



MUNDO MARKETING

XIMENA VEGA AMAT
Y LEÓN
CEO de Claridad

BARBIE DESDE OTROS OJOS

La película genera situaciones distintas y radicalizadas que logran despertar emociones tanto positivas como negativas, y por lo tanto, genera debate.

Mi hijo Juan Pedro de 22 años vio Barbie antes que yo. Cuando me contó, mi pensamiento inicial fue que esperaba que él vea la película Oppenheimer primero. En ese momento, me sorprendió a mí misma siendo machista en algún nivel inesperado. Así que le pedí su opinión sobre Barbie, la actuación, la trama, los actores.

Esperaba una respuesta sobre un enfoque feminista, de género, de equidad, o algo similar, la verdad. Sin embargo, lo primero que me dijo es que fue una visión interesante sobre lo que significa ser mujer. Sin prejuicios, sin carga, simplemente un análisis concienzudo sobre ser mujer. Lo siguiente que me contó fue que no había niñas ni niños peque-

ños en la audiencia. "Esta era una película para mi generación adelante, más que para un público infantil", me dijo.

En el mundo de Barbie, existen muñecas profesionales en varios niveles, mientras que Ken es dentro del mundo de Barbie, un accesorio más, junto a su 'walking closet', su carro fucsia y su casa en Malibú. Así que el 'crossover' hacia el mundo real tiene también un impacto importante en Ken. Entiendo que el mundo Barbie sirve como detonante para generar un paralelo con el mundo real, en donde las cosas son sarcásticamente diferentes. Mattel tiene la valentía de mostrar también estereotipos con los que convivimos, colocando al espacio corpo-

rativo como co-protagonista, con nombre y apellido. Es decir, con marca y sub-marca.

Juan Pedro me graficó la película con un cariz importante de humor, profundidad y con un guión sorprendentemente analítico. Uno de los comentarios que más me interesaron estuvo relacionado a que sintió que la trama plantea situaciones que podrían ser reales, desde la perspectiva tanto masculina como femenina, y en ambos casos, sentirse equivocadas desde la mirada del espectador. Radicalizar los estereotipos ayudó a generar un análisis propio, en donde su conclusión fue que ninguno de los planteamientos es necesariamente el correcto. Finalmente, la película genera

situaciones distintas y radicalizadas que logran despertar emociones tanto positivas como negativas y, por lo tanto, genera debate. En ese mismo momento, coordiné con amigas para ir juntas a ver la película, entusiasmada con la mirada de Greta Gerwig, la directora, así como los roles de Margot Robbie y Ryan Gosling, quienes dan vida a Barbie y Ken.

Imagino que parte de este artículo cuenta como 'spoiler', pero es importante que sepan que elegí no ver Barbie hasta después de cerrar este artículo, para trasladar una visión distinta a la mía a partir de la mirada de mi hijo.

El Comercio no necesariamente coincide con las opiniones de los articulistas que las firman, aunque siempre las respeta.

Universidades optan por más flexibilidad



Las clases universitarias presenciales fueron suspendidas en marzo del 2020 por la pandemia. Recién se retomaron a partir del segundo semestre del 2022.

Paradigma. La UPC ofrece la mitad de sus cursos a través de clases digitales, mientras que la Universidad de Lima opta por tener un día a la semana de virtualidad por carrera.

JUNIORMIANI

El progresivo retorno a las clases presenciales en las universidades vino acompañado de un cambio en el paradigma del estudiante de pregrado. Si bien este gusta de volver al campus por las facilidades de acceso a los laboratorios y por la interacción social, todavía requiere de la flexibilidad que le ofrecen las opciones a distancia.

Según Jorge Bossio, director de Aprendizaje Digital e Innovación Educativa de la UPC, en el último semestre el centro de estudios propuso una oferta de 50% de clases presenciales y 50% virtuales sincrónicas para que los alumnos puedan elegir las opciones que más les convengan, sin restricciones.

"Una vez lanzada la oferta del 50-50 se matricularon un 60% de estudiantes en clases a distancia y otro 40% en presenciales. Es por ello que nosotros tomamos la decisión de escuchar al estudiante y de mantener esta oferta flexible que les permite decidir", detalla.

En tanto, la Universidad de Lima le da mayor presencia a la enseñanza en su campus, pero un día a la semana los cursos se dictan a través de su plataforma digital. Asimismo, todas las clases son grabadas y subidas al servidor para que estén a la disposición de los estudiantes.

"Las clases virtuales, por carrera, se realizan solo un día a la semana. Sin embargo, todas las clases son grabadas y los alumnos tienen acceso a estos archivos. [...] Nuestra proyección al 2024 con relación a las clases es mantener un día de clases

Recuperación Pensiones luego del Covid

● Según Gustavo Larrea, director de Servicios Académicos y Registro de la Universidad de Lima, este año se ajustó un 5% la pensión frente a la establecida el 2020 en plena pandemia.

● "[Desde 2020] hasta el año pasado no incrementamos las pensiones. Además se otorgaron descuentos de hasta 60% para los alumnos que lo necesitaron", dijo.

virtuales", asegura Gustavo Larrea, director de Servicios Académicos y Registro de la Universidad de Lima.

Larrea agrega que en lo que va del año hubo un incremento significativo de alumnos.

"Durante el periodo académico 2023-1 se matricularon 27.016 alumnos, mientras que en el periodo 2022-2 se matricularon 24.131 alumnos, es decir, 2.885 alumnos más. Esto representa un incremento del 12%. Para el 2023-2 se estima que la cantidad de alumnos matriculados ascenderá aproximadamente a 27.100", detalla.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Como incentivo para ofrecer una mejor educación a distancia, la UPC comenzará este ciclo a brindar talleres de realidad extendida, es decir, replicará virtualmente las herramientas de laboratorios o escenarios médicos para que los alumnos puedan replicarlos a distancia.

"La idea es que tengan una experiencia de aprendizaje similar o equivalente a la de las clases presenciales. Estamos recreando réplicas virtuales de nuestros laboratorios para que los estudiantes puedan familiarizarse con estos a pesar de no estar ahí. Eso permite que más adelante, cuando vayan presencialmente, ya tengan experiencia en su funcionamiento", explica Bossio.

Además de la inversión en la adquisición e implementación de la plataforma, la universidad también capacitó profesores para que dicten los cursos.

"Tenemos 45 profesores certificándose para dictar estos cursos. Estamos iniciando los procesos", agrega.



El 60% de la cartera de sus asociados se concentra en regiones.

AutoPlan espera crecer a niveles del 2022

Metas. Para el 2024, la empresa apunta a colocar 12.000 certificados y en cinco años busca registrar unos 2.000 mensuales.

Para este año, AutoPlan, empresa administradora de fondos colectivos para vehículos, estima llegar a 9.000 certificados colocados, sostiene Roger Ríos, gerente general de la compañía, a Día 1. Esta cantidad representa unos US\$126 millones aproximadamente, precisa.

Según el ejecutivo, las proyecciones de este año serían similares a las del 2022. Asimismo, la meta para los siguientes años es ambiciosa: esperan colocar en el 2024 unos 12.000 certificados como mínimo, indica Ríos.

"De acá a cinco años, nuestro objetivo es llegar a tener unos 2.000 certificados colocados al mes. Significaría casi duplicar el número al que podríamos llegar en el 2024", añade.

Cabe mencionar que en el primer semestre del año, la compañía ha vendido unos 3.249 certificados y también desembol-

só 893 vehículos.

Además, en sus ocho años de creación, la compañía ya ha desembolsado 8.815 vehículos. Esto significa una transferencia económica directa al concesionario vehicular, una vez que se entrega el certificado al asociado y este elige el vehículo a adquirir y el concesionario en el que lo adquirirá.

La meta de colocación de certificados representaría en la práctica un incremento similar al de su número de clientes, que actualmente asciende a 11.747 asociados activos, considera Ríos, precisando que los asociados pueden tener más de un certificado.

Incurción en la selva Ampliación de puntos de venta

Ventas en la selva Roger Ríos, gerente general de AutoPlan, cuenta que este año han ingresado con puntos de venta a Pucallpa y esperan estar próximamente en Iquitos y en Ayacucho. AutoPlan cuenta con más de 100 puntos de venta.