
MOOC

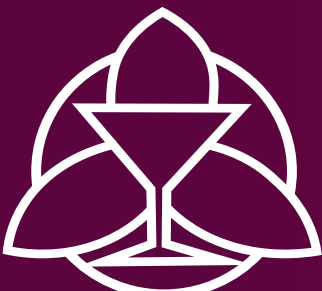
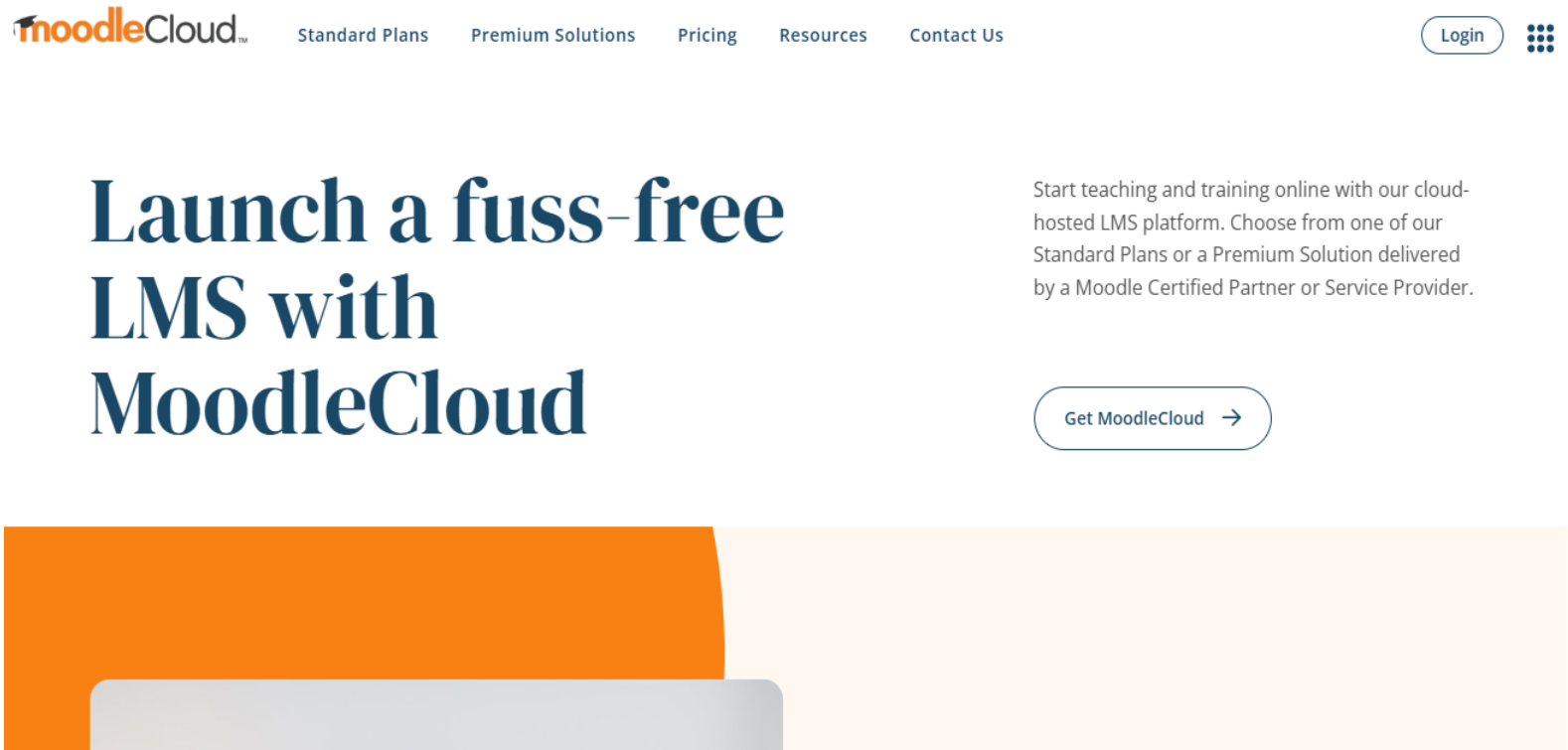
Thinkific

Similar a Teachable, pero con una versión gratuita limitada. Permite branding personalizado, marketing, dominios propios y múltiples integraciones. Compatible con Stripe, PayPal y otras plataformas de pago. Es ideal si se desea una solución modular, profesional y escalable sin pagar comisiones por venta en los planes premium.



MoodleCloud

Derivada del entorno Moodle, ideal para instituciones educativas. Permite crear rutas de aprendizaje personalizadas y evaluaciones automatizadas. Tiene un enfoque más académico, útil si se busca una estructura formal y certificaciones internas.



ESRATEGIAS DE MARETING Y PROMOCIÓN

- * Reunir cada uno de los **testimonios** y hacer un apartado iframe en la página de inicio del MOOC
- * Dar el primer módulo gratis para que el público pueda probar la plataforma.
- * Hacer sorteos mensuales de becas al 100%, regalos como herramientas de barra, insumos básicos y así hacer interacción con nuestro público objetivo a través de redes sociales dirigiendo una campaña de lanzamiento y otra de fidelización a través de las redes sociales:

Tik Tok

se subiran pequeñas partes del MOOC dando a conocer el contenido de valor, como procesos con recetas completas, dividiendo en máximo dos partes, mencionando cantidades de licores marcas y recomendaciones, centrándonos en lo que hace único el MOOC.

Hacer semanalmente un en vivo en Tik Tok donde toda la gente puede preguntar a un especialista cualquier duda que tenga acerca de la mixología para generar más interés.

YouTube shorts

Crear videos donde se muestre todo el proceso en una velocidad rápida con técnicas de transición donde solo haya música en audio datos curiosos en animaciones con él ¿sabías que?

YouTube canal

Crear videos donde se enseñe de manera general los diferentes tipos de mixología, mencionando que el contenido profundo estará en el curso.

Instagram

Mostrar el contenido de las alianzas estratégicas siendo un contenido muy planificado y producido de alta calidad, añadiendo publicaciones del resultado final del cóctel, colocando el link de donde se puede ver la receta que lleve a nuestro canal de tik tok dónde estará especificado la receta completa dándole protagonismo a las marcas patrocinadoras.

Twitter

hacer imágenes gráficas basándonos en la estrategia del sabías que poniendo todo tipo de datos curiosos acerca de la mixología y la coctelería



RIESGOS Y CONSIDERACIONES

Si bien el proyecto cuenta con fortalezas significativas —como una narrativa alquímica única, un enfoque transmedia flexible y una identidad visual sólida—, existen riesgos que podrían afectar el impacto esperado sobre el público objetivo.

Las principales amenazas se relacionan con variables externas e internas como:

- * Cambios en los algoritmos de redes sociales
- * Competencia con plataformas consolidadas (Coursera, Domestika, Diageo)
- * Limitaciones tecnológicas o presupuestarias
- * Dificultades para consolidar alianzas estratégicas clave

Estas condiciones podrían alterar la eficacia real de las estrategias de marketing, promoción y conversión.

Para anticiparse a estas posibles contingencias, se plantean **cuatro acciones clave de mitigación y adaptación:**

Estrategia de incentivos y referidos

Implementación de descuentos progresivos, cupones de preinscripción, sorteos de kits de mixología y premios por referir a nuevos usuarios, fomentando el crecimiento orgánico de la comunidad.

Estrategia PQR + seguimiento personalizado

Creación de un sistema activo de atención a preguntas, quejas y reclamos (PQR), acompañado de seguimiento individualizado vía correo o Discord, para reforzar la fidelización y resolver objeciones en tiempo real.

Estrategia multicanal de marketing



Presencia combinada en redes sociales, establecimientos aliados de tipo A y B (bares, escuelas, coworkings), y acciones BTL. Se integran promociones con códigos QR, alianzas con microinfluencers y descuentos exclusivos por comunidad o zona.

Clases personalizadas y flexibilidad de acceso

Se ofrecerán rutas personalizadas dentro del MOOC, adaptadas a diferentes ritmos de aprendizaje. Esto reduce el abandono, mejora la experiencia del usuario y amplía la accesibilidad frente a brechas tecnológicas o de tiempo.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Actualmente, las alianzas estratégicas para el marketing y la promoción se encuentran en fase de evaluación y construcción, por lo que aún no se ha cerrado la lista definitiva de marcas colaboradoras y patrocinadoras. Este proceso se proyecta culminar en las etapas finales del desarrollo del MOOC, reconociendo que algunas alianzas podrían modificarse o descartarse durante la ejecución.

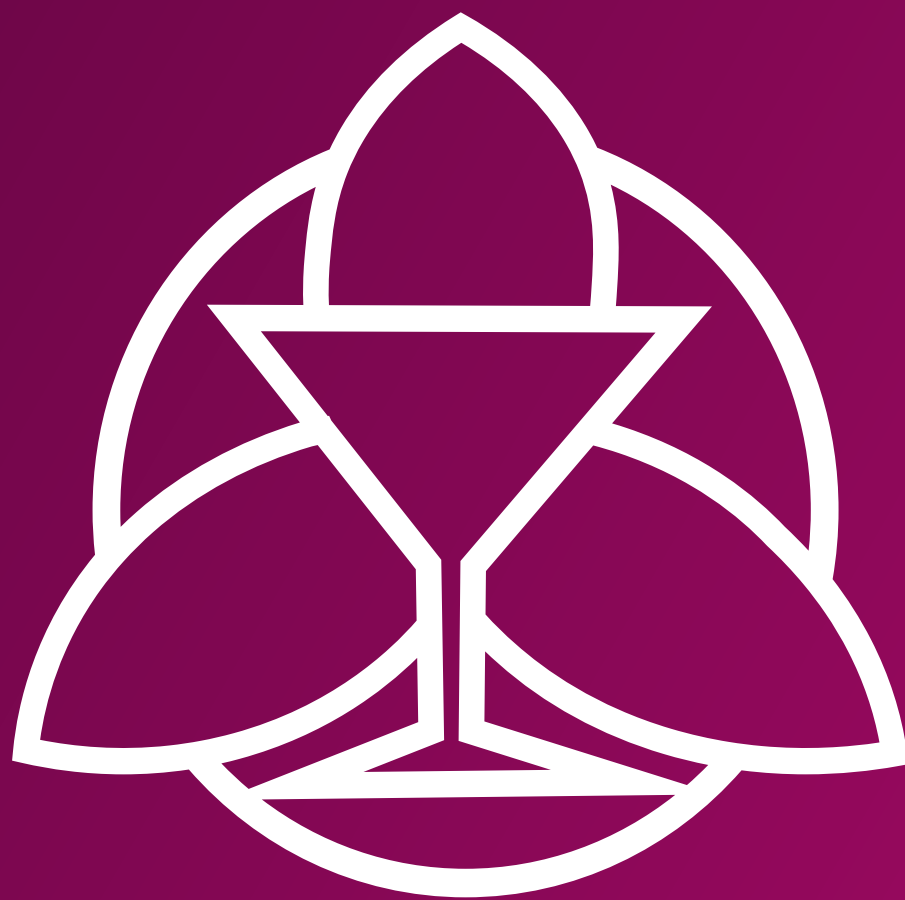
Por otro lado, todavía se están definiendo aspectos clave de la producción audiovisual, como la elección de modelos, el formato de los videos, los guiones y la dirección general. Estos elementos son fundamentales para garantizar una experiencia inmersiva y alineada con la narrativa alquímica del curso.

A pesar de estas definiciones pendientes, el proyecto presenta un alto potencial de impacto. Un análisis preliminar de tendencias en Google demuestra que existe una gran demanda de cursos de mixología online, lo cual valida el interés del público objetivo.

La clave ahora es capitalizar ese interés mediante estrategias efectivas de marketing emocional, branding y contenido audiovisual de calidad, que permitan conectar, atraer y enamorar al público objetivo.



SOULMIA



soulmiaeducation@gmail.com
www.soulmiaeducation.com

