

Apoyo académico y laboral



APOYO ACADÉMICO Y LABORAL
La mejor herencia es la Educación

Leidy Tatiana Toledo Cuervo

Lorena Manso Guarumo

Yenny Lorena Rivera Velasco

Corporación Unificada Nacional

Administración de Empresas

Creación de empresas II

Grupo: 50103

Quinto Semestre

Bogotá D.C

2020



Tabla de contenido

Compromisos del autor.....	7-8
Introducción.....	9
Resumen ejecutivo.....	10-11
Objetivo General.....	12
Objetivos específicos.....	12
Claves para el éxito.....	13
Primera entrega.....	14
1. Descripción de la Idea de Negocio.....	14-16
2. Modelo de Negocio.....	17
2.1 Estructure la idea de negocio y defina el negocio a través del siguiente lienzo.....	17-20
2.2 Escoja un modelo de negocio de ventas por Internet y responda estas preguntas.....	20
2.2.1 ¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?.....	21
2.2.2 ¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?.....	21

2.2.3 ¿Cómo cerrará la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizado acorde al modelo?.....	21-22
4. Análisis del sector.....	25
4.1 Estrategia océano azul.....	25
4.2 Análisis de PORTER.....	27-28
Segunda entrega.....	29
5. Marketing MIX.....	29
5.1 Estrategias de producto para clientes.....	29-30
5.1.1 Portafolio.....	30-31
5.2 Estrategia de precios.....	31-32
5.3 Estrategia de distribución.....	32
5.4 Estrategia de comunicación.....	32-33
7. Estrategias de marketing digital.....	40-43
8. Estrategia de marketing digital.....	43
9. Métricas clave.....	44-46
Última entrega.....	47
10. Localización del proyecto.....	47
10.1. Macrolocalización.....	47
10.1.1. Aspectos geográficos.....	48

10.1.2 Factores de inclusión.....	48-49
10.1.3. Aspectos socioeconómicos.....	49
10.1.4. Aspectos de infraestructura.....	50
10.1.5. Aspectos institucionales.....	50
10.2. Microlocalización.....	51
10.2.1. Factores que condicionan la mejor ubicación del proyecto.....	52
10.2.2. Tipo de Lugar.....	52
10.2.3. Monto de inversión.....	52
11. Ingeniería del proyecto.....	58
12. Ficha técnica.....	64
Conclusiones.....	67
Referencias.....	68-69

Lista de figuras

Figura 1. Modelo.....	16
Figura 2. Diagrama océano azul.....	26
Figura 3. Portafolio.....	31
Figura 4. Logo.....	40
Figura 5. Capturas de pantalla del diseño construido para página web.....	40-41
Figura 6. Dispositivo móvil.....	41
Figura 7. Capturas de pantalla del diseño construido para página web.....	42
Figura 8. Dispositivo móvil.....	43
Figura 9. Capturas de pantalla del diseño construido para instagram	43-44
Figura 10. Opción 2.....	44-45
Figura 11. Evidencia.....	46
Figura 12. Mapa de macrolocalización donde se ubicará el proyecto.....	47
Figura 13. Ubicación.....	51
Figura 14. Realizar plano.....	57
Figura 15. Flujograma.....	58-59
Figura 16. Plantilla.....	65-66

Lista de tablas

Tabla 1. Innovación sostenible.....	22-24
Tabla 2. Océano azul.....	26
Tabla 3. Objetivos Smart.....	33-36
Tabla 4. Desarrollo de Marca.....	37-39
Tabla 5. Requerimientos de operación.....	53-56
Tabla 6. ¿Qué materias primas o insumos necesita para la elaboración del producto? Realice un listado con cantidad y precios.....	60-61
Tabla 7. Requerimientos de operación en el proceso de producción. Para el aspecto de "Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo)", (Columna 5 de la tabla).....	61-63

Compromisos del autor

Yo (Leidy Tatiana Toledo Cuervo) identificado con C.C (1024600390) estudiante del programa (Administración de empresas) declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Leidy Toledo

Firma.

Yo (Lorena Manso Guarumo) identificado con C.C (1007211848) estudiante del programa (Administración de empresas) declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Lorena Manso G.

Firma.

Yo (Yenny Lorena Rivera Velasco) identificado con C.C () estudiante del programa (Administración de empresas) declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma.

Yenny Velasco

Introducción

Nuestra idea de negocio es crear una plataforma digital basada en un modelo de E-learning como apoyo académico y laboral para padres que tiene hijos entre 5 y 10 años, que necesitan el acompañamiento por parte de un tercero. La idea surge al conocer casos cercanos de padres que no cuentan con el tiempo y formación adecuada para ayudar en el aprendizaje de sus hijos en las diferentes áreas académicas.

Como niños que fuimos sabemos que la formación académica es muy importante en nosotros y más en las primeras etapas, por eso como jóvenes universitarias queremos ayudar a suplir esa necesidad por medio de este modelo de E-learning que en los últimos años en “Colombia ocupa el segundo lugar en Latinoamérica en expansión del eLearning con los mejores panoramas para el futuro en este mercado con una extensión del 18,6% según el Informe “El Mercado Global del E-Learning” publicado por la escuela Online Business School.”(ASOTICS Colombia, 2018, Rep: <https://www.internetya.co/colombia-es-el-2do-pais-en-crecimiento-de-e-learning/>).

Tenemos la intención de incorporar algo nuevo o más atractivo para nuestros clientes que no solo sea académico sino también para los hobbies en sus pasatiempos, que los niños le encuentren divertido y para los padres algo seguro y de calidad, conocemos que no todos cuentan con los recursos económicos suficientes para acceder a nuestros servicios por eso decidimos apadrinar un niño por día, que no cuente con dichos recursos.

Para poder llevar a cabo lo anterior se hará una investigación de mercado e innovación donde obtengamos información adecuada para dar el paso a paso de cada una de las actividades propuestas en esta asignatura esperando como resultado final lo propuesto.

Resumen ejecutivo

Existe la necesidad de un adecuado desarrollo en el aprendizaje de los niños, debido a la falta de acompañamiento por parte del padre, a causa del tiempo que disponen. Es por ello, que el proyecto que se tiene entre manos, consiste en una plataforma virtual académica y laboral, donde se ofrecerá el servicio de tutorías personalizadas o grupales, según la necesidad o preferencia de los usuarios.

Las tutorías, se realizan de manera virtual, pues se ve en la actualidad, la preferencia en la utilización del E-Learning, ya que estas plataformas pueden ser utilizadas desde cualquier lugar sea nacional o internacional, en la comodidad de sus hogares, la mayoría de estas se encuentran bajo un costo entre los COP \$20,000 y \$30,000, esto genera un gasto para los padres, sin embargo, nosotros queremos que sus hijos tengan un aprendizaje de calidad, sin generar un alto costo por lo tanto ofrecemos nuestro servicio con un valor de COP 6,000 abarcando la ciudad de Bogotá, como la ciudad inicial, con la intención de ampliar nuestra cobertura.

Para lo anterior, por el momento se cuenta con una inversión inicial de cada servidor (3) \$375.000, lo cual equivale al \$1,125.000 que se invierte en la publicidad, sin embargo se tiene un capital de \$500.000 para tener un ahorro de \$375.000 en caso de algún percance.

Se estima que dentro de los primeros tres meses, luego del lanzamiento de la plataforma, se tendrán 32 niños, como clientes frecuentes, pues esto generará un equilibrio económico en nuestro servicio, es decir, así se podrán cubrir gastos y costos, además se generan ganancias de manera paralela.

Los miembros del equipo que hemos diseñado esta idea de negocio y llevaremos a cabo la prestación del servicio, somos los siguientes Lorena Manso, Yenny Rivera, Leidy Toledo estudiantes de la Corporación universitaria nacional CUN, que buscamos mejorar la calidad del desarrollo del aprendizaje en los niños, ofreciéndoles tutorías que contribuyan en esto.

Lograremos tener éxito, siendo una plataforma educativa que quiere ser creativa e interactiva, por medio de un trabajo en equipo entre las servidoras y padres, tomando la educación de los niños como lo más importante. Una de las claves de nuestro proyecto es la satisfacción de nuestro cliente, ya que es muy evidente tener una comunicación fluida y continua con ellos.

Objetivo General

Ser la única plataforma digital de E-learning para el año 2021, que cuenta con apadrinamientos a niños de 5 y 10 años de edad en sus primeras etapas de formación académica y hobbies. Brindando tutorías personalizadas, como nuestros clientes lo requieran gratuitamente, apoyando a los padres que no cuentan con los recursos económicos necesarios, este apoyo será realizado por jóvenes universitarios.

Objetivos específicos

- Aumentar la utilización de nuestra plataforma digital de E-learning para el año 2023, por su calidad educativa y divertida para niños, y confianza y compromiso para los padres como nuestros principales clientes.
- Brindar precios que se ajustan al bolsillo del usuario, como una de las plataformas digitales más económicas del mercado, pero no implicando una baja calidad por el contrario ofrecer mejor calidad y buen servicio, por un precio justo.
- Expandir nuestro servicio fuera de Colombia para el año 2024, obteniendo reconocimiento exterior por llegar a hogares con compromiso y confianza.

Claves para el éxito

- Responsabilidad con nosotros mismos y hacia los usuarios.
- Ser creativos e innovar en nuestras ideas presentes y futuras.
- Saber escuchar a nuestros usuarios y futuros usuarios.
- Analizar a nuestra competencia y ser mejores.
- Invertir en nuevos estudios de tecnología.
- Buscar asesoramiento y capacitaciones sobre el E-learning al ser utilizado

con niños entre 5 y 10 años.

- Crear alianzas estratégicas, formando el mejor equipo de trabajo.

PRIMERA ENTREGA

1. Descripción de la Idea de Negocio

¿Cuál es el producto o servicio? Es un servicio personalizado, que se ofrece, por medio de una plataforma digital de E-learning, llamada apoyo académico y laboral, para niños de edades entre los 5 y 10 años que están entrando en la etapa del desarrollo de su aprendizaje, además creando y ofreciendo la oportunidad, de adquirir experiencia laboral por medio de esta idea de negocio.

El servicio de tutorías, será solicitado por los padres en el horario que más lo requieran, la plataforma cuenta con un calendario que mostrará la disponibilidad de las tutorías, tutores y las diferentes áreas académicas, el padre tomará la decisión a quién contratar y si trabajara en equipo, en el desarrollo de aprendizaje de su hijo o solo será el niño quien adquiera el servicio. En caso que el padre escoja aprender conjuntamente con su hijo, se dará una guía de asesoramiento para llevar esto a cabo.

¿Quién es el cliente potencial? Teniendo en cuenta lo anterior, nuestros clientes potenciales, serán los padres que consideran que sus hijos necesitan un acompañamiento, en el desarrollo de su aprendizaje, obteniendo una educación de alta calidad, esto debido a la falta de seguimiento que los acudientes puedan ofrecerles. También serán clientes potenciales aquellos padres que requieren ser guiados de acuerdo a sus necesidades, para un trabajo conjunto con sus hijos y de mayor calidad.

¿Cuál es la necesidad? la falta de acompañamiento por parte de docentes o padres que no cuentan con el tiempo necesario, para brindar un apoyo académico a los niños de edades entre

los 5 y 10 años. Los niños en la primera infancia aún no tienen conciencia sobre su propio proceso de aprendizaje y la intervención de una guía es indispensable. Herrera, Borges, Guevara & Román (2008), rescatan el concepto acuñado por Córdoba (1996) sobre el proceso de educación: "...el espacio donde a través de un sistema de acciones y de interacciones entre los sujetos se da la relación dialéctica entre el aprender y el enseñar". Cabe destacar la importancia del acompañamiento del aprendizaje en los niños, así: "El desarrollo sería el fruto de las interacciones del niño con los agentes de la cultura, entre los cuales los educadores y los padres y madres son los más importantes." (Maiz, Zarandona, Arrieta, 1996, pág. 16)

¿Cómo? Se implementará una vía online o presencial para que se reciba el acompañamiento académico al niño, diseñando un funcionamiento confiable y de calidad, que asegure un proceso de aprendizaje eficiente por mínimo 4 niños máximo 6 por clase. Todos estos encuentros, se organizan con ayuda de un calendario, tipo agenda, para garantizar el adecuado desarrollo de las tutorías, además se implementarán guías y acompañamientos didácticos tanto para los niños y padres para que el desarrollo de este aprendizaje sea menos monótono.

¿Por qué lo preferirán? Porque los padres se han dado cuenta de la importancia del acompañamiento, de los tutores en los niños en sus primeras etapas del aprendizaje y el desarrollo cognitivo. Según el portal mexicano *Guía Infantil*, estos son algunos aspectos que los niños aprenden o consolidan por edades entre 5 y 10 años, ya que en esta etapa ellos tienen la facilidad de expresar sus opiniones, hacerse más sociables y ser más innovadores, desarrollando su lenguaje, como muestra de su nivel de aprendizaje, aprendiendo a contar y escribir historias, con ayuda de su imaginación, resolver problemas matemáticos y reconocer sus talentos. Compartiendo también sus conocimientos con los demás, disfrutando del arte, la música, aprendiendo nuevo vocabulario, lo que les ayuda a comunicarse mejor y así ir mejorando su

capacidad de toma de decisiones, de forma más independiente, reconociendo las normas sociales básicas, para tener un comportamiento adecuado, y consolidando su aprendizaje social y académico.

Figura 1. Modelo



2. Modelo de Negocio

Descripción

2.1 Estructure la idea de negocio y defina el negocio a través del siguiente lienzo:

Segmento: ¿Quiénes son los clientes?

Los padres con niños en edades entre 5 y 10 años, que tienen la necesidad de un tutor, debido a la falta de acompañamiento que estos le pueden brindar. Además la plataforma, ofrece la oportunidad de adquirir experiencia laboral a aquellos que quieran y sienta la necesidad de ofrecer sus conocimientos a niños que lo requieran, recibiendo a cambio una entrada extra de dinero.

Geográfica: País Colombia, zona urbana, región Bogotá (localidades) y vía online.

Demográfica: Edad: Padres entre 18 y 32 años “Según las últimas cifras del censo reveladas por el Dane en Bogotá somos 7.181.469 habitantes en la capital” y 27,64% están entre las edades que se mencionan anteriormente y niños entre 5 y 10 años equivalen 6,24%.

Psicográfico: Padres que les preocupa el aprendizaje de sus hijos y mantener el apoyo psicosocial y socioemocional.

Debe resolver problemas o satisfacer necesidades. ¿Cuál es la propuesta de valor?

“La mejor herencia, es la educación”. Conocemos las necesidades de los padres, el interés por que sus hijos obtengan un aprendizaje de calidad, y que gran parte de ellos no cuentan con un financiamiento económico para adquirir nuestro servicio, por eso somos la única plataforma

digital que servirá desde móviles iOS o Android, que contará con el beneficio de apadrinar, apoyando a los niños tanto en actividades escolares y hobbies gratuitamente.

Se brindarán tutorías personalizadas, como nuestros clientes lo requieran. Además, las tutorías se realizan de forma grupal o individual, teniendo como referencia la agenda, que estará visible en la plataforma, donde se especifican los horarios establecidos, que son de 8: am a 3:00 pm, sin embargo, el servicio estará disponible las 24 horas del día, para así, si alguien requiere una tutoría fuera del horario ordinario, se pueda atender, solo es necesario que el usuario inscriba su tutoría e inmediatamente esto será comunicado al tutor elegido.

Arquitectura de servicio. ¿Cuáles son los recursos y procesos necesarios?

Se llevará a cabo su venta vía online con medios de pago electrónicos, se prestará el servicio de tutorías virtual, paquetes promocionales.

Costo y precio. ¿Cuáles son los costos para entregar una propuesta de valor?

Horario de atención de los servidores 8:00 am -12: 00 pm una hora de almuerzo de 12:00pm- 1:00 pm - De 1:00 pm a 3:00 pm finalización de jornada.

Horas total de trabajo equivalentes a 6 horas

Cada hora tiene un costo de \$6,000

Tutoría online x 6 niños por hora mínimo equivale a \$36,000

Las seis horas laboradas (Diarias) equivalen a \$216,000 cada uno.

Pago por servidor será de \$30,000 que serán descontados de los \$648.000 en total de las ganancias diariamente, teniendo en cuenta esto serán tres servidores que colaborarán en tutoría online, la cual el pago total por los tres son \$90,000.

\$648.000 menos los \$90.000 del pago diario de servidores equivale a \$558.000 los cuales serán utilizados como recurso para insumos, publicidad e inversión necesaria y para el apadrinamiento de niños de bajos recursos.

Mecanismos de entrega. ¿Cómo se entrega la propuesta de valor?

La propuesta de valor se entrega de la siguiente manera:

La inversión inicial se basa en publicidad que se le realice al proyecto, esta va a ser por medio de anuncios en YouTube e instagram lo cual nos cuesta \$1,125.000 + \$300.000: \$1.425.000 teniendo en cuenta que la publicidad diaria de YouTube nos cuesta \$37.500 e instagram \$10.000, está la haríamos durante un mes.

Ganancias esperadas. ¿Cómo generar ingresos y fuentes de financiación?

Se generan ganancias de 39.8%, esto ya que se generan en total diarios \$108.000 de los cuales se deriva gastos que corresponden a \$15.707.932 al año, esto se divide en los días del año los cual nos da un costo diario de \$43.035, es decir que nuestro margen de ganancia es de \$64.965.

Recursos. ¿Cómo puede ser sostenible?

Se cuenta con la inversión inicial de cada servidor \$5.235.977 lo cual equivale al que se invierte en la publicidad, compra de muebles, arriendo, servicios públicos e insumos. Sin embargo se tiene un capital de \$3.000.000 para tener un ahorro en caso de algún percance.

Fidelidad. ¿Cómo se puede generar relaciones con los clientes?

¿No te gustaría que nuestra plataforma virtual, en lugar de explicarte una persona presencial en el tema que solicites, te ofreciera un curso gratuito indicando qué temáticas se desarrollarán, para que puedas elegir el más adecuado para tu hijo?. Teniendo la oportunidad de elegir el horario que más se acomode a su necesidad o preferencia, obteniendo un servicio de calidad con un(a) tutor(a) que de forma dinámica, desarrolle la asesoría y el acompañamiento.

Cadena. ¿Qué alianzas estratégicas se pueden generar?

Por referencias de nuestra plataforma digital como usuario a familiares y amigos, quien se vincule con nosotros se dará un descuento del 30%. Por otro lado, se buscará la alianza con academias y plataformas de alto rendimiento, de E-learning, una de ellas es Maestrik, para que juntas logremos expandirnos de manera Nacional e Internacional mucho más rápido, y adicional se generan promociones y descuentos para los usuarios más comprometidos con el desarrollo del aprendizaje de sus hijos.

2.2 Escoja un modelo de negocio de ventas por Internet y responda estas preguntas:

El modelo que se escoge es E-Learning, utilizando Instagram, Landing Page y YouTube, para atraer de manera efectiva a nuestros clientes.

2.2.1 ¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Se realizará una publicidad por YouTube, Instagram y Landing Page ofreciendo a nuestros clientes una serie de recursos gratuitos que les indique, cómo deben usar nuestro servicio. Además pueden encontrar información de cómo surge la idea de negocio, que beneficios tiene cada uno de nuestros servicios que se encuentran relacionados en el portafolio.

2.2.2 ¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Se ofrecen paquetes promocionales: si el cliente acumula 5 horas semanales, una hora por día este recibirá, una hora de asesoría y acompañamiento totalmente gratuita, en el horario que lo solicite, se manejan diferentes temáticas, dependiendo el interés de cada usuario, además incentivando a nuestros usuarios por medio de actividades didácticas al cuidado del medio ambiente, estas actividades se realizarán por los medios anteriormente mencionados y se elegirá un ganador de acuerdo a las vistas y likes que obtenga.

2.2.3 ¿Cómo cerrará la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizado acorde al modelo?

Es fundamental satisfacer las expectativas de nuestros clientes, ya que si el cliente está satisfecho puede que haga publicidad de nuestro servicio. Por ello se implementará un modo de calificación al tutor, terminada la asesoría en línea.


Descubriremos las motivaciones de nuestros clientes potenciales y así conseguir vincularlos a nuestro servicio, de tal manera que facilitaremos notablemente el cierre de la venta.

El pago se efectuará por horas, el usuario deberá efectuar el pago por valor de \$30,000 que equivale a 5 horas de tutorías, que podrá elegir de manera libre para adquirirlas en los horarios que deseen.

Métodos de pago utilizados serán:

- Daviplata
- Corresponsal bancario Bancolombia.
- Efecty

Tabla 1. Innovación sostenible

	ENERGÍA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
Servicio ¿El servicio tiene un eco diseño? Se realizará el curso gratuito	¿Reduce el consumo de energía? La fabricación a partir de envases reciclados, supone	¿Reduce los insumos? Con todos los envases reciclados se podría abastecer	¿Ha medido su huella de carbono? Si ¿Cuál es el resultado?	¿Qué residuos recicla? Botellas plásticas papel

<p>donde desarrollan un taller artesanal con residuos reciclables.</p>	<p>un ahorro[1] energético del 84% en el caso de los plásticos</p> <p>¿Cómo? Se reciclará todo envase plástico para elaborar el taller artesanal</p>	<p>a la industria de la fabricación de plástico en casi el 9% de los recursos que se necesitan</p> <p>¿Cómo?</p> <p>Por cada tonelada de envases plásticos reciclados se ahorra en torno 1 tonelada de petróleo</p> <p>¿Utiliza químicos? No</p>	<p>Permite concientizar al cuidado del medio ambiente y ahorrar energía de forma significativa. Es menos costoso reciclar un material, que fabricarlo desde cero, como ocurre por ejemplo con el vidrio. Reciclar ayuda a evitar la explotación de los recursos naturales.</p>	<p>cartón</p> <p>latas de aluminio</p>
<p>Marketing</p> <p>¿Realiza algún tipo de campaña que favorece el</p>		<p>¿Qué materiales utiliza para las actividades de marketing?</p>		

<p>medio ambiente?</p> <p>El mejor taller artesanal contará con una membresía de cinco horas gratuitas. Para contar con esta membresía se debe realizar un video concientizando a la gente lo importante que es cuidar nuestro medio ambiente. El ganador será elegido por medio de las vistas y likes que obtengan en las diferentes plataformas y redes sociales.</p>		<p>Latas de aluminio, botellas plásticas y de vidrio, cartón, plástico, cauchos, etc...</p>		
---	--	---	--	--

4. Análisis del sector

4.1 Estrategia océano azul

Desarrolle estrategias claras con respecto a las variables importantes que van a diferenciarlo con su competencia:

Nuestra competencia directa es Maestrik fue creada con el objetivo de reducir la deserción escolar en Colombia, dos hermanos caleños crearon una aplicación que permite a los usuarios escoger profesores para reforzar temas del colegio o la universidad, ya sea de forma presencial o virtual.

Se trata de Maestrik, una plataforma creada por Mario Andrés Tobón Orozco y Camilo Sardi Orozco, disponible en los sistemas operativos Android e iOS.

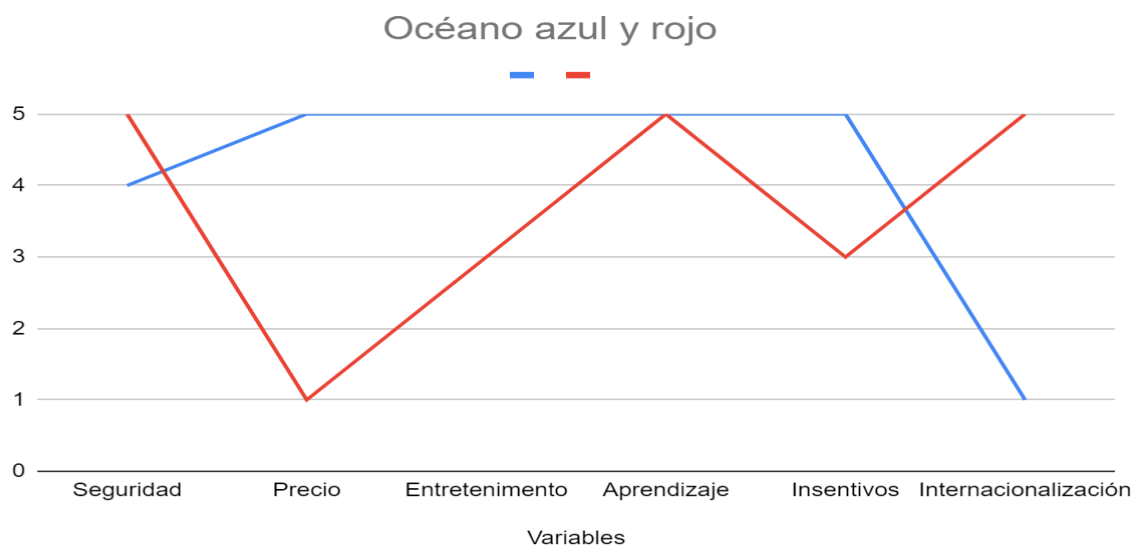
La plataforma además permite escoger los horarios y el costo de cada clase. "Todos los profesores pasan por un filtro de calidad y de seguridad. Solicitamos pasado judicial, realizamos una prueba psicotécnica y revisamos los estudios que ha realizado el profesor. Hemos recibido alrededor de 10.000 aplicaciones, de las cuales hemos aprobado 2.500 docentes", dice Tobón.

La idea de crear esta aplicación surgió en 2015 y en diciembre de 2018 fue presentada una segunda versión de la misma. Los hermanos consideran que la educación es el motor del progreso, por lo que el aporte de Maestrik es ayudarles a los jóvenes que no tienen buenos resultados en el colegio o en la universidad en algunas áreas del conocimiento.

Tabla 2. Océano azul

Variables	Seguridad	Precio	Entretenimien to	Aprendizaje	Incentivos	Internacion alización
Apoyo académico y laboral	4	5	5	5	5	1
Maestrik	5	1	3	5	3	5
	Incremento	Reducción	Incremento	Incremento	Incremento	Eliminar

Figura 2. Diagrama océano azul



4.2 Análisis de PORTER

Poder negociación con los clientes: Replantear sus estrategias tecnológicas, educativas ofreciéndoles soluciones, de forma más económica, con el fin de entrar en el mercado y crear competencia, ofreciendo calidad a bajos costos, ya que el E-learning ha impactado fuertemente a la industria, dando pasó al cliente o consumidor que pueda negociar un buen precio de nuestro servicio.

Poder de negociación con los proveedores: Las plataformas digitales son el principal insumo para nuestro servicio, contaremos con nuestra exclusividad de entretenimiento. Teniendo en cuenta la situación, de exclusividad del producto /servicio, que se recibe nuestros proveedores, en caso que existiera un elevado costo, por cambiar de una materia prima a otra, requerimos de más alianzas estratégicas, que incluyan agenda miento nuevos de proveedores.

Amenaza de productos sustitutos: La competencia que ofrece dichos productos sustitutos, se les evaluará sus precios, su plan de marketing y la respuesta de cada uno de los consumidores, que hacen parte de este producto sustituto, por otro lado, se realiza un cuadro comparativo, para detectar diferencias y por lo tanto ventajas y desventajas del servicio que estamos ofreciendo.

Amenaza de productos entrantes: Se tienen servicios diferenciados de las otras plataformas como lo hemos indicado anteriormente Maestrik cuenta con un objetivo a largo plazo de crear o tener una fundación lo cual implica una similitud entre las dos.

Rivalidad entre los competidores: Todos ofrecemos el mismo servicio pero con diferente propuesta de valor, precios, ofertas, seguridad, entretenimiento, calidad, promociones,

incentivos, entre otros, lo cual, genera una rivalidad por las diferentes semejanzas que existen en estos competidores. Además, se cuenta con trabajo en el marketing digital, estando un paso adelante de la competencia, generando más reconocimiento de nuestra plataforma.

SEGUNDA ENTREGA.

Gracias por asistir al lanzamiento del libro

Creando Oportunidades

Seis consideraciones conceptuales básicas sobre el emprendimiento empresarial.

Lorena Manso Guarumo

Pronto recibirás tu certificado de participación.

¡Te esperamos en un próximo evento!
Te invitamos a que conozcas más de PA'LANTE

Conoce Pa'Lante

Pa'lante La plataforma que impulsa a l@s berrac@s

5. Marketing MIX

5.1 Estrategias de producto para clientes

Núcleo: es una plataforma digital, que cuenta con funciones como: comunicación inmediata para solicitar tutorías académicas, oportunidad laboral y además experiencia, que se adquiere para fortalecer el crecimiento personal.

Calidad: se cuenta con la mejor calidad posible, ya que se verifica con anticipación la velocidad y el rendimiento de la red inalámbrica del tutor para garantizar un aprendizaje óptimo.

Envase: este servicio prestado se dará principalmente por la plataforma Apoyo Académico y Laboral, sin embargo se podrá encontrar información de este, por medio de YouTube, Facebook, Instagram y anuncios publicitarios del servicio.

Diseño y Servicio: el diseño será auténtico y notorio, llamativo y agradable a la vista de los usuarios, e irá de la mano con el servicio prestado por parte de los tutores, quienes brindan el valor agregado personalizando y apadrinando a sus usuarios.

5.1.1 Portafolio

Servicio básico:

- Tutorías y acompañamiento en grupos de 6 personas
- servicio 6 horas del día.
- bajos precios por hora de tutoría.
- variedad de materias a elegir para tutorías.

Este servicio se presta para: usuarios interesados en que sus hijos reciban tutoría y acompañamiento, en el momento que lo requieran, a bajos precios y de alta calidad y sobre todo seguridad.

Servicio de apadrinamiento.

- servicios de tutoría personalizados.
- disponibilidad 3 horas a la semana
- completamente gratis.

Este servicio es prestado a: usuarios interesados en que sus hijos reciban tutorías de manera gratuita segura y de calidad esto se hará con una padrina miento el cual será voluntario permanente.

Servicio Premium.

- tutorías personalizadas.
- disponibilidad 24 horas.

- variedad de materias a elegir

- Precios especiales por un mes continúe tutorías se obsequian 2 semanas de estas.

Para: usuarios interesados en que sus hijos reciban tutorías de manera continua completamente personalizada y con oportunidades de promociones y descuentos.

Figura 3. Portafolio



5.2 Estrategia de precios

Se realizó la fijación de precios de las tutorías, basados en los costos de producción.

Gastos diarios: publicidad:

Mano de obra: \$90.000

Internet: teniendo en cuenta que se tiene un plan de internet de pesos.

Energía: teniendo en cuenta que se aproxima que el gasto de luz equivale a 150.000 pesos mensuales.

Total: Por tanto el costo de producción es de Aproximadamente diarios esto lo dividimos en tutorías que se realizan en total en el día y nos da un valor de que sería el costo de una tutoría, por lo tanto observamos que un buen margen de ganancias sería el. Por ello el valor de la tutoría por hora son \$6.000.

5.3 Estrategia de distribución

Se maneja un canal de Marketing Directo, ya que la empresa vende directamente a los consumidores, en este caso a los usuarios. El servicio será entregado de manera netamente digital, debido a la emergencia sanitaria que se presenta actualmente a nivel mundial, además por ser una de las maneras más innovadoras de prestar y adquirir un servicio, o producto debido a la revolución de la industria 4.0 que se encuentra en su auge. La plataforma estará disponible en línea y se tendrá acceso a ella por medio del enlace respectivo, además por medio de redes sociales se encontrará información de interés como lo es: Promociones, comunicaciones y actualización constante.

5.4 Estrategia de comunicación

La estrategia de comunicación que se maneja es por medio del Modelo Marketing directo, el cual corresponde al Marketing telefónico, internet, marketing digital, móvil, email marketing, Social media Marketing, apuntado directamente a los padres con poco tiempo para ayudar a sus hijos en el adecuado desarrollo escolar. De esta manera se logra mantener un acercamiento más estrecho con los padres, siempre expresando de forma concreta los objetivos de nuestro emprendimiento. Hace parte de lo anterior enviar mensajes constantes que informen novedades, comunicaciones de interés y sobre todo, una de las cosas más importantes, preguntar cómo les ha parecido la gestión y por supuesto recibir propuestas de mejora, para cumplir las expectativas.

Cabe destacar que estas estrategias anteriormente mencionadas, deben ser regulares y pertinentes, para generar, además de una experiencia útil, agradable y segura, una recordación de la marca, el servicio y su calidad, de esta manera diferenciarnos de la competencia.

Tabla 3. Objetivos Smart

MARKETING MIX						
Estrategia	Objetivo Smart	Como (describ en cómo llegar al objetivo)	Quién (con qué medios o personas se apoyara)	Cuando (tenga presente la fecha)	Donde (defina específicamente el lugar donde lo realizará)	Valor (aproximación al costo)
Producto	Vamos a aumentar la cantidad de materias ofertadas en nuestra plataforma	Por medio de encuestas para saber que materias y concepto	Buscando asociación con academias que nos puedan brindar apoyo y mejor	Para que a finales del año 2021 se alcance el objetivo.	Desde la comodidad de cada uno de nuestros hogares, dirigiéndonos en el lado sur de la ciudad de Bogotá.	Se aproxima un valor de \$ 1.000.000

a, en un 10%, duplicand o la cantidad de usuarios satisfecho s, para ser reconocid os por nuestra marca y objetivo principal, el cual es un apoyo académic o y laboral simultáne amente, al cabo de	s se deben impleme ntar.	orientació n.			
---	-----------------------------------	------------------	--	--	--

	un año.					
Precio	Vamos a ofrecer durante un mes continuo una oferta del 15% de descuento a los usuarios más frecuentes, con el fin de fidelizarlos.	Realizan do la publicidad adecuada.	Ofreciendo estos descuentos por medios digitales y de marketing, además de la mano con las redes sociales.	Un mes continuo de cada año.	En los hogares donde sean más constantes en las tutorías.	El costo aproximado sería de \$200.000
Promoción	Aumentar	Captación	Con un	En el	Desde los	El costo de

<p>y comunicación</p>	<p>las ventas online en un 50% y tener mayor presencia en nuestra marca</p>	<p>n por medio de lead con las diferentes ofertas que se encuentran en campañas online enfocadas a la captación de leads. A través de acciones en redes sociales.</p>	<p>buen trabajo en equipo y acciones de marketing</p>	<p>transcurso del año.</p>	<p>interesados y seguidores de nuestro servicio sea por instagram o correo.</p>	<p>promoción sería de \$10.000 por día en instagram.</p>
----------------------------------	---	--	---	----------------------------	---	--

Tabla 4. Desarrollo de Marca

Apoyo académico y laboral

Nombre de la idea:

PASOS	OBJETIVOS	RESULTADOS
Primer paso: Diagnóstico del mercado	A. Identificación del sector	Educativo, didáctico, público y crecimiento.
	B. Identificar marcas en competencia	Maestrik, Moodle, SchoolOGY.
	C. Soluciones principales y alternativas	Cantidad de docente, Tiempo de estar en el mercado, Internacional.

		Educación virtual que cuenta con clases personalizadas
	D. Tendencias del mercado	Explorador, Cotidiano, Protector, Creador, Sabio
	E. Arquetipo de la marca	
Segundo paso: Realidad psicológica de la Marca.	A. Percepción de las marcas de la competencia.	Trabajo colaborativo, Creativo, Aprendizaje online
	B. Identificar variables del neuromarketing	Sonidos, Colores por temas
Tercer paso: Posicionamiento	A. Identificar Top of mind	Posicionamiento mental.

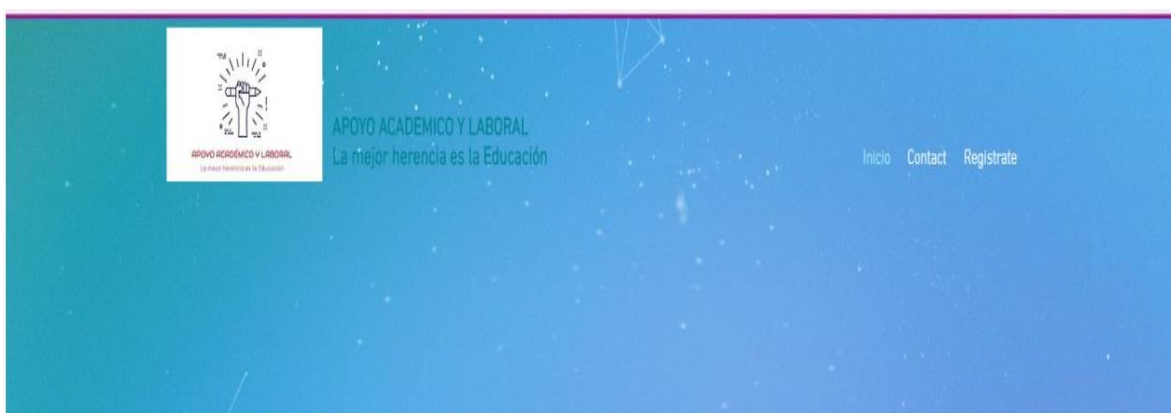
	B. Identificar Top of heart	Comodidad y gusto.
Cuarto paso: Realidad Material de la Marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Satisfacción de un excelente aprendizaje, superación de límites y retos, inspirar creatividad y actitud de un buen espíritu ganador y luchador por sus sueños.
Quinto paso: Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligados a la mediación tecnológica y de redes sociales.	Marketing digital.

Figura 4. Logo.



7. Estrategias de marketing digital.

Figura 5. Capturas de pantalla del diseño construido para página web.



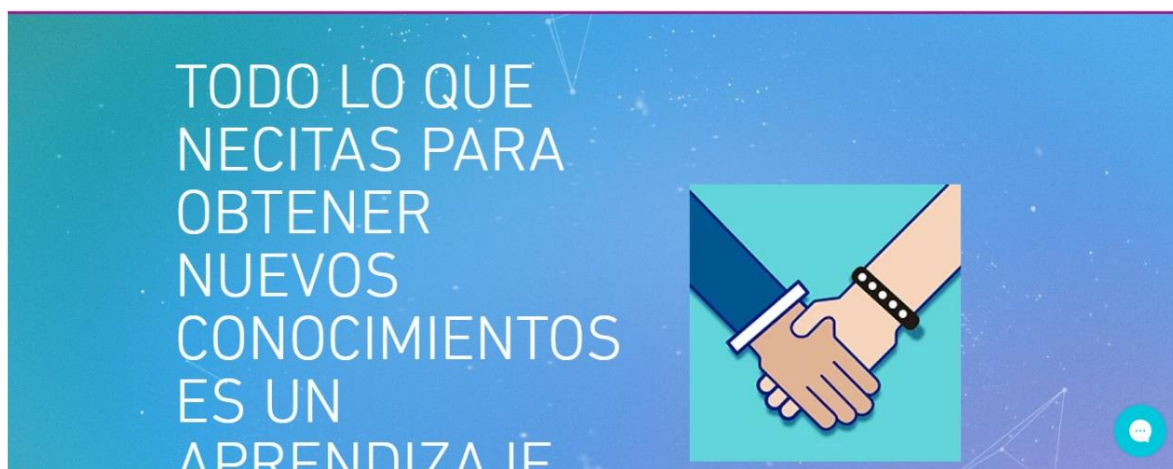


Figura 6. Dispositivo móvil



Enlace (URL) de acceso a "Landing Page".

<https://leidytoledoc.wixsite.com/misitio>

Sitio web.

Figura 7. Capturas de pantalla del diseño construido para página web

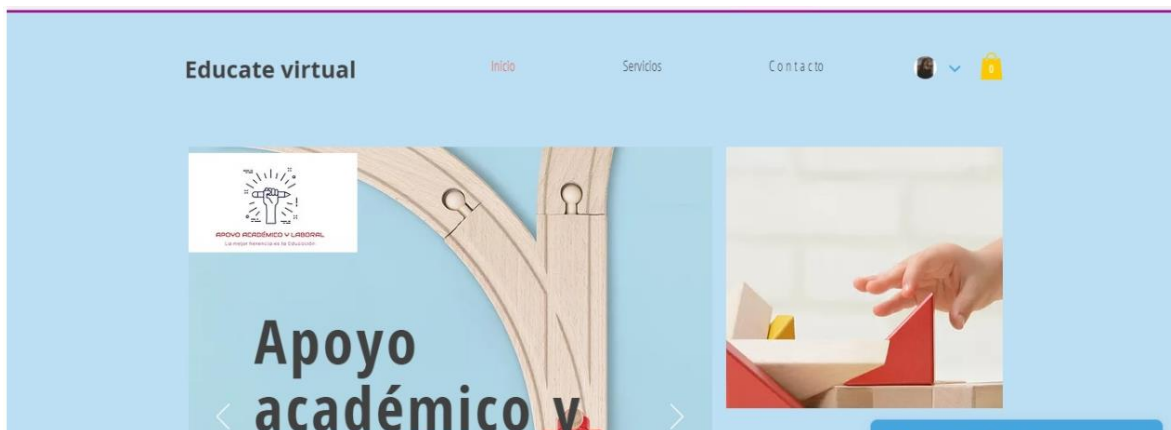


Figura 8. Dispositivo móvil



Enlace (URL) de acceso a "Sitio web".

<https://leidytoledoc.wixsite.com/apoyoal>

8. Estrategia de marketing digital.

Figura 9. Capturas de pantalla del diseño construido para instagram



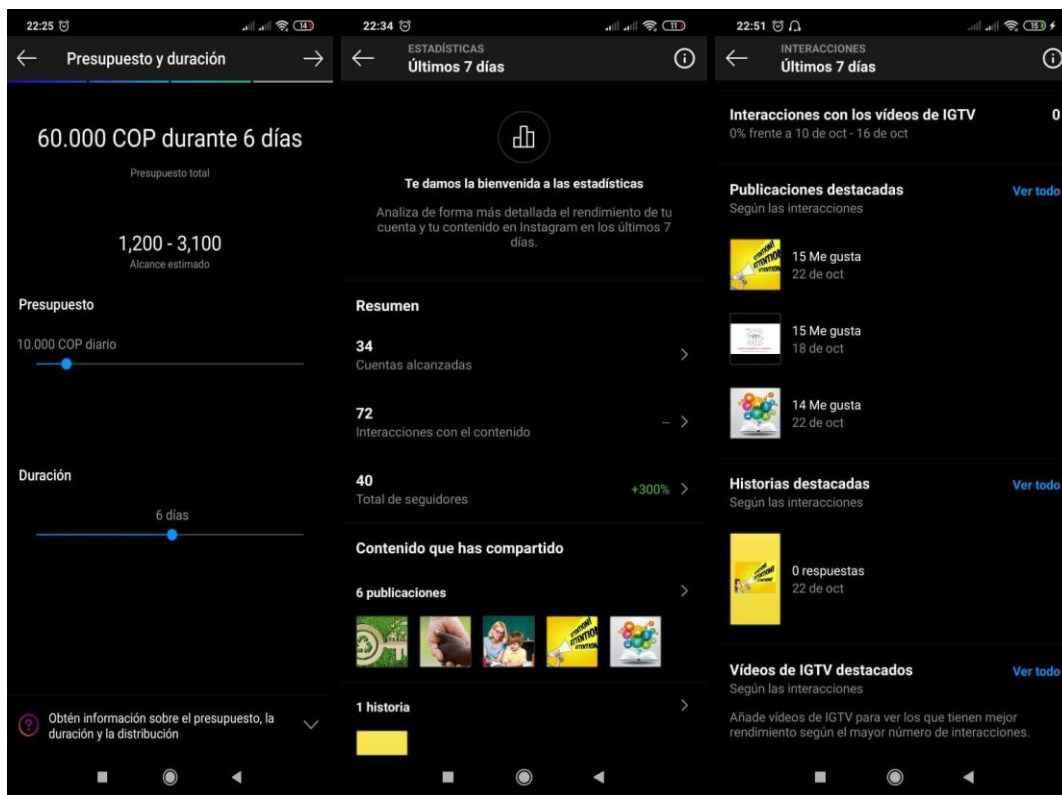
Enlace (URL) de acceso a "instagram".

https://www.instagram.com/invites/contact/?i=jw82jkgkd5v1&utm_content=k7cmlg

t

9. Métricas clave

Figura 10. Opción 2



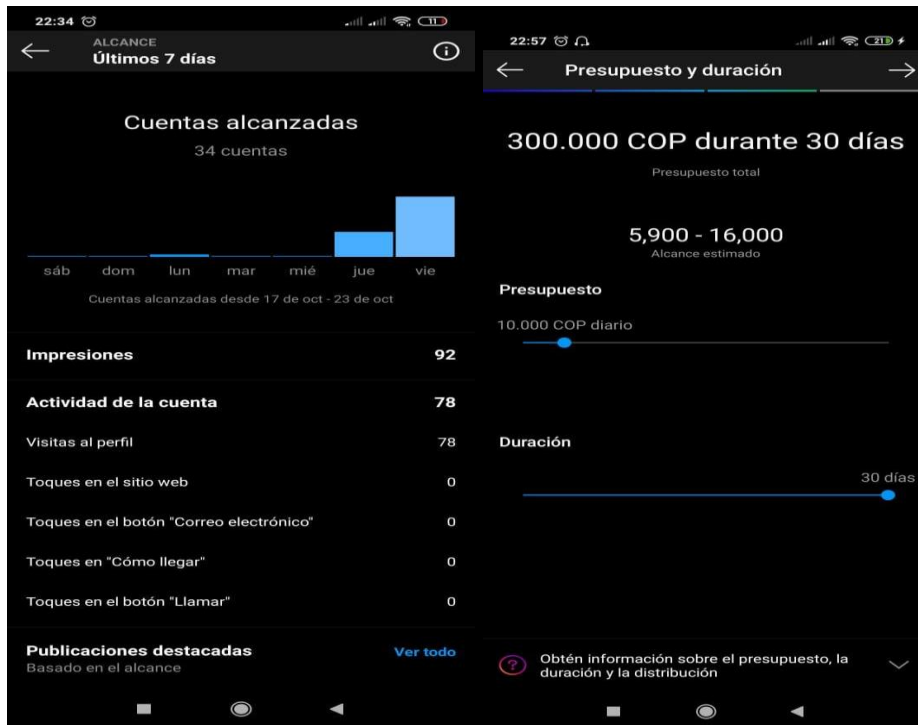
CAC:

Presupuesto y duración.

Se tiene como estimado un presupuesto y duración de 6 días donde el costo es de \$60.000 COP y el alcance estimado de interacciones de contenido esta entre 1,200 y 3,100.

$$\text{CAC} = \$ 60,000 / 146 = \$ 411$$

Figura 11. Evidencia



LTV:

Nuestros posibles clientes son 34 personas, las cuales se les brindara el servicio de una hora que ellos solicitaran.

34 personas * \$6.000 (hora)=\$204.000-\$60.000=\$144.000 de ganancias.

Análisis.

34 personas * \$411 valor de captación: \$13,974 por día, y al año sería \$5, 100,510.

Teniendo en cuenta que las ganancias diarias son de \$144,000 al año se estima tener una ganancia de \$52.560.000 - \$5, 100,510: \$47, 459,490

10.1.1. Aspectos geográficos

Madelena

Coordenadas 4°35'47"N 74°09'22"Coordenadas:
4°35'47"N 74°09'22"O

Dirección Autopista Sur con Carrera 64B

Localidad Bosa y Ciudad Bolívar

10.1.2 Factores de inclusión

1. Estación Madelena (TransMilenio). La estación de Madelena se constituye en el principal punto de acceso al sistema TransMilenio para los vecinos del sector.

2. Club Recreodeportivo Cafam Madelena El club ofrece diferentes espacios para la recreación y la práctica de deportes tanto a los afiliados como a los no afiliados a la caja de compensación familiar cafam.

3. JAC Madelena, Galería Comercial Madelena, Parque Madelena y Parroquia Nuestra Señora del Ave María. Entre las calles 60 A y 61 Sur, y las Carreras 66 y 67, están ubicados los cuatro más tradicionales puntos de encuentro de la comunidad.

4. Parque Nueva Madelena y Skate Park Nueva Madelena. En este sector tienen lugar varios campeonatos de baloncesto y de microfútbol a lo largo del año, en diferentes categorías, además de ser un escenario para la práctica habitual del skateboarding.

Barrios vecinos

- Norte: Villa del Río (Autopista NQS)
- Al Sur: El Ensueño, Candelaria la nueva Atlanta y Pinos de Sur (Calle 67 sur)
- Al Occidente: Rincón de la Estancia e Ismael Perdomo (Avenida Villavicencio)
- Al Oriente: Isla del sol (Carrera 66)

10.1.3. Aspectos socioeconómicos

En la localidad de Ciudad Bolívar se encuentra una población de 593.937.

Tiene clasificación socioeconómica de estrato 3. Es un barrio netamente residencial, por lo que es uno de los más valorizados del sur de Bogotá por su seguridad, diseño arquitectónico de casas y edificios. En su diseño se encuentra una variación de colores agradable a la vista, y es resaltable el número de vías de acceso al barrio, que permiten a los habitantes del mismo, desplazarse de una manera fácil a cualquier lugar de la ciudad.

10.1.4. Aspectos de infraestructura

Este barrio cuenta con excelentes vías de acceso y entre las principales están: la calle 67 sur, carrera 67, la Autopista NQS y la avenida Villavicencio, además tiene una gran zona comercial y uno de los atractivos del sector es el parque Madelena Nueva y el club recreodeportivo Madelena Cafam.

La mayoría del sector es residencial, gracias a su seguridad, diseño arquitectónico y construcciones de vivienda, en la actualidad es uno de los más valorizado en el sur de Bogotá.

El barrio cuenta con energía eléctrica, agua potable, comunicación telefónica y acceso a Internet bastante estable.

10.1.5. Aspectos institucionales

Son los factores institucionales del desarrollo como: la capacidad del gobierno local para lograr consensos y compromisos de todos los agentes, la creación de condiciones que favorezcan la competencia y minimicen los riesgos económicos.

La Administración central a través de sus distintas entidades. Por ejemplo, en el 2005 del total de recursos, el 7,4% se destinó a programas relacionados con el tema económico, 38% a lo social, 41% al mejoramiento de la infraestructura y 13,5% a los aspectos institucionales.

10.2. Microlocalización: Los factores que se consideraron para decidir dónde se iba a instalar el proyecto de Apoyo Académico y Laboral en el Barrio de Madelena.

Figura 13. Ubicación

Calle 65 # 69 B 10 Autopista Sur



10.2.1. Factores que condicionan la mejor ubicación del proyecto.

Revisión del entorno

No se detectaron vecinos indeseables.

Negocios anclas

Colegios 2 Públicos, 3 Privados, Centro Comercial El ensueño, Parque el Ensueño.

10.2.2. Tipo de Lugar

Tomando como base una investigación realizada previamente, se llegó a la conclusión de que el Barrio Madelena no cuenta con un este tipo de proyecto que brinde la estas opciones de clases personalizados y a un costo alcanzable de los usuarios. Este lugar también cuenta con una baja contaminación auditiva ya que es necesario para el servicio que le vamos a ofrecer a nuestros clientes (niños).

10.2.3. Monto de inversión

La cantidad de la inversión es \$25.973.917. Este monto se utilizará para equipar el inmueble y los servicios que se necesitan e insumos. Como se muestra en la siguiente tabla.

¿Para el funcionamiento del negocio es necesario un lugar físico de operación? (si-no) justificación Si es necesario ya que nuestro servicio se prestará por medio de conferencias virtuales y requerimos de espacios que cuenten con mayor comodidad, instalaciones informáticas como lo son computadores, proyectores y demás equipos.

Tabla 5. Requerimientos de operación

1

ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO				
Requerimientos Técnicos				
Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos técnicos**
Infraestructura – Adecuaciones	Casa en arriendo.	78 m ²	\$9,000,000 anual	2 habitaciones, 2 baños, una cocina, tres salas, patio.
	Adecuación de áreas de operación (Videoconferencias, Web conferencia, Conferencia online)	3	\$6,000 hora	Internet, conexiones electricas, ya que este espacio sera utilizado para las tutorias.
Maquinaria y Equipo	Celulares	3	\$800,00	Pantalla de 6,15 pulgadas LCD, procesador kirin, memoria de 4G + 128 G, color azul (oscuro, claro) y negro, Potencia de bateria 3,340 mAH5.
	Sistema Software	3	\$225,00	Office 2019 Professional Plus para PC No expira Software Genuino Reinstalable Clave de Producto y Links de descarga Multilenguaje
	Proyector	2	\$1,539,000	Color blanco, Power Lite \$39
	Estractor de aire y olores. (Ventilador)	2	\$155,00	Color crema, industrial 8.

Equipo de comunicación y computación	Computador portatil	3	\$1,500,000	Portatil Hp 15,Procesador windows 10, pantalla con retroiluminación, 4 GB de SDRAM DDR4-2400 (1 x 4 GB) Disco duro SATA de 500 GB y 5400 rpm 2 USB 3.1 Gen 1 (solo transferencia de datos); 1 USB 2.0; 1 HDMI 1.4b; 1 RJ-45; 1 combinación de auriculares y micrófono Hasta 10 horas
	Impresora	1	\$1,530,000	Impresora multifuncional, laser color blanco Hp, Modelo M428FDW Modelo alfanumérico W1a30a Voltaje 110
	Telefono de mesa	1	\$230,00	Información del producto Marca Panasonic Modelo KX-TGC362
Muebles y Enseres y otros	Escritorio en L	3	\$1,200,000	140 x 122 cms Grosor 25mm
	Muebles de sala de estar	1	\$2,850,000	Un mueble de 3 puestos y 2 individuales.
	Silla tipo escritorio	3	\$349,00	Silla de oficina, turmanilla,color negra.
	Archivador	1	\$500,00	Bloqueo de cajones con cerradura de seguridad. Capacidad carga: 60 carpetas por gaveta y 35 Kg por gaveta aproximadamente.

Otros (incluido herramientas)	Sistema electrico	1	\$60,000*hora	Realizar un diagnóstico general del lugar si no tienes claridad de la fuente del daño Revisión de cortocircuitos Montaje o cambio de tomacorrientes (puntos según tiempo del servicio) Montaje o cambio de interruptores (puntos según tiempo del servicio) Corrección de contacto débiles Retorqueo de tableros y tomacorrientes Reparación de switches Arreglos de empalmes Revisión de Breakers (protecciones) conexión y funcionamiento
	Servicios públicos	1	\$140,00	Energía facturada kWh 47 de luz, Consumo de agua 13 m2
	Internet	1	\$196,90	200mb Hasta 10 cuentas correo electrónico Puntos cableados adicionales 4 Wifi y cable de red
	Objetos escolares	Varios	\$1,000,000	Cartulina, tijeras, reglas, blogs, lapices, hojas iris etc...

Gastos pre- operativos	Costitución	1	\$408,53	Acta de constitución del proyecto
	Apertura	1	\$30,00	Matricula y clases de materias.
	Registro	1	\$5,00	Formulario.

2

Metodo de Escalación

PLANTA DE PRODUCCIÓN

ASPECTOS / VARIABLES	VALORES
Capacidad total del personal (6 horas, <u>18 capacidad, 18 x 12 (año)</u>)	216
<u>Capacidad anual</u>	933.120
<u>Capacidad mensual</u>	2332800
<u>Nº de días de operación (30 días)</u>	77.760
<u>Horas de producción</u>	2.592,0

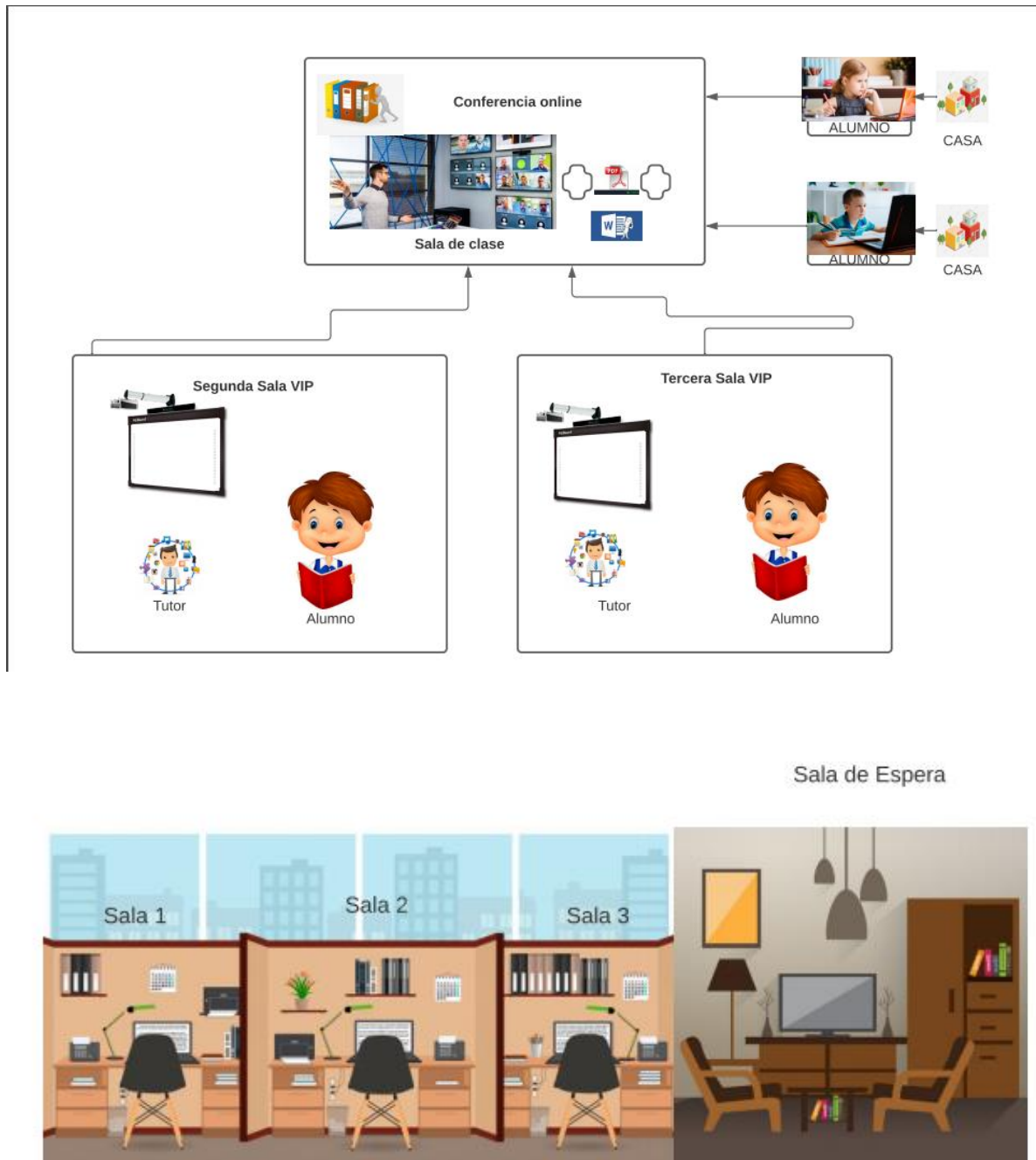
ESTABLECIMIENTO COMERCIAL

Capacidad total de los equipos portatil hp (6 horas ,capacidad 500 GB y 5400 <u>rpm , 3 x 12 (año)</u>)	36
<u>Capacidad anual</u>	155520
<u>Capacidad mensual</u>	388800
<u>Nº de días de operación (30 días)</u>	12960
<u>Horas de producción</u>	432

IMPORTANTE

Tenga en cuenta la especificación técnica y unidades de producción establecidas para los equipos por el mercado y el condicionante de las NIIF. Adicionalmente es importante resaltar que para la estimación de la capacidad diseñada de producción la línea de tiempo es de 5 años.

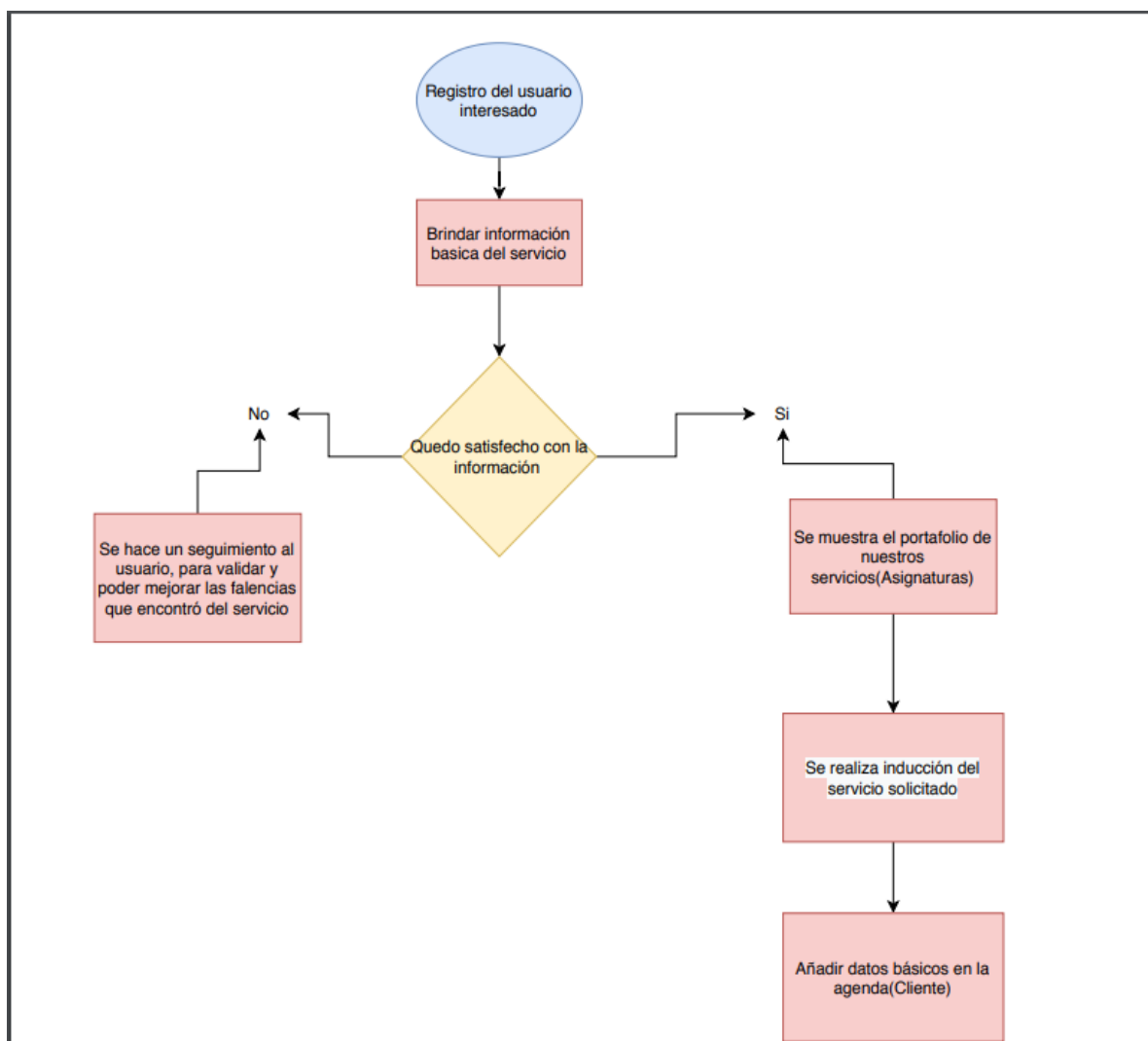
Figura 14. Realizar plano



11. Ingeniería del proyecto

¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio?

Figura 15. Flujoograma.



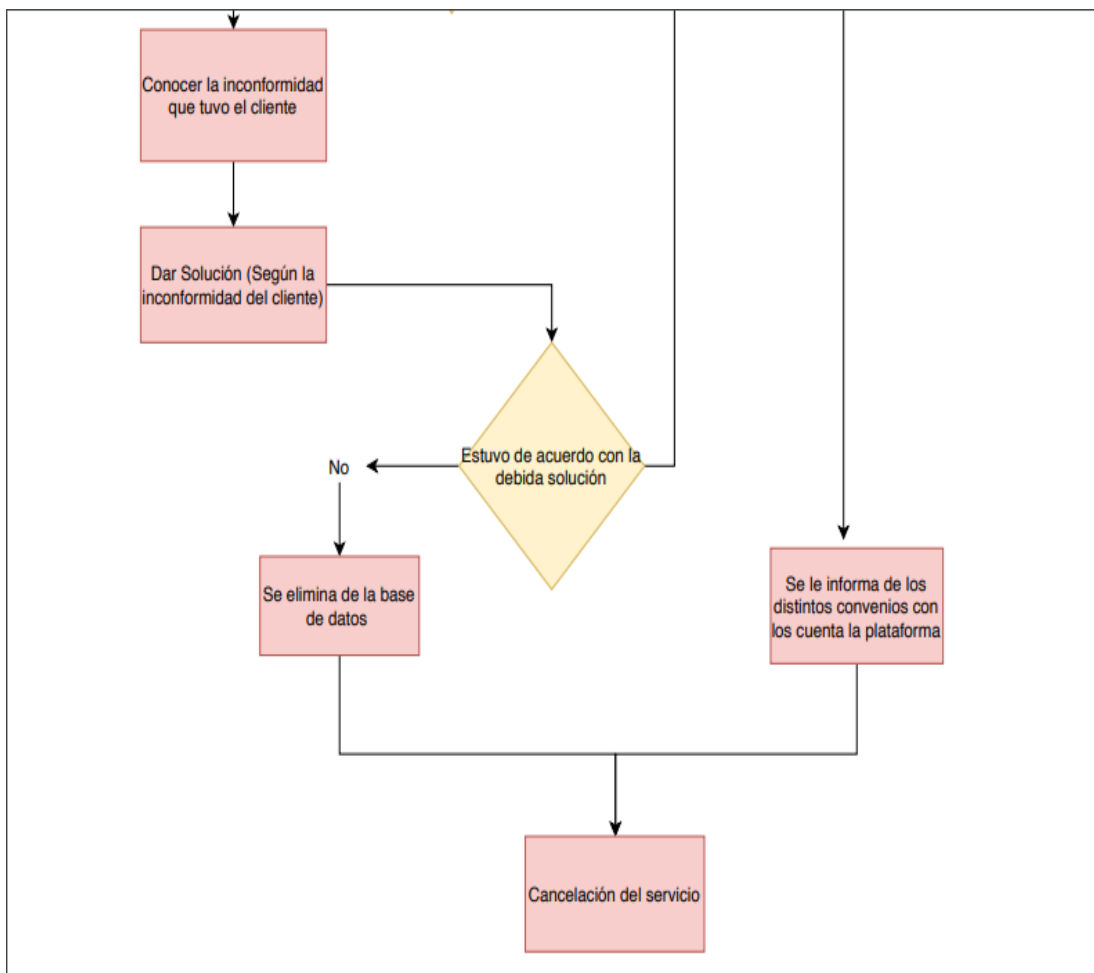
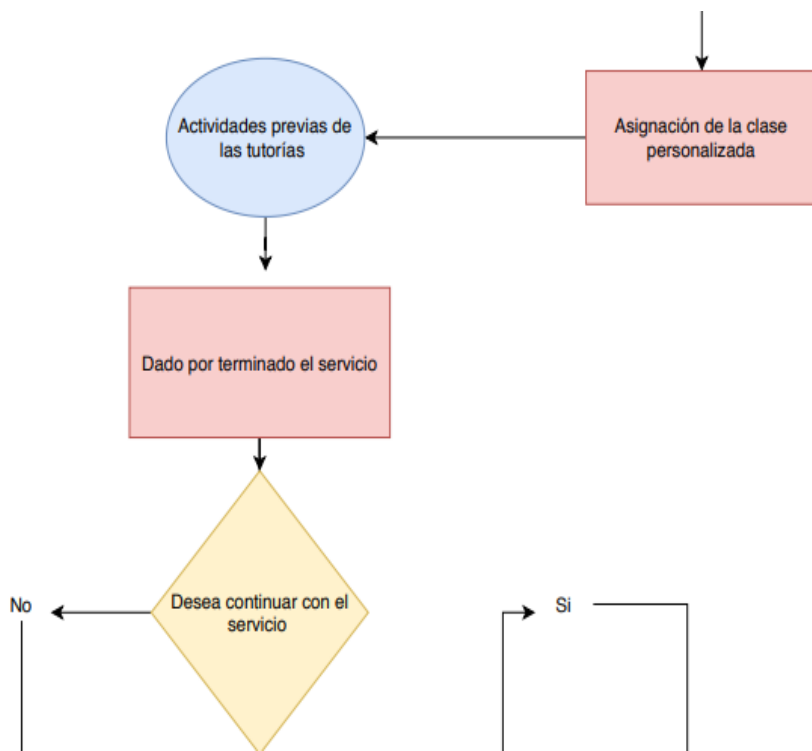


Tabla 6. ¿Qué materias primas o insumos necesita para la elaboración del producto? Realice un listado con cantidad y precios.

Descripción	Cantidad	Valor Unitario*
Casa en arriendo.	78 m ²	\$9,000,000 anual
Adecuación de áreas de operación (Videoconferencias, Web conferencia, Conferencia online)	3	\$6,000 hora
Celulares	3	\$800,00
Sistema Software	3	\$225,00
Proyector	2	\$1,539,000
Extractor de aire y olores. (Ventilador)	2	\$155,00
Computador portátil	3	\$1,500,000
Impresora	1	\$1,530,000
Teléfono de mesa	1	\$230,00
Escritorio en L	3	\$1,200,000
Muebles de sala de estar	1	\$2,850,000
Silla tipo escritorio	3	\$349,00

Archivador	1	\$500,00
Sistema eléctrico	1	\$60,000*hora
Servicios públicos	1	\$140,00
Internet	1	\$196,90
Objetos escolares	Varios	\$1,000,000

Tabla 7. Requerimientos de operación en el proceso de producción. Para el aspecto de "Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo)", (Columna 5 de la tabla).

Bien/Servicio:				
Unidades a producir:				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos/horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/unidad de tiempo)

Actividad 1 Orientación académica para niños	60/1	Tutor, padres e hijos	1 1 1(personalizada o,6 grupal)	Computador portátil, celulares, proyector, Extractor de aire y olores. (Ventilador), impresora, escritorio en L, archivador, silla tipo escritorio, objetos escolares.
Total	6 horas diarias por tutor	3 Tutores. 6 padres 6 niños personaliza dos o 18 grupales al día.	3 Tutores. 6 padres 6 niños personalizados o 18 grupales al día.	Capacidad de horas- máquina 3 computadores que serán utilizados, desde las 8 am a 3pm, con hora del almuerzo, durante 6 horas al día. Por lo tanto: 6 * 3:18 horas máquina. Capacidad de producción con un solo producto

			<p>El tutor tarda 1 hora para prestar el servicio y la capacidad diaria es 18 horas.</p> <p>Por lo tanto:</p> <p>18/1: 18 servicios que se prestan por día.</p>
--	--	--	---

12. Ficha técnica.


 APOYO ACADÉMICO Y LABORAL <small>La mejor herencia es la Educación</small>	APOYO ACADÉMICO Y LABORAL	
	MTR003	VERSION 1
FICHA TECNICA DEL SERVICIO		
A. NOMBRE DEL SERVICIO (Defina el nombre del servicio)		
APOYO ACADÉMICO Y LABORAL, TUTORIAS		
B. OBJETIVO		
FORTALECER EL DESARROLLO DEL CONOCIMIENTO Y APRENDIZAJE, DE LOS NIÑOS ENTRE LAS EDADES DE 5 A 10 AÑOS, ADEMÁS OFRECER UNA OPORTUNIDAD LABORAL A JOVENES, INTERESADOS POR LA ENSEÑANZA A LOS MÁS CHICOS.		
C. METODOLOGIA		
LAS TUTORIAS SE REALIZAN DE MANERA VIRTUAL, DE FORMA GRUPAL O INDIVIDUAL, SEGÚN LO DESEE EL USUARIO, EN ESTE CASO SERÍA DECISION DEL PADRE. ADEMÁS ES UN SOLO UN TUTOR, EL QUE OFRECE EL SERVICIO POR CLASE. SE TRABAJA DE MANERA CONJUNTA CON LOS PADRES QUE ASI LO PREFIERAN.		
D. DESCRIPCIÓN GENERAL		
SE OFRECE DESDE UN PRINCIPIO, BAJO COSTO POR LA TUTORIA, ADEMÁS, SE TIENEN PROMOCIONES ESPECIALES, PARA AQUELLOS USUARIOS QUE SON MÁS FRECUENTES, ES DECIR QUE TIENE UNA CONTIUIDAD EN LAS TUTORIAS, ADEMÁS, DAMOS GARANTIA DE TUTORES ALTAMENTE CALIFICADOS, CARISMATICOS E INNOVADORES, PARA QUE EL APRENDIZAJE SEA EL ADECUADO. TAMBIEN, SE CUENTA CON SOFTWARE DE MULTILENGUAJE, CON PROTECCIÓN CIBERNETICA. POR ULTIMO SE OFRECE GARANTIA,		
D. DURACION		
LA DURACIÓN ESTANDAR DE NUERTRRO SERVICIO ES DE UNA HORA POR DIA, SIN EMBARGO, SE CUENTA CON UNA AGENDA, DONDE EL USUARIO PUEDE APARTAR O SOLICITAR SU TUTORIA DE MANERA QUE LO PREFIERA.		
E. ENTREGABLES		
SE HARA ENTREGA DE MATERIAL DE TRABAJO DIGITAL, SEGÚN LA ASIGNATURA TRABAJADA ADEMÁS DE EJERCICIOS, CON EL FIN DE FORTALECER EL DEARROLLO DEL ARENDIZAJE, Y TAMBIEN SE ETREGAN GUIAS DE TRABAJO PARA AQUELLO PADRES QUE		
G. PERFIL DEL CLIENTE		
EDAD: PADRES ENTRE 18 Y 32 AÑOS “SEGÚN LAS ÚLTIMAS CIFRAS DEL CENSO REVELADAS POR EL DANE EN BOGOTÁ SOMOS 7.181.469 HABITANTES EN LA CAPITAL” Y 27,64% ESTÁN ENTRE LAS EDADES QUE SE MENCIONAN ANTERIORMENTE Y NIÑOS ENTRE 5 Y 10 AÑOS equivalen 6,24% .		
G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO		
POR EL MOMENTO, LAS ENCARGADAS DE GENERAR LAS COMPRAS, LAS ENCARGADAS DE LA PARTE COMERCIAL Y LAS ENTREGAS DEL SERVICIO, SON LAS MISMAS TUTORAS, SIN EMBARGO, A MEDIDA QUE SE REALIZAN CONTRATACIONES, SE VA A DIVIDIR CADA UNA DE ESTAS AREAS Y RESPONSABILIDADES. ESTAS CONTRATACIONES SE HARAN CON		
Firma del responsable del servicio:	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> JEFE DE PRODUCCION </div>	
Nombre del Responsable del servicio	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Yenny Lorena Rivera Velasco </div>	Firma:
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Yenny Velasco </div>

Figura 16. Plantilla

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?
	
<p>Como problema principal, la falta de interacción de las personas que solo reaccionan a las publicaciones y no solicitan información</p>	<p>Nuestro publico objetivo son padres de 18 a 32 años, un porcentaje de ellos, no fue posible captarlo, por falta de información mas llamativa</p>

¿Cómo resolverás este problema?



Por las diferentes opciones de temáticas existentes, podemos dar una retoque a cada una de ellas en la parte de marketing digital y la psicología del color

Cuál es el primer paso?



Acercarnos a nuestro publico objetivo por medio de la interacción que se tendrá por los diferentes medios digitales

Conclusiones

- Este proyecto se elabora con el fin de obtener escenarios que se irán construyendo para favorecer de manera intencionada las situaciones de aprendizaje de los niños de básica primaria, para esto se implica la organización del espacio, la disposición y distribución de los recursos didácticos y el manejo del tiempo.
- Como resultado de lo investigado, aprendido en clase y aplicado a nuestro proyecto, se puede dar argumentos, el por qué es tan importante fortalecer el aprendizaje en los niños entre 5 y 10 años de edad, como jóvenes universitarios queremos ofrecer nuestros conocimientos y así lograr obtener un aprendizaje laboral.
- Con base en lo investigado, se puede observar la necesidad que existe de una educación y acompañamiento en los niños, para un buen desarrollo de su aprendizaje, esto se puede lograr con ayuda de los medios tecnológicos que nos rodean actualmente, teniendo siempre presente, la importancia de la seguridad que se debe tener en estos medios.

Referencias.

¿Cuánto cuesta pautar en YouTube? (08/01/2020). <https://gorillabound.com/cuanto-cuesta-pautar-youtube/#:~:text=El%20valor%20puede%20variar%20un,m%C3%A1s%20bajo%20puede%20ser%20U%24.>

Colombia es el segundo país en crecimiento en eLearning. (21/06/2018). <https://www.internetya.co/colombia-es-el-2do-pais-en-crecimiento-de-e-learning/>.

Los 7 beneficios de reciclar plásticos y metales. (07/12/2016). <https://stopbasura.com/2016/12/07/beneficios-reciclar-plasticos-metales/>

Ayuda a tus hijos en el colegio o la universidad con Maestrik.
(s.f). https://maestrik.com/?utm_campaign=&utm_medium=ppc&utm_source=adwords&utm_term=%2Bmaestrik&hsa_mt=b&hsa_net=adwords&hsa_ad=455385912407&hsa_src=g&hsa_campaign=10804199519&hsa_kw=%2Bmaestrik&hsa_grp=103091975701&hsa_tgt=kwd-456901459408&hsa_ver=3&hsa_acc=5640670025&gclid=Cj0KCQjwhvf6BRckARIsAGl1GGhvD6RMbYqJLg_Xej9MuEtLGxyeQ0tLE2pTcYvm7HsQBb49eehOKYQaAtZAEALw_wcB

¿Sabías qué? (s.f). <https://www.dane.gov.co/files/dane-para-ninos/sabias-que.html>

Resultados Censo Nacional de población y vivienda (2019)
<https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/presentaciones-territorio/191206-presentacion-red-ciudades-como-vamos.pdf>

Las edades del aprendizaje en los niños (2019) <https://rpp.pe/campanas/contenido-patrocinado/las-edades-del-aprendizaje-en-los-ninos-noticia-1104215>

Barrio Madelena Localización (s.f)
<https://es.calameo.com/read/005866465c72714537d57>