

CREACIÓN DE EMPRESA 1 - MODELOS DE INNOVACIÓN



Diego Aldair Molina Puentes

Dayan Nicole Quintero Rioja

María Paula Vergara Mora

Corporación Unificada Nacional De Educación Superior – CUN

Administración turística y hotelera

Bogotá D.C

18 de octubre de 2020

Contenido

CREACIÓN DE EMPRESA 1 - MODELOS DE INNOVACIÓN.....	1
Compromisos del autor	4
Presentación general del proyecto	5
Analiza el sector.....	5
○ Explicación del proyecto para la solución de un problema	5
○ Objetivo de desarrollo sostenible en relación al problema social	5
○ Teoría del valor compartido	5
Identifica la oportunidad	6
○ Análisis Pestel	6
○ Identificación del problema, Necesidad, reto u oportunidad	9
○ ¿Qué problema afecta a la comunidad, clientes y entorno al que pertenece?.....	9
○ Esquema de problemas necesidades, retos u oportunidades.....	9
○ ¿Quiénes son los involucrados?	10
○ Condiciones negativas percibidas	10
○ Problema central.....	10
○ Defina de manera apropiada las Relaciones de causalidad-efecto de los problemas ...	10
○ Pregunta problema.....	11
○ Condiciones negativas en objetivos (condiciones positivas) deseables y factibles.	11
○ Establezca las relaciones medio-fin	12
Crea una idea de negocio.....	13
○ Solución idea de negocio estructurada	14
Innova.....	15
○ Alternativas de idea de negocio inicial.....	15
○ Servicios similares (competencia).....	15
○ Análisis	16
○ Idea de negocio.....	16
○ Idea más prometedora e innovadora.....	16
Estudia el mercado	17
○ Contextualización de la empresa.....	17
○ Análisis de demanda.....	17
○ Análisis de oferta.....	17

○ Análisis de la comercialización y de los proveedores	21
Segmenta el mercado	22
○ Bondades del servicio	22
○ Buyer Persona que se encuentra en la guía:	23
○ Descripción:	23
○ Bondades.....	24
○ Actores del mercado	24
Diseña la propuesta de valor.....	25
○ Define los elementos del Perfil de cliente y Mapa de valor para tu idea de negocio... 25	
○ Frase corta de idea de negocio	27
Diseña el producto	27
○ Definición estratégica	27
○ Leyes, decretos o normas colombiana e internacionales que vigilan o se requieren para poner en marcha la idea de negocio.....	27
Diseño de concepto.....	30
○ Materiales y la maquinaria que requieren para la elaboración del servicio	30
○ Cadena de distribución	31
○ Costos de producción y el precio de venta	31
Validación y verificación.....	32
○ Indicadores de calidad que evalúen el producto antes del salir al mercado	32
○ Producción	32
○ Ficha técnica del producto o servicio	34
○ Ciclo de vida el producto	35
Prototipo.....	36
○ Story Board	36
Aplica tu encuesta.....	39
○ Objetivo de la investigación.....	39
○ Tipo de investigación.....	39
○ Tamaño de encuesta	39
○ Encuesta.....	40
Tabula y analiza la información	41
Conclusión:	55
Bibliografía.....	56

Compromisos del autor

Yo Diego Aldair Molina Puentes identificado con C.C 1007866213 estudiante del programa Administración en hotelería y turismo declaró que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o 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.

Firma:



Yo María Paula Vergara Mora identificado con C.C 1193527165 estudiante del programa Administración en hotelería y turismo declaró que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o 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.

Firma:



Yo Dayan Nicole Quintero Rioja identificado con C.C 1000810514 estudiante del programa Administración en hotelería y turismo declaró que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o 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.

Firma:



Presentación general del proyecto

El negocio Surge a partir de nuestra experiencia como estudiantes que no sabían qué decisiones tomar para escoger una carrera universitaria

Nuestro principal objetivo es brindar un apoyo de manera profesional en el ámbito de la orientación vocacional, fomentando la apertura de espacios que permitan realizar dicho proyecto durante el transcurso de la educación básica, indagando acerca de los criterios que influyen en la elección profesional de los jóvenes hoy en día.

La principal fuente de ingresos vendría esencialmente de convenios con las instituciones públicas con el fin de tratar estos temas en sus estudiantes próximos a graduarse.

Además, tenemos factores innovadores como visitas programadas a universidades que se describirán más adelante y nos ayudarán a generar mayor interés en los estudiantes.

Analiza el sector

- Explicación del proyecto para la solución de un problema
- Objetivo de desarrollo sostenible en relación al problema social
- Teoría del valor compartido

A nivel social, la orientación vocacional juega un papel muy importante, pues una vez formados los nuevos profesionales estos aportaran a su comunidad los conocimientos obtenidos durante su formación, y brindaran a los mismos un apoyo en todos los procesos que sean necesarios y requeridos. (Directivo del programa Siguele, 2012)

De esta forma pretendemos encaminar un proceso de Orientación Vocacional a los jóvenes estudiantes que se identifique la validez que tiene el desarrollo de este proyecto de orientación vocacional como herramienta para la disminución de los altos niveles de bajos ingresos a la educación superior por parte de los jóvenes de los estratos bajos.

Como un proceso alterno respecto a la toma de decisiones, frente a la elección de la carrera, se evidencia el conflicto interno que emerge en cada estudiante frente a las posibles dificultades de acceso a la educación debido a la situación socioeconómica que presentan, lo que puede generar en el estudiante desinterés y desmotivación frente a la elaboración de un proyecto de vida (Maria Vidal, 2009)

Generalmente no se cuenta con un programa de orientación vocacional y profesional que ayude al estudiante a identificar desde el inicio de su preparación, cuáles son sus capacidades, destrezas y aptitudes, frente a una determinada carrera profesional, así mismo se determina que “uno de los problemas sociales de no contar con este proceso es que los alumnos una vez culminado su educación secundaria, dan paso a la elección improvisada de una carrera profesional, sin tener en cuenta la motivación y capacidad de respuesta ante las exigencias de la carrera profesional aparentemente escogida, lo cual desemboca en la deserción universitaria, trayendo como consecuencia que el estudiante genere procesos de desinterés y

apatía, además de los posibles conflictos familiares que surgen a partir de este evento en la vida de los jóvenes ” (Hung,Elías Said)

Nuestro propósito como teoría del valor compartido enfocado en los tres pilares tomando como principal la re concepción del producto y mercado se basará en la ayuda de la orientación vocacional en los jóvenes que evidencian dificultades en cuanto a la toma de decisiones para su futuro impulsándolos a la motivación de seguir con la educación superior mejorando las condiciones sociales en nuestro servicio provocando el crecimiento y la productividad de la empresa creado iniciativas totalmente diferentes al mercado con una productividad sin fin

Identifica la oportunidad

o Análisis Pestel

Al adentrarse en el objeto de estudio, la Orientación Vocacional, se hace necesario desarrollar un recorrido por los inicios y el progreso de este campo a nivel internacional, nacional y regional. Según (Gomez, 2010) “en su origen más antiguo el concepto se le atribuye a (Llull, 1274-1276, pág. 23), En donde afirma que la educación debe tener en cuenta la variedad de temperamentos y aptitudes y de acuerdo con ello, conviene en que cada sujeto elija la ocupación por la cual tiene más disposición natural”. Seguidamente el mismo documento ubica una línea de tiempo entre el año 1906 a 1954 con diferentes momentos del desarrollo de este campo de estudio hasta que se funda en este último año la Asociación Americana de Asesoramiento y Orientación Estudiantil. Continuando la cronología debe ser mencionado el informe que Gilber Wrenn escribiera en 1962 a pedido de la Comisión sobre Orientación de las Escuelas Norteamericanas, titulado El orientador en un mundo cambiante, pues en él se proponen los criterios formativos para el orientador vocacional, aprobados por el Congreso en 1964 y también inédito en relación a las demás naciones del mundo. Con la aparición de la psicología en los Estados Unidos y Europa y su posterior expansión hacia otros contextos, en Latinoamérica se dan las primeras aproximaciones, según (Doménico, 2007) “desde comienzos de los años '50, momento de la creación generalizada de carreras de psicólogo en la región y con ello las primeras aproximaciones a la Orientación Vocacional” (p. 67). Se ubican entonces diferentes acercamientos en este campo en varios países latinoamericanos. la trascendencia que los organismos estatales otorgan a la orientación (académica, vocacional-ocupacional, profesional y personal) se refleja en publicaciones importantes como La orientación educativa y profesional en Chile, Guatemala, Panamá y Venezuela (1967), por parte de la O. E. A. y en eventos como el Congreso Latinoamericano de Orientación” (Ardila, 1986, pág. 33) “Se reafirma aún más la importancia que ha venido cobrando el desarrollo de este campo en la región para diferentes sectores como el educativo, el productivo, entre otros. De otro lado es importante señalar que en Argentina desde los años treinta se vienen impulsando estrategias que se han ido consolidando en procesos bien articulados a partir de la psicología.” La psicotecnia y la orientación vocacional conformarán la médula conceptual de los primeros centros de formación de psicólogos: el de Tucumán, liderado por Benjamín Aybar y Oscar Oñativia; el de Mendoza, planificado por Horacio Rimoldi, formado en el

exterior, y el de San Luis, liderado y organizado por Placido Horas. (Klappenbach, 1996, pág. 109) “Es importante señalar que en Europa la Orientación Vocacional se incorpora desde dos tendencias bien definidas que marcan toda una época y tendencia de la Orientación Vocacional. En los institutos y universidades de Europa se puede hablar de dos claros y diferenciados tipos de Servicios o Centros de Orientación que no siempre están presentes en la misma escuela o la Universidad y que, si lo están, generalmente conforman unidades separadas. El primer tipo, el más generalizado, tiene funciones de información y orientación sobre aspectos de carácter vocacional o profesional, en clara conexión con el mundo del trabajo. El segundo tipo, una orientación psicológica clínica y terapéutica, presta funciones de ayuda individualizada en la resolución de problemas personales.” en el Reino Unido la Orientación Vocacional hace una intervención durante gran parte de la vida del estudiante. (Watts, 1990) afirma: “la orientación y la educación para la carrera se concibe como un proceso que debe desarrollarse a lo largo de toda la escolaridad, compartida por la institución escolar, la comunidad social y la empresa, adquiriendo un claro protagonismo la simulación de las experiencias laborales”, (pág.13).

Es a mediados del siglo XX cuando se dan las primeras aproximaciones serias para la Orientación Escolar en Colombia. Se reconoce que en 1932 por las políticas y lineamientos legales propios de las necesidades educativas y del momento histórico que vivía el país. James de Bermúdez citado por (Guzman, 2012) Presenta un recorrido histórico de la evolución que ha tenido la orientación, que se puede resumir de la siguiente manera: En el año 1954 se crean 6 institutos psicológicos de orientación profesional y un año después se establece una oficina que se ocupa de organizar los institutos de orientación profesional. Para el año 1960 pasa a llamarse Sección de Orientación Profesional, dependiendo la oficina de servicios técnicos del men. El men la define para el año 1968, como Orientación Psicopedagógica, dependiendo del Bienestar Educativo, cuya finalidad es iniciar programas de orientación educativa. Dos años después se establecen los servicios de Orientación y Asesoría Escolar en los INEM (Institutos de Enseñanza Media diversificada). Para el año 1974 se establecen las funciones del programa y de los especialistas en Orientación y Asesoría Escolar. Esto posibilita que en las instituciones educativas se le dé mayor importancia a esta gestión. Para el año 1982, el men define las funciones de los diferentes profesionales que laboran en el servicio de orientación. En el año 1984 se establecen los planes de estudio para los diferentes niveles de la educación en Colombia, incluyendo la Orientación escolar mediante el Decreto 1084 aún vigente; que define en su artículo 10 que la orientación Escolar debe facilitar a los alumnos, la interpretación, integración y proyección de sus experiencias en función de su desarrollo personal y social. La orientación vocacional, como parte de la Orientación Escolar se debe desarrollar a través de todo el proceso educativo, facilitando al estudiante el conocimiento de sus aptitudes, intereses y necesidades que le ofrece el medio con el fin de que pueda tomar decisiones responsables sobre su futuro. Es importante señalar aquí que “la escuela debe posibilitar en sus estudiantes sin hacer distinciones de ninguna índole, el pleno desarrollo de la personalidad involucrando todas las dimensiones del ser humano”, como lo plantea el artículo 5 de la ley 115. En este sentido se afirma por parte de muchos estudiosos que el desarrollo se asume como un proceso cultural, biológico, complejo y personal, orientado hacia la formación integral del ser humano, el cual le permite expresar lo que siente, piensa, le permite de igual forma interactuar con el otro, compartir sus vivencias para lograr su autonomía. En algunas instituciones privadas del país se viene encaminando al joven en la elección de carrera mediante procesos articulados de

Orientación Vocacional. La Universidad de los Andes, por ejemplo, implementa su programa Spotting y Promoción estudiantil (Exploración). “Este programa reconoce la necesidad de vincular a la educación superior, estudiantes que sobresalgan y promuevan los programas académicos a la sociedad, reflejándose como excelentes profesionales”, (Burgos, Sánchez, & Peña, 2007) concluyen: “La Universidad determina hacia que instituciones debe direccionar el programa, exigiendo unos mínimos en cuanto a los resultados académicos de los estudiantes de la institución seleccionada” (pág. 66). Así es que para el 2007, el programa Scouting (Explorando), define la puesta en marcha del mismo en cuatro instituciones educativas del sector privado en Bogotá, Gimnasio Los Portales, Colegio Femenino San Patricio, Colegio Emilio Valenzuela y el Colegio Minuto de Dios; se plantean entonces algunos criterios de unificación para asesorar y acompañar a los estudiantes de último grado, apoyándose en los programas de orientación vocacional de cada institución. Al respecto, hay que añadir, que las instituciones seleccionadas por la Universidad para articular su programa, deben tener en ejecución un proceso vocacional con sus estudiantes, esto les permite iniciar con referentes para que sea exitoso el proceso. Es de señalar, además, que una de las premisas de la universidad, con su programa Scouting, es la socialización permanente al sector educativo de los resultados obtenidos al aplicar las acciones y es en este punto donde la educación secundaria y la educación superior se articulan de manera sincronizada y armónica. Los procesos exitosos deben ser socializados, para que otras comunidades a partir de estos generen e implementen acciones innovadoras que permiten alcanzar mejores resultados en las tareas institucionales, como sucede con la Universidad de los Andes y su programa Scouting, frente a la orientación vocacional. Se identificó que es indispensable tener en cuenta un marco interdisciplinario de planteamientos psicológicos donde la sociedad interactúe con el bachiller, a partir de una construcción psicológica e identidad cultural, de manera que se promueva, en el estudiante, una preocupación por su proyecto de vida, que incluya lo académico, sus representaciones y roles sociales. (Ossa, 2009, pág. 69) “Se evidencia a grandes rasgos el reconocimiento de que el egresado debe tener certeza al tomar una decisión. Fundada en principios de reflexión, de asimilación, de adaptación y de estructuración mental y social, en su proceso de construcción de Proyecto de Vida y realización personal” Desde el Ministerio de educación Nacional para el año 2009, en el documento *denominado* (Deserción estudiantil), se establece que “La orientación debe ser un proceso continuo que inicia en los niveles superiores de la educación básica secundaria y que se extiende hacia el transcurso completo del estudiante por la institución de educación superior. La orientación se basa en una planificación estructural que se origina en dos dimensiones: la vertical, que es el itinerario temporal del estudiante, y la horizontal, que es el conjunto de acciones de orientación que se pueden planificar”. Cabe señalar que la orientación vocacional propicia la toma de decisiones en jóvenes que están desarrollando y finalizando sus estudios secundarios.

El propósito de este trabajo está orientado a la reflexión y materialización de orientación vocacional en el sistema educativo, teniendo en cuenta muchos factores que hacen a ésta, así como el aspecto cultural, lo económico, lo social y las características de la personalidad de los estudiantes. La obtención de una profesión acorde con sus capacidades, habilidades e intereses, necesariamente requiere de una orientación profesional, dirigida al fortalecimiento de los motivos e intereses profesionales del estudiante. Por tanto, la orientación profesional, constituye el eslabón fundamental para la reafirmación en unos casos y en otros, la formación de motivos e intereses hacia el estudio de una determinada profesión, lo que reviste una

importancia vital para el logro de la anhelada educación productiva y por ende al progreso económico del país.

- o Identificación del problema, Necesidad, reto u oportunidad

Identificamos la oportunidad de ayudar a los jóvenes estudiantes a tomar una decisión concisa sobre su futuro, evitando así la deserción estudiantil.

Vimos la necesidad de brindar un apoyo de manera más profesional en el ámbito de la orientación vocacional, notamos lo fundamental que es guiar a los estudiantes en el proceso de una educación y orientación centrada en el estudiante, de acuerdo a sus necesidades, motivaciones y aspiraciones. la formación de motivos e intereses hacia el estudio de una determinada profesión, lo que brinda una importancia vital para el logro de la anhelada educación productiva, profesional y formación como persona.

Tenemos el reto de lograr la implementación de este proyecto para así lograr un nivel más alto en el ámbito educativo y profesional

- o ¿Qué problema afecta a la comunidad, clientes y entorno al que pertenece?

Debido al poco interés por parte de las instituciones educativas por la información establecida por investigaciones y por vivencia propia de muchos es importante la implementación e importancia del futuro de sus estudiantes hacia la toma de decisiones que determinaran su futuro como personas después de concluir la educación básica que con llevan a la toma de nuevos retos y experiencias para contribuir a su comunidad de manera positiva

- o Esquema de problemas necesidades, retos u oportunidades

Criterio	Problema I	Problema II	Problema III
Conocimiento O Experiencia	2	2	1
Asesoramiento de un experto	5	5	5
Alcance	5	5	3
Tiempo	4	4	5
Costos	2	2	4
Impacto	3	5	5
¿Qué tanto les llámala atención el desarrollo del problema?	5	5	4
Total	26	28	27

Tabla 1 Determinación de problema

- De los 3 problemas, necesidades, retos u oportunidades determinamos el problema mayor con más puntaje en el cual conviene más trabajar. Se califica de 1 a 5 por criterio de cada puntaje para finalmente determinar con el mayor puntaje el problema a solucionar
- ¿Quiénes son los involucrados?

Para muchos docentes, jóvenes, padres y representantes, los alumnos de las diferentes instituciones Educativas no reciben una asistencia en orientación vocacional que proporcione herramientas que hagan posible una toma de decisión de carreras profesionales afines a las habilidades no se cuenta con un programa de orientación vocacional y profesional que ayude al estudiante a identificar desde el inicio de su preparación media en la secundaria, cuáles son sus capacidades, destrezas y aptitudes, frente a una determinada carrera profesional, así mismo se determina que uno de los problemas de no contar con este proceso es que los alumnos una vez culminado su educación secundaria, dan paso a la elección improvisada de una carrera profesional, sin tener en cuenta la motivación y capacidad de respuesta ante las exigencias de la carrera profesional aparentemente escogida, lo cual desemboca en la deserción universitaria, trayendo como consecuencia que el estudiante genere procesos de desinterés y apatía.

- Condiciones negativas percibidas

Carencia de motivación hacia su futuro

Bajos recursos económicos

Falta de apoyo familiar

Escasez de oportunidades

- Problema central

No se desarrolla un programa de Orientación Vocacional y Profesional que facilite a los estudiantes la elección oportuna de la carrera profesional, una vez culminada su etapa de educación básica

- Defina de manera apropiada las Relaciones de causalidad-efecto de los problemas

Crecen los índices de desempleo

Aumenta la delincuencia

Disminuye los ingresos a la educación superior

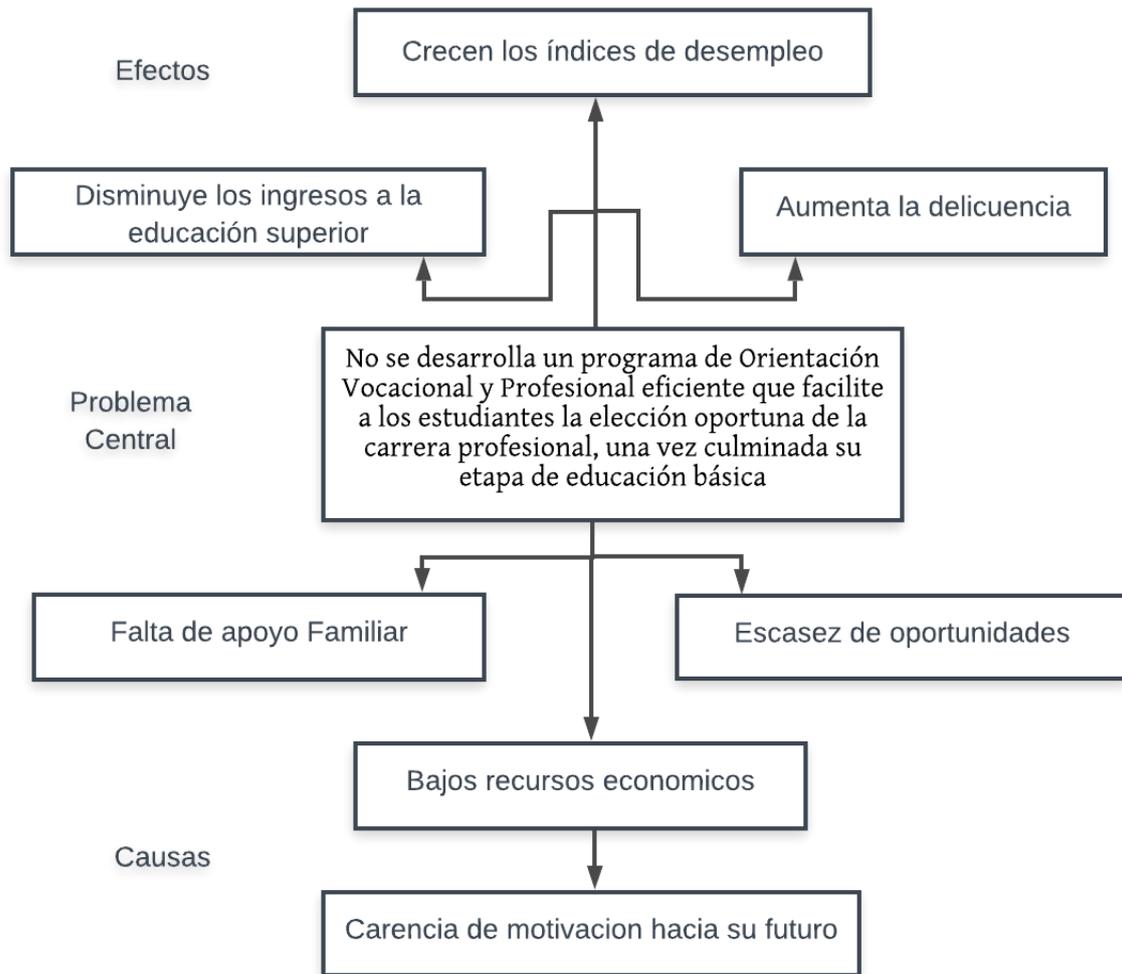


Ilustración 1 Árbol de problemas

➤ Se desarrolla un cuadro mental basado en la idea del árbol de problemas

○ **Pregunta problema**

¿Como desarrollar un programa de Orientación Vocacional y Profesional que facilite a los estudiantes la elección oportuna de la carrera profesional, una vez culminada su etapa de educación básica?

○ Condiciones negativas en objetivos (condiciones positivas) deseables y factibles.

Disminuye los ingresos a la educación superior: Fomentar la apertura de espacios que permitan realizar dicho proyecto durante el transcurso de la educación básica, Averiguando sobre los criterios que influyen en la elección profesional y su importancia en la formación

integral del individuo para que a partir de una capacitación puedan orientar o brindar las herramientas necesarias en dicho proceso, Motivándolos a seguir la educación superior.

Crece los índices de desempleo: Prestar un servicio de orientación y asesoramiento permanente, preparándolos para la diversidad y movilidad de empleos e informándoles sobre el seguimiento de la demanda laboral, lo cual le permitirá adaptarse a las nuevas formas de empleo o a las ya existentes. Se han de buscar estrategias que posibiliten el paso de la escuela al trabajo, pues hay un gran desfase entre el mundo educativo y el laboral.

Aumenta la delincuencia: Al desarrollar ese proyecto podemos disminuir la cantidad de jóvenes en las calles ya que van a tener un acercamiento y asesoramiento en educación superior o ámbito laboral por ende evitamos que los jóvenes acudan a la delincuencia

- o Establezca las relaciones medio-fin

Realizar un proceso de orientación vocacional y profesional a jóvenes estudiantes por parte de los estudiantes de la universidad corporación unificada nacional, con la finalidad de poder incidir en la disminución de los niveles de deserción universitaria de los jóvenes.

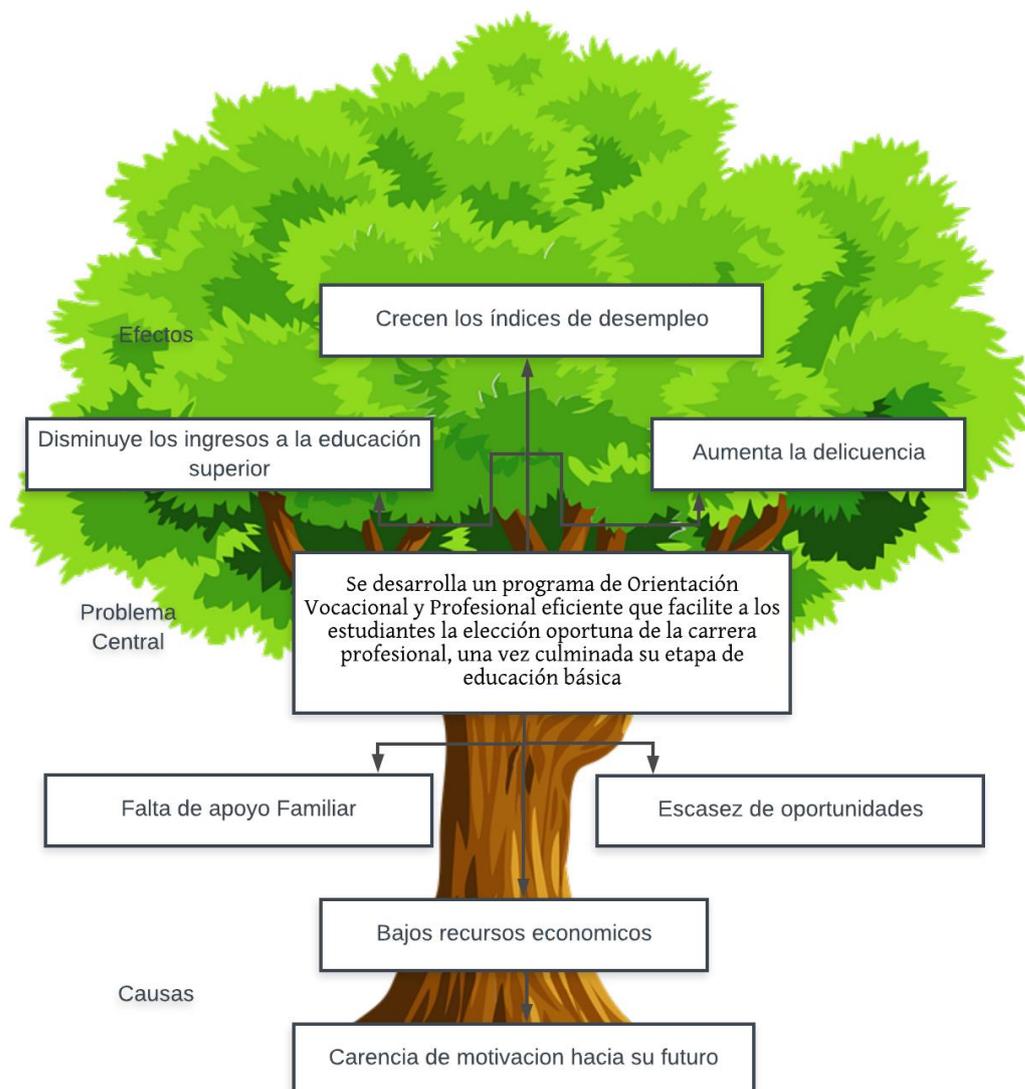


Ilustración 2
Árbol de problemas

Crea una idea de negocio

Interés/Disposición. Afirmación	Escala de valoración				
	(F)				(V)
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que siempre he querido hacer	1	2	3	4	5
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad	1	2	3	4	5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio	1	2	3	4	5
Considero que en 6 meses puedo tener el negocio funcionando	1	2	3	4	5
Número total de afirmaciones valoradas en:	0	0	1	0	3

	A		B		C
Total, de afirmaciones valoradas en 1:	0	x	1	=	0
Total, de afirmaciones valoradas en 2:	0	x	2	=	0
Total, de afirmaciones valoradas en 3:	1	x	3	=	3
Total, de afirmaciones valoradas en 4:	0	x	4	=	0
Total, de afirmaciones valoradas en 5:	3	x	5	=	15
PUNTAJE TOTAL:					18

Tabla 2 Autoevaluación de idea de negocio

- Autoevaluación de la idea de negocio donde cada columna se determina con un puntaje de 1-5 donde 5 es la afirmación de cada enunciado en cuanto a nuestra idea de negocio donde la columna A es el total de afirmaciones multiplicándose por la columna B dando el resultado de la columna C para un puntaje total de 18 identifica que tenemos una idea de negocio que nos interesa realmente

¿Cuál es el producto o servicio?	Servicio de orientación vocacional a jóvenes de bachillerato
¿Quién es el cliente potencial?	Las instituciones educativas y los jóvenes
¿Cuál es la necesidad?	Vocacional – Profesional
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Proporcionamos un servicio de charlas presenciales sobre la orientación vocacional a los jóvenes estudiantes que lo necesitan

<p>¿Por qué lo preferirían?</p>	<p>Por qué nosotros como estudiantes hubiésemos deseado la implementación de estas charlas en nuestras instituciones educativas ya que no son muy comunes ni visto por los estudiantes, evitaríamos la deserción estudiantil y desarrollaríamos un plan poco común en el mercado con un toque diferente nos destacaremos por nuestra atención al cliente donde será nuestro beneficiado en todo el momento del servicio</p>
--	---

Tabla 3 Estructura de idea de negocio

- o Solución idea de negocio estructurada

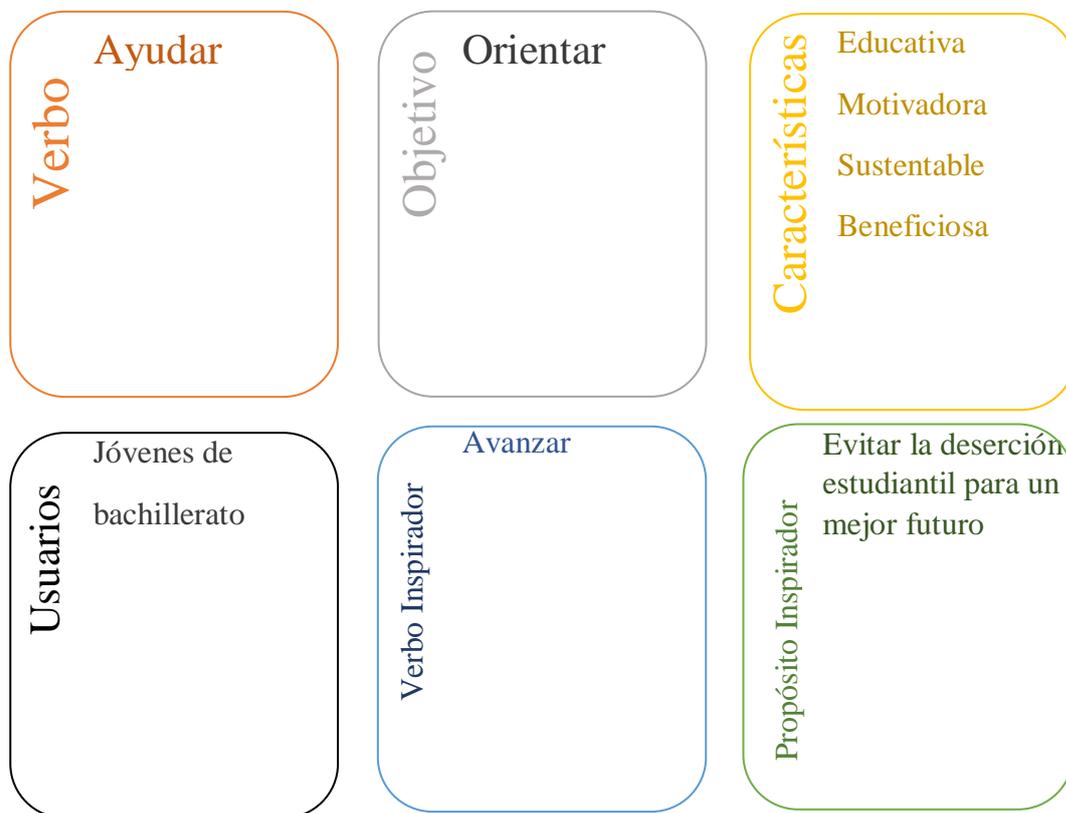


Ilustración 3 Idea de negocio en recuadro

- Concluimos con que nuestro objetivo es orientar a jóvenes estudiantes de bachillerato de manera que inspire avanzar y proyectarse de forma beneficiosa para evitar la deserción estudiantil para un mejor futuro

Innova

○ Alternativas de idea de negocio inicial

1. Crear una aplicación enfocada en la ayuda del autoconocimiento llamado a desarrollarnos y a desenvolvernos plenamente como persona y prepararnos para la vida con objetivos específicos como el diagnóstico hacia nosotros mismo, la evaluación de las decisiones que debemos tomar planeación estratégica personal y la ejecución de nuestras metas
2. Planear un circuito turístico enfocado en las universidades cercanas para dar una idea principal del conocimiento sobre las carreras que se puedan orientar hacia una educación superior
3. Desarrollar un test vocacional frente a las posibles habilidades, actitudes, aptitudes, intereses y necesidades de los jóvenes para orientarlos a un proyecto de vida de manera simple
4. Organizar una visita programada a los distintos lugares de ámbito laboral para dar a conocer el entorno donde pueden empaparse de conocimiento para su vida empresarial.

○ Servicios similares (competencia).

❖ Fórmate curso de orientación profesional en Bogotá:

Es un proceso que tiene como objetivo orientar y/o favorecer una toma de decisión respecto al futuro profesional y laboral. Consta de cinco sesiones, cuatro se realizan de manera presencial y una de ellas consiste en la aplicación de una prueba de orientación vocacional de modalidad virtual. Como constancia del proceso se hará entrega, vía virtual, de un informe donde se describe las acciones realizadas en cada sesión. Con un valor de 350.000 pesos (Formarte, s.f.)

❖ Orientación vocacional en casa

Orientación Vocacional en Casa, presta sus servicios en la ciudad de Bogotá mediante visitas a domicilio para acompañar procesos de elección de carrera en un entorno de alta comodidad para sus beneficiarios. En las visitas se desarrollan entrevistas (indagación e intervención), aplicación de pruebas estandarizadas, ejercicios autobiográficos y de retroalimentación en búsqueda de información y toma de decisiones. Se trabajan historia personal, narrativas vocacionales, estilos de aprendizaje, inteligencias múltiples, intereses profesionales y

vocacionales, personalidad, aptitudes, áreas de conocimiento, heurísticos de decisión, campos laborales, manejo de la ansiedad y otros que pudieran ser requeridos.

Estos servicios los brinda Felipe Andrés Velásquez Ospina, profesional experimentado en el área, con publicaciones relacionadas con la orientación vocacional y bagaje en el trabajo con jóvenes que realizan una elección de carrera dentro y fuera de sus lugares de estudio con un costo de 50.000 por sección. (Velásquez, s.f.)

❖ Vitamids

Ofrece un portafolio amplio de servicios para todas las edades en el sector educativo, terapéutico y empresarial. Son profesionales especialistas en la implementación de programas de orientación profesional. Con Vitaminds recibirá un servicio de orientación personalizado, confidencial, de excelente calidad y significativo para tu vida.

empresa única con una metodología que solo encontrarás aquí. Muchos años de experiencia y estudio, han generado un portafolio amplio de servicios de orientación individual y personalizada. Lideramos actividades con metodologías basadas en principios en pedagogía y psicología del comportamiento. Son experiencias agradables, eficientes, útiles y permanentes en el tiempo.

Psicólogo de la Universidad de La Sabana, con más de 15 años de experiencia en el ámbito educativo bilingüe. Experto certificado por el William Glasser International para aplicar y promover orientación desde una perspectiva de control interior. Director del Centro de Bienestar de un reconocido colegio de la capital. Fundador y director de Vitaminds, con más de 1000 estudiantes orientados exitosamente. (Vitaminds, 2005)

○ Análisis

En conclusión, hallamos que la competencia brinda un servicio muy parecido a lo usual que equivale a charlas, páginas webs, test entre otras brindando asesorías, pero con costos elevados que no son asequibles con el material de apoyo o contenido que ofrecen pues para beneficiarse se necesita de un costo menor puesto que estos elevados precios desmotivan a los jóvenes a abordar estos temas

○ Idea de negocio

Optamos por la combinación de diferentes estrategias ya que tuvimos como conclusión que algunas ideas eran muy habitual a lo que ya estaba hecho en los servicios establecidos, con eso ideamos algo más innovador

○ Idea más prometedora e innovadora.

La idea más prometedora e innovadora que queremos implementar se basa en combinación de diferentes estrategias formando así un “itinerario” de un día que embarque desde una actividad lúdica para auto conocerse desde preguntas básicas hasta el desarrollo y el poder de

desenvolverse plenamente en la evaluación de las decisiones que se deben tomar, las planeaciones estratégicas personales y la ejecución de metas con esto definido podemos proceder al circuito turístico basado en un recorrido por universidades importantes de Bogotá tomando como transporte el Scooter siguiendo con el ámbito laboral donde también consta de un recorrido guiado con todas las especificaciones que se necesitan para tener un buen proyecto de vida para las nuevas generaciones.

Estudia el mercado

o Contextualización de la empresa

- o Nombre de empresa: The promises of the future
- o Actividad económica: Sector terciario
- o Tamaño: Microempresa
- o Lugar de ubicación: Bogotá D.C

Somos una empresa que brinda servicios de orientación vocacional a jóvenes indecisos en cuanto a su futuro tenemos como objetivo ser muy dinámicos y creativos invirtiendo en un circuito turístico frente a universidades de posible interés para los estudiantes y de igual manera interesarnos en el ámbito laboral para así finalizar con un proyecto de vida ideado.

o Análisis de demanda

Estos servicios no se ven muy seguidos y mucho menos en jóvenes de colegios públicos o de un nivel socialmente “bajo” la intervención psicológica es un factor importante pues la demanda se basa en personal capacitado que solo toma unas horas de su día para “desarrollar un proyecto de vida” la competencia brinda un servicio muy parecido como charlas, páginas webs, test entre otras brindando asesorías, pero con costos elevados que no son asequibles con el material de apoyo o contenido que ofrecen pues para beneficiarse se necesita de un costo menor puesto que estos elevados precios desmotivan a los jóvenes a abordar estos temas consideramos que la demanda es muy poca y que los clientes no buscan un servicio como el de nosotros en realidad no se preocupan mucho por su futuro y desarrollar una idea como esta será un poco “diferente a lo común”

o Análisis de oferta

- o Ingrese a la universidad

En este proceso personalizado se programará al docente y al estudiante para sesiones de Orientación Profesional en vivo las cuales constan de: Dos sesiones con una duración de 3 horas y una sesión final de una duración de 4 horas: para un total de 10 horas en esta

preparación de tipo personalizado. En las tres sesiones se abordarán diversas pruebas con estos objetivos: prueba de desempeño académico, prueba de personalidad, prueba interés y aptitudes (INGRESE A LA UNIVERSIDAD S.A.S , s.f.)

- Ipler

Tener claridad y seguridad en la carrera que vas a elegir determina el futuro que vas a construir. IPLER te orienta para que escojas correctamente la carrera en la que tienes más opciones de éxito profesional y te ofrece talleres con atención personalizada en grupo pequeño. reconocer tus habilidades, aptitudes e intereses vocacionales, conocer los diferentes planes de estudio que ofrecen las instituciones educativas, analizar los pros y los contras respecto a tu elección profesional. ser efectivo en las entrevistas de ingreso a las instituciones educativas el taller inicia cualquier día hábil del año y cuentas con amplia disponibilidad de horarios. puede durar de 10 a 20 horas, dependiendo de los resultados de tu evaluación inicial de admisión el valor de cada taller lo determina el número de horas recomendadas en tu evaluación inicial de admisión (IPLER, s.f.)

- Taller de orientación vocacional Universidad Nacional

Los talleres de Orientación Vocacional se han desarrollado en el Servicio de Atención Psicológica de la Universidad Nacional de Colombia desde el año 2005, atendiendo en promedio a 50 jóvenes por semestre, pertenecientes a los últimos grados de la educación básica y primeros semestres de pregrado. Las sesiones de trabajo grupal para el taller son vivenciales, de reflexión y tendrán como ejes de trabajo, el autoconocimiento, la toma de decisiones y la construcción de un proyecto académico acorde las proyecciones vitales de los participantes. El taller incluye sesiones vivenciales con los jóvenes, portafolio de actividades para la casa, aplicación de instrumentos psicométricos y trabajo con los padres. Debe agendarse una entrevista de admisión cuyo costo está entre \$16.000 y \$26.000, de acuerdo con el estrato socioeconómico. El costo del taller es de \$372.000 y su horario es de lunes y miércoles de 5 p.m. a 7 p.m. Sábados de 2 p.m. a 4 p.m. y miércoles de 6 p.m. a 8 p.m. (Universidad Nacional de Colombia, s.f.)

- Sinapsis

Queremos ayudarte en la identificación de tus habilidades, talentos, destrezas e intereses que te permita seleccionar una carrera profesional. Desarrollaremos 3 test, que apuntan en conjunto a la creación de tu perfil vocacional. test de inteligencias múltiples: te permite identificar qué inteligencias tienen mayor predominio en ti y cómo aplicarlas en la carrera que te recomendamos estudiar. test de personalidad: conocernos es una de las tareas más complejas de la vida, con nuestra prueba encontraras los rasgos más sobresalientes de tu personalidad, fortalezas y aspectos por mejorar. test de intereses vocacionales y profesionales: por más llamativas que sean algunas carreras no todos tienen la misma habilidad y aptitudes para ellas, de ahí la importancia de identificar tus intereses vocacionales y profesionales para en conjunto con la prueba de personalidad e inteligencias recomendarte tres carreras en las cuales puedes tener mayor probabilidad de éxito. de manera personalizada recibirás el perfil vocacional, donde encontraras un análisis de tu personalidad, la inteligencia

que mayor predomina en ti y la carrera que más se ajusta a tus intereses, aptitudes y destrezas con un precio de 200.000 (Sinapsis, s.f.)

- **Orientación vocacional en casa**

presta sus servicios en la ciudad de Bogotá mediante visitas a domicilio para acompañar procesos de elección de carrera en un entorno de alta comodidad para sus beneficiarios. En las visitas se desarrollan entrevistas (indagación e intervención), aplicación de pruebas estandarizadas, ejercicios autobiográficos y de retroalimentación en búsqueda de información y toma de decisiones. Se trabajan historia personal, narrativas vocacionales, estilos de aprendizaje, inteligencias múltiples, intereses profesionales y vocacionales, personalidad, aptitudes, áreas de conocimiento, heurísticos de decisión, campos laborales, manejo de la ansiedad y otros que pudieran ser requeridos. Estos servicios los brinda Felipe Andrés Velásquez Ospina, profesional experimentado en el área, con publicaciones relacionadas con la orientación vocacional y bagaje en el trabajo con jóvenes que realizan una elección de carrera dentro y fuera de sus lugares de estudio. Y tienen un costo de 40.000 hasta 80.000 dependiendo de la sesión. (MundoPsicologos, s.f.)

- **Aprendizaje significativo**

El servicio de orientación profesional con el programa “Elijo mi Carrera” tiene un propósito esencial: “construcción de proyecto de vida”. A través de este curso se ofrece al participante la posibilidad de: 2 sesiones de aplicación de pruebas, análisis funcional de profesiones con más alta y más baja congruencia, a nivel de aptitudes, personalidad y preferencias profesionales. toma de decisión final y retroalimentación de las experiencias significativas tomadas de las universidades. retroalimentación de resultados por familia (exceptuando el estudiante). La experiencia de 13 años en el manejo de casos de alta indecisión y el conocimiento del contexto de la educación superior en el mundo, permiten que miles de jóvenes y sus familias estén satisfechas con precio de 240.000 (EMAGISTER Servicios de formación, S.L. , s.f.)

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
------------------------------	-----------------	---------------	---------------------------------------	------------------

Ingrese a la universidad	consta de varias sesiones en las que el estudiante puede aclarar dudas respecto a la elección de carreras profesionales y universidades a las que se postula, para así identificar cuáles son las habilidades, aptitudes que posee y así minimizar el riesgo de una deserción en su carrera universitaria	1'200.000	Acceso a plataforma al curso orientación profesional del área a reforzar.	Metodología virtual
Ipler	IPLER te orienta para que escojas correctamente la carrera en la que tienes más opciones de éxito profesional y te ofrece talleres con atención personalizada en grupo pequeño.	El valor de cada taller lo determina el número de horas recomendadas en tu evaluación inicial de admisión	Ofrece acceso a un libro de 280 páginas sobre orientación vocacional	Metodología virtual
Taller de orientación vocacional universidad nacional de Colombia	Las sesiones de trabajo grupal para el taller son vivenciales, de reflexión y tendrán como ejes de trabajo, el autoconocimiento, la toma de decisiones y la construcción de un proyecto académico acorde las proyecciones vitales de los participantes.	Debe agendarse una entrevista de admisión cuyo costo está entre \$16.000 y \$26.000, de acuerdo con el estrato socioeconómico El costo del taller es de \$372.000	El taller incluye sesiones vivenciales con los jóvenes, portafolio de actividades para la casa, aplicación de instrumentos psicométricos y trabajo con los padres	Sede Bogotá/Facultad de Ciencias Humanas universidad nacional
Sinapsis	Queremos ayudarte en la identificación el perfil vocacional es el resultado de la recopilación de información acerca de una persona, que permite conocer de manera más certera sus intereses, aptitudes, habilidades y destrezas, a través de la aplicación de diferentes test, en especial de inteligencia, personalidad e intereses vocacionales	200.000	Comparten experiencias exitosas lo cual hace que tenga una publicidad muy acertada	Bogotá

Orientación vocacional en casa	mediante visitas a domicilio para acompañar procesos de elección de carrera en un entorno de alta comodidad para sus beneficiarios. En las visitas se desarrollan entrevistas (indagación e intervención), aplicación de pruebas estandarizadas, ejercicios autobiográficos y de retroalimentación en búsqueda de información y toma de decisiones.	desde 40.000 hasta 80.000	Servicio a domicilio	Servicio a domicilio en Bogotá
Aprendizaje significativo	Brinda soluciones psicológicas en los campos de actualización docente, orientación profesional y asesorías clínicas. Reconocida en Colombia por la calidad e innovación en materiales y metodologías didácticas	240.000	Buen reconocimiento	Cra. 9 No. 57-58 Piso 2. Bogotá

Tabla 4 análisis de oferta

o Análisis de la comercialización y de los proveedores

Servicio de profesional experta en orientación vocacional Dra. Marcela Alarcón	Precio	70.000
	Localización Geográfica	Transversal 88 # 19 a 50, Bogotá. Consultorio privado - Capellanía Real
	Experiencia	Psicología Pontificia universidad Javeriana (2016) Magister en terapias psicológicas de tercera generación- Universidad internacional de Valencia-España (2018) Especialista en Evaluación y diagnóstico neuropsicológico - U. San buenaventura de Bogotá (2019) Magister en neuropsicología

		clínica- U. San buenaventura de Bogotá (2020)
	Posibilidad de alianza	Alta probabilidad
	Conocimiento del mercado	Lleva 5 años trabajando como psicóloga
	Cumplimiento legal	Cuenta con todas las certificaciones que la validan como una persona profesional

Tabla 5 Comercialización y proveedores

Segmenta el mercado

o Bondades del servicio

1. Ayudamos a las personas desempleadas
2. Brindamos información a los estudiantes desenfocados
3. Planeamos un mejor futuro para nuestros clientes
4. Ofrecemos precios asequibles
5. Ayudamos a alcanzar sus metas profesionales
6. Bajamos la deserción estudiantil
7. Brindamos horarios flexibles para su comodidad
8. Damos a conocer sus habilidades, actitudes y aptitudes
9. Desarrollamos sus intereses y fortalezas
10. Aprendemos a tomar decisiones más consientes
11. Orientamos de forma lúdica
12. Contribuimos a la capacidad de aumentar su desempeño escolar
13. Apoyamos a los jóvenes sobre sus gustos
14. Construimos una mejor sociedad
15. Instruimos a los jóvenes a crear un proyecto de vida

- o Buyer Persona que se encuentra en la guía:

	<p>Descripción de miedos, frustraciones y ansiedades: No tener el suficiente reconocimiento laboral, Quedarse estancado profesionalmente, No encontrar un proyecto de vida, Pasar poco tiempo con su familia, Atravesar problemas económicos, No desempeñarse en una carrera profesional, No tener un enfoque claro de sus metas.</p>	<p>Desea, Necesita, Anhela y sueña: Tener estabilidad laboral, emocional y familiar. Aumentar sus ingresos durante los próximos 2 años, Vivir bien económicamente, Desarrollarse como profesional, Tener su propia vivienda, Tener un empleo estable, Crear su propia empresa</p>
<p>Demográficos y geográficos: Hombre de 17 años, Vive en Colombia, Bogotá localidad Bosa, Estrato económico medio bajo, Vive con su familia y se encuentra finalizando su secundaria básica</p>	<p>¿Qué está tratando de hacer y porque es importante para ellos? Tener un proyecto de vida claro para mejor su futuro y poder lograr sus metas a corto, medio y largo plazo</p>	<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino? Tiene que descubrir sus habilidades, interés y objetivos para definir su futuro, No cuenta con una orientación vocacional que le ayude a definir su futuro profesional</p>
<p>Frases que mejor describe sus experiencias:</p>	<p>Frustración al no saber sobre su futuro, Ver las pocas oportunidades de trabajo que hay, Decepción al ver que su escuela no se preocupa por darle una orientación vocacional para así tener una proyección de su futuro</p>	
<p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>	<p>Falta de recursos económicos, Falta de apoyo familiar, Falta de experiencia</p>	

Tabla 6 Buyer persona

- o Descripción:

a) Personas similares a nuestro cliente ideal

Se encuentran personas similares en las instituciones educativas de básica secundaria y en instituciones donde se hacen validación de cursos.

b) valores que destacan a nuestro cliente ideal

1. Motivación
2. Apoyo,
3. Honestidad,
4. Responsabilidad,
5. Confiabilidad

c) Entorno de nuestros clientes

Normalmente se relacionan con personas menores y mayores de edad incluyendo compañeros y profesores de clase, Y con las personas de su hogar.

d) Necesidades de nuestro clientes

Desarrollar sus actitudes, aptitudes y objetivos para poder desempeñarse y poder formar un proyecto de vida para que su futuro sea estable de manera laboral, profesional y familiar

o Bondades

Las bondades van muy de acuerdo con nuestro cliente ideal buscamos ayudarlo de manera profesional para la toma de decisión de su futuro brindándole las herramientas necesarias y adecuadas para el desarrollo o la creación de su proyecto de vida guiándolo a cumplir cada una de sus metas que tiene planteada como persona.

o Actores del mercado

❖ Taller orientación vocacional IPLER

Tener claridad y seguridad en la carrera que vas a elegir determina el futuro que vas a construir. IPLER te orienta para que escojas correctamente la carrera en la que tienes más opciones de éxito profesional y te ofrece talleres con atención personalizada en grupo pequeño. El taller puede durar de 10 a 20 horas, dependiendo de los resultados de tu evaluación inicial de admisión. El taller inicia solo los meses de agosto y septiembre con disponibilidad únicamente los días lunes y martes El valor de cada taller lo determina el número de horas recomendadas en tu evaluación inicial de admisión. (IPLER CI S.A, 2020)

❖ AEPSI asesoría y estrategia psicológicas

Comienza con la aplicación de pruebas psicotécnicas, continua con la entrevista con la persona y finaliza con la entrega del informe, en el cual se registran las características y competencias encontradas, como las opciones a seguir para su desarrollo profesional con base en las mismas (© AEPSI, 2017)

❖ Orientación es vocación

con clases online y test vocacionales que te ayudarán a decidir la mejor opción de carrera para alcanzar tus sueños profesionales. El taller incluye: Test Vocacionales, 13 módulos que incluyen 59 clases. Materiales descargables. Al final del taller podrás decidir entre las opciones que más se adecúen a tus objetivos y tu forma de ser. Es un taller online personalizado con un costo de 765.500 pesos colombianos (© 2020 the Orientacion vocacional - Carreras universitarias,, 2020)

- 1.Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo.

La población se basa en jóvenes de aproximadamente entre los 15-18 años de Bogotá y las instituciones educativas públicas que deseen adquirir nuestro servicio

2. Cuantas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo.

Nuestro servicio no suple necesidad hacia algún otro producto se basa en el querer proyectarse para un mejor futuro

3. Cuantas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto

Todos los jóvenes estudiantes que sientan la necesidad de un apoyo o ayuda para desarrollarse como profesional

4. Cuantas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su producto

Cada uno de los jóvenes que al finalizar nuestro servicio tengan claro un proyecto de vida y que continúen con su educación superior para conseguir un mejor futuro en el ámbito laboral llegando así a un empleo estable y una estabilidad económica para un mejor futuro.

Diseña la propuesta de valor

- Define los elementos del Perfil de cliente y Mapa de valor para tu idea de negocio.

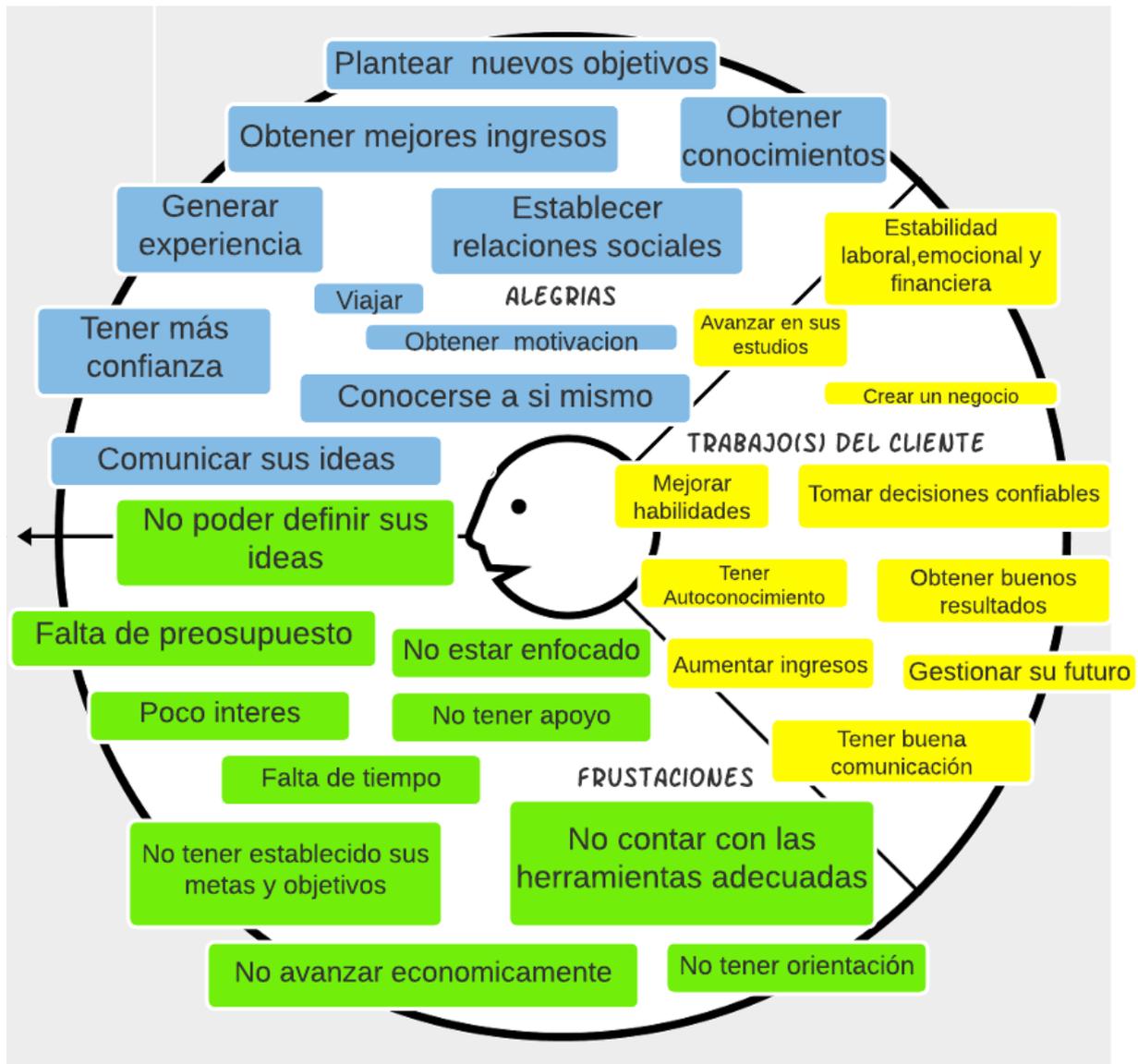


Ilustración 4 Perfil del cliente

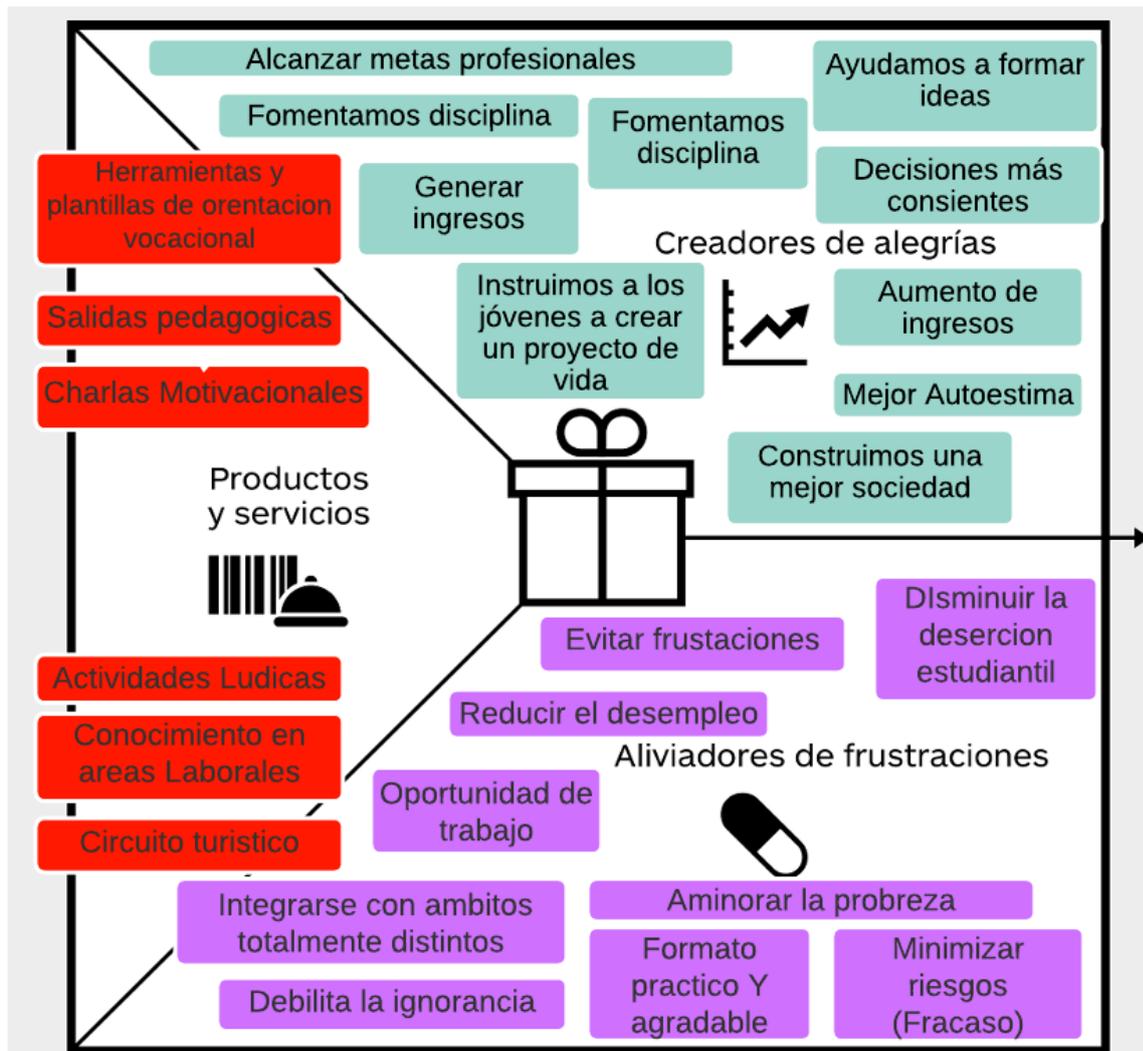


Ilustración 5 Mapa de valor

- o Frase corta de idea de negocio

Somos el pasado de nuestros padres el presente de nosotros y el futuro de nuestros hijos

Diseña el producto

- o Definición estratégica
- o Leyes, decretos o normas colombiana e internacionales que vigilan o se requieren para poner en marcha la idea de negocio

- Ley 142 de 1994

Artículo 9o. derecho de los usuarios:

9.1. Obtener de las empresas la medición de sus consumos reales mediante instrumentos tecnológicos apropiados, dentro de plazos y términos que para los efectos fije la comisión reguladora, con atención a la capacidad técnica y financiera de las empresas o las categorías de los municipios establecida por la ley.

9.2. La libre elección del prestador del servicio y del proveedor de los bienes necesarios para su obtención o utilización.

9.3. Obtener los bienes y servicios ofrecidos en calidad o cantidad superior a las proporcionadas de manera masiva, siempre que ello no perjudique a terceros y que el usuario asuma los costos correspondientes.

9.4. Solicitar y obtener información completa, precisa y oportuna, sobre todas las actividades y operaciones directas o indirectas que se realicen para la prestación de los servicios públicos, siempre y cuando no se trate de información calificada como secreta o reservada por la ley y se cumplan los requisitos y condiciones que señale la Superintendencia de Servicios Públicos domiciliarios. (Disposiciones analizadas por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda., 2020)

- Decreto 1879 de 2008

Matrícula mercantil vigente: El establecimiento de comercio debe matricularse a más tardar dentro del mes siguiente a la fecha en la que inició actividades. La solicitud de la matrícula se debe hacer en la cámara de comercio que corresponda según la ubicación del establecimiento, diligenciando el formulario Registro Único Empresarial- RUES para la matrícula de los establecimientos de comercio, sucursales o agencias, el cual se puede adquirir en las sedes de la Cámara de Comercio. Para solicitar la matrícula de un establecimiento comercial, se debe paralelamente o con antelación haber constituido la empresa como persona jurídica o haberse registrado como persona natural.

Inscripción en el RUT: Los comerciantes deben estar inscritos en el RUT (Registro Único Tributario) y, si pertenecen al régimen simplificado, deben indicar su RUT en un lugar visible del establecimiento

Inscripción en el RIT: Todo establecimiento de comercio debe quedar inscrito en el Registro de Información Tributaria (RIT) a través del diligenciamiento del Formulario RIT Establecimiento de Comercio. Este formulario también permite realizar la actualización o clausura de dichos establecimientos. (Camara de comercio de Bogotá, 2016)

- Normas Iso 9001:2015

8.2.1 Comunicación con el cliente

En la comunicación que se realiza con los clientes se tiene que incluir:

- a) Toda la información que concierne a los productos y a los servicios.
- b) Atender a todas las consultas, los contratos y los pedidos, además de incluir los cambios pertinentes.

- c) Obtener retroalimentación de los clientes según los productos y los servicios, se deben incluir las quejas de los clientes.
- d) La manipulación o el control de la propiedad del cliente.
- e) Se tiene que establecer los requisitos específicos para tomar las acciones necesarias de contingencia, siempre que sea pertinente.

8.2.2 Determinación de los requisitos relacionados con los productos y servicios

Cuando se establecen todos los requisitos de los productos y los servicios que se ofrecen para los clientes, la empresa tiene que estar segura de que:

- a) Los requisitos para los productos y los servicios se deben definir:
 - Los requisitos legales y la reglamentación que sea aplicable
 - Los servicios o productos que la organización considere necesarios
- b) La empresa puede cumplir con todas las declaraciones sobre los productos y los servicios que ofrece.

8.2.3 Revisión de los requisitos relacionados con los productos y servicios

La empresa tiene que estar segura de la capacidad con la que cuenta para cumplir con todos los requisitos de los productos y los servicios que ofrecen a los clientes. La empresa tiene que realizar una revisión antes de comprometerse para suministrar los productos y servicios a su cliente, en lo que se debe incluir:

- a) Todos los requisitos que han sido especificados por el cliente, se incluyen los requisitos necesarios para la entrega de los productos.
- b) Los requisitos que no se encuentren establecidos por el cliente, aunque son necesarios para su utilización específica o prevista.
- c) Los requisitos que especifica la empresa.
- d) Los requisitos legales aplicados a los productos y servicios.
- e) Las diferencias que existen entre los requisitos del contrato y los expresados de forma previa.

La empresa tiene que asegurarse de que se resuelvan todas las diferencias que existen entre los requisitos establecidos en el contrato y los que se expresan de forma previa. La empresa tiene que realizar una confirmación de todos los requisitos de los clientes antes de aceptarlos, cuando el cliente no realice ninguna declaración documentada de sus requisitos. La empresa tiene que conservar toda la información perfectamente documentada, cuando se apliquen:

- a) Los resultados de la revisión
- b) Los nuevos requisitos que tengan los productos y los servicios

La empresa se tiene que asegurar de que en el momento en el que cambien los requisitos para los servicios o productos, la información documentada se modifique pertinentemente, y que las personas responsables sean conscientes de dichos cambios.

Durante este apartado se abordan los siguientes temas:

- Comunicación con el cliente
- Determinar todos los requisitos relativos a los servicios y productos
- Revisar los requisitos que se relacionan con los productos y servicios

Cuando se habla del proceso de comunicación debe ser relativo a las consultas, contratos, atención de pedidos, información relacionada, etc. de los servicios y productos. (Nuevas normas Iso , 2019)

- Ley 1098 de 2006

ARTÍCULO 2o. OBJETO. El presente código tiene por objeto establecer normas sustantivas y procesales para la protección integral de los niños, las niñas y los adolescentes, garantizar el ejercicio de sus derechos y libertades consagrados en los instrumentos internacionales de derechos Humanos, en la Constitución Política y en las leyes, así como su restablecimiento. Dicha garantía y protección será obligación de la familia, la sociedad y el Estado.

(Disposiciones analizadas por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.©, 2019)

Diseño de concepto

- Materiales y la maquinaria que requieren para la elaboración del servicio
 - a. Persona profesional: Requerimos una persona profesional totalmente calificada en el ámbito de orientación vocacional para el acompañamiento de todo el servicio
 - b. Scooter: tendremos la necesidad de comunicarnos con la alcaldía de Bogotá para la prestación de este producto para el recorrido de nuestro circuito turístico.
 - c. Kit de protección: Se necesitará el casco de protección para el adecuado uso del scooter
 - d. Formato de auto reconocimiento: necesitaremos la impresión de formatos en los cuales se puedan diligenciar tus capacidades y habilidades para así poder enfocarse en su futuro.

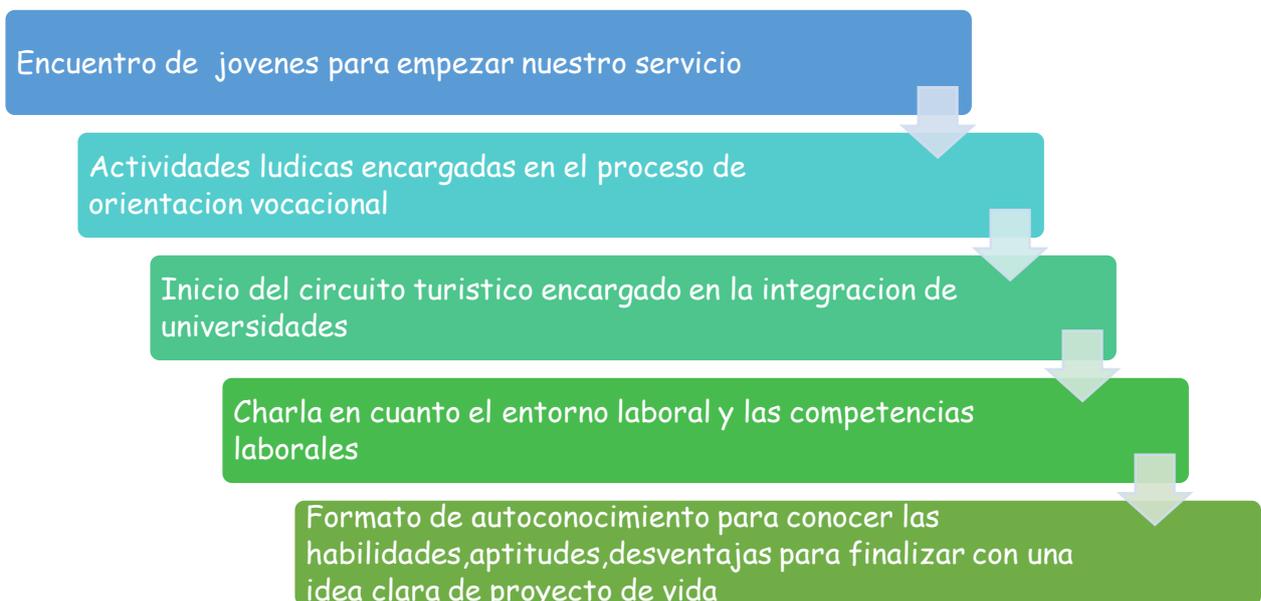


Ilustración 6 Diagrama de bloques

o Cadena de distribución

Nuestra cadena de distribución empieza con la prestación del servicio acompañado en todo el recorrido con una persona profesional de orientación vocacional llevando a la producción de nuestro servicio que es el recorrido del circuito turístico alrededor de las diferentes universidades y llegando al entorno laboral con las competencias adecuadas para finalmente cumplir con el objetivo para nuestro cliente, la decisión de un proyecto de vida.

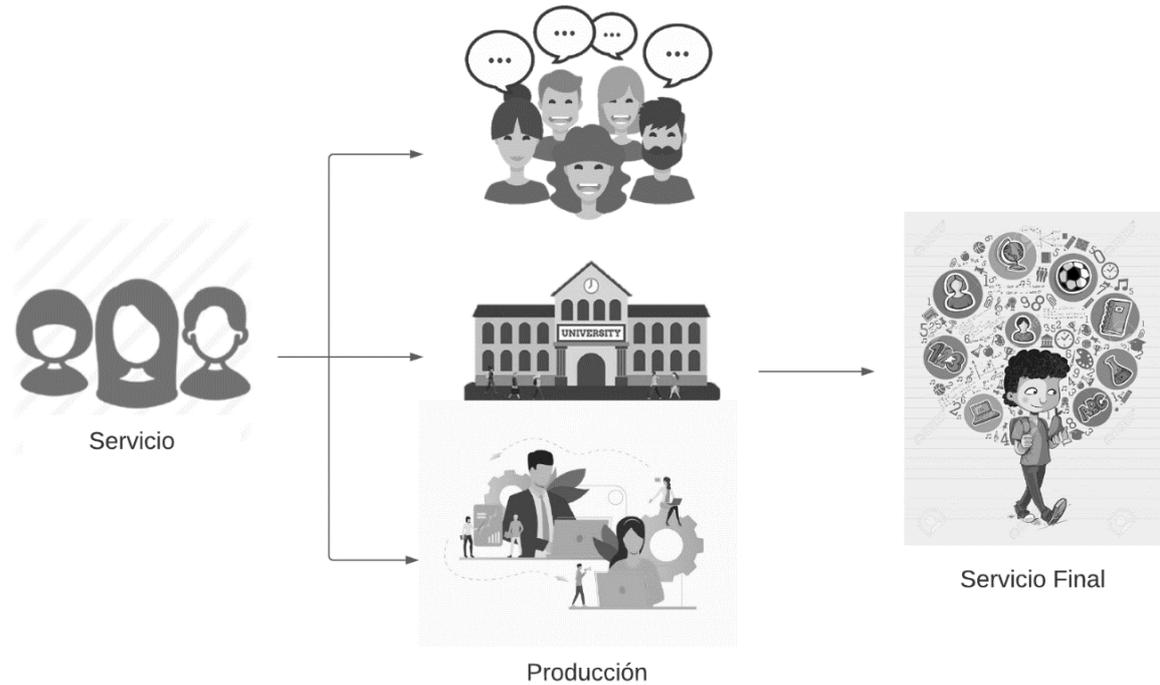


Ilustración 7 Cadena de distribución

o Costos de producción y el precio de venta

Costo de producción		
+	Costo unitario de materiales	\$1,000
+	Costo unitario de mano de obra	\$4,000
+	Costo unitario de CIF (costos indirectos de fabricación)	\$2,500
=	Costo total unitario	\$7,500

$$PV = \frac{7,500}{2,5\% \text{ de utilidad}} = \$10.000 \text{ por día}$$

Validación y verificación

- Indicadores de calidad que evalúen el producto antes del salir al mercado

1. Total aceptación para el ingreso a las universidades
2. Validación de documentos que nos certifican como una empresa que ayuda a la orientación vocacional
3. Personal totalmente calificado
4. Autorización por parte de los padres para la realización de la actividad
5. Seguridad total en todo el recorrido
6. Movilización en perfecto estado
7. Publicidad gratuita
8. Precios asequibles
9. Acompañamiento en todo el servicio
10. Formato de autoconocimiento diligenciado

- Producción

Somos T.P.O.T.F un proyecto de orientación vocacional para nuestros jóvenes estudiantes. Desarrollamos un plan a base de la proyección de un futuro de una manera **DIFERENTE**

—

"Somos el pasado de nuestros padres el presente de nosotros y el futuro de nuestros hijos"

¿En realidad es importante una carrera universitaria?

¿Contare con los recursos para entrar a una universidad?

¿Mis aptitudes servirán para la carrera que deseo?

¿Y el ámbito laboral?

¿Tendré estabilidad económica?

Estas y muchas más preguntas que se cuestionan nuestros jóvenes día a día las resolveremos en nuestro proyecto vocacional y mejor aun a un precio asequible!!

**The Promises
Of The future**
T.P.O.T.F

CONTACTATE CON NUESTRO REPRESENTANTE

T.P.O.T.F
558-524-1
Tpotf@edu.com
www.Tpotf.com
www.facebook.com/Tpotf

Bogotá-Colombia

T.P.O.T.F

¿Circuito Turístico?

Para desempeñarnos de forma **UNICA & DIFERENTE** en este mercado optamos por un **circuito turístico** por universidades pero con un poco de nuestro toque movilizarnos en Scooter eléctrico finalizando con una **conferencia** sobre el ámbito laboral con un invitado especial!

Tendremos una ruta de aproximadamente (6,5 km) ubicado en el centro de Bogotá con un tiempo estimado de 6 horas .

Personal totalmente capacitado

Contaremos con acompañamiento en la totalidad del servicio, personas profesionales y capacitadas para desempeñar el trabajo de la mejor manera



Itinerario y ruta plenamente estructurada

- + Universidad El Rosario
- + Corporación unificada Nacional
- + Universidad el externado de Colombia
- + Universidad Central

Nuestra finalidad

Queremos general un impacto social a nuestros clientes ver la importancia de proyectarse, de pensar en el futuro, de crear un proyecto de vida de bajar la deserción estudiantil, de desarrollarse de la mejor manera para una estabilidad laboral, económica, social entre muchos más factores que encontramos en nuestro proyecto

Orientar

Educar

Transformar

Avanzar



Ilustración 8 folleto

Ítems	Tiempo aprx	Itinerario	Acompañamiento
1	12:00 p. m.	Encuentro en plaza de bolívar // Verificación de permisos y documentos para la actividad	Personal de logística
2	12:15 p.m.	Explicación del uso de transporte e instrucciones de itinerario para llevar acabo el circuito turístico	Personal capacitado para el manejo de Scooter
3	12:30 p.m.	Acompañamiento de personal capacitado para la explicación de la misión y visión del servicio	Personal de acompañamiento Dra. Marcela Alarcón
4	01:00 p.m.	Desplazamiento a Universidad Del Rosario (10 minutos)	Charla por parte de las directivas, Ofertas educativas en cada ámbito que ofrece, Requerimientos para ingresar, recorrido por las instalaciones
5	02:00 p.m.	Desplazamiento a la Corporación Unificada Nacional (5 minutos)	
6	03:00 p.m.	Desplazamiento a Universidad Externado de Colombia (10 minutos)	
7	04:00 p.m.	Desplazamiento a Universidad Central (10 minutos)	
8	05:00 p.m.	Conferencia alrededor de la importancia de proyectarse como persona en el ámbito laboral y sus competencias	Invitado especial
9	06:00 p.m.	Criterio y veredicto con el formato de auto conocimiento para la proyección de un futuro	Personal de acompañamiento Dra. Marcela Alarcó

o Ficha técnica del producto o servicio

FICHA TECNICA DEL SERVICIO	
NOMBRE DEL SERVICIO	Orientación vocacional
USUARIOS	Estudiantes de grados decimo y once
DESCRIPCION DEL SERVICIO	<ul style="list-style-type: none"> Brindamos un servicio de orientación vocacional llevando a los estudiantes con personal totalmente capacitado para guiarlos en cada decisión que deban tomar, guiándolos de forma creativa por un circuito turístico movilizándose por un Scooter por distintas universidades finalizando con una conferencia alrededor de la importancia de proyectarse en el ámbito laboral y sus competencias, los ayudamos a plantear un proyecto de vida claro y conciso que les ayude a escoger una carrera con más seguridad y disminuya la deserción estudiantil en la educación superior.

NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de encontrar una carrera que concuerde con sus habilidades y aptitudes. • Plantear un proyecto con metas claras que puedan cumplir a corto mediano y largo plazo. • Darle la importancia y el apoyo a cada uno de los estudiantes
REQUISITOS LEGALES	<ul style="list-style-type: none"> • Ley 142 de 1994 • Decreto 1879 de 2008 • Normas Iso 9001:2015 • Ley 1098 de 2006
REQUISITOS DE OPORTUNIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo
REQUISITOS AFINES AL MEDIO DE ENTREGA	<ul style="list-style-type: none"> • El servicio se prestará de forma presencial con la metodología de aprendizaje cooperativo donde podremos crear entre todas metas y objetivos que los ayuden a tener mayor claridad sobre su futuro.

Tabla 7 Ficha técnica

o Ciclo de vida el producto



Tabla 8 Ciclo de la vida

Prototipo

- Story Board



T.P.O.T.F

¿Círculo Turístico?

Para desempeñarnos de forma **UNICA & DIFERENTE** en este mercado optamos por un **círculo turístico** por universidades pero con un poco de nuestro toque movilizarnos en **Scotter eléctrico** finalizando con una conferencia sobre el ámbito laboral con un invitado especial!

Tendremos una ruta de aproximadamente (6,5 km) ubicado en el centro de Bogotá con un tiempo estimado de 6 horas.

Personal totalmente capacitado.
Contaremos con acompañamiento en la totalidad del servicio, personas profesionales y capacitadas para desempeñar el trabajo de la mejor manera



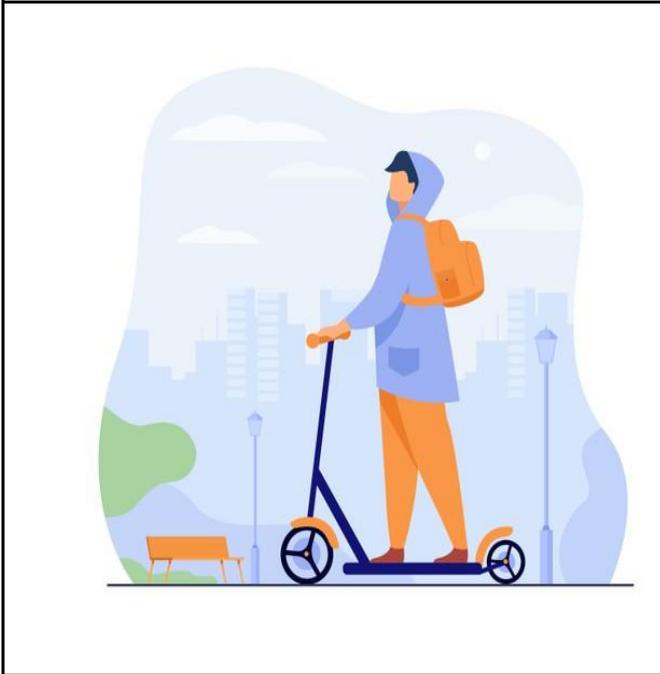
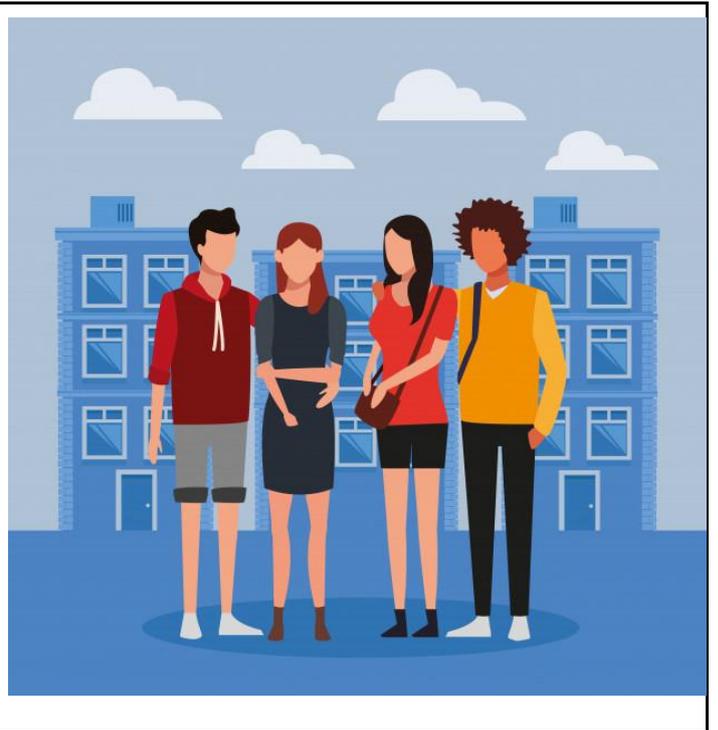
Itinerario y ruta plenamente estructurada

- + Universidad El Rosario
- + Corporación unificada Nacional
- + Universidad del Externado de Colombia
- + Universidad Central

Nuestra finalidad
Queremos generar un impacto social a nuestros clientes ver la importancia de proyectarse, de pensar en el futuro, de crear un proyecto de vida de bajar la deserción estudiantil, de desarrollarse de la mejor manera para una estabilidad laboral, económica, social entre muchos más factores que encontramos en nuestro proyecto

Orientar
—
Educar
—
Transformar
—
Avanzar
—





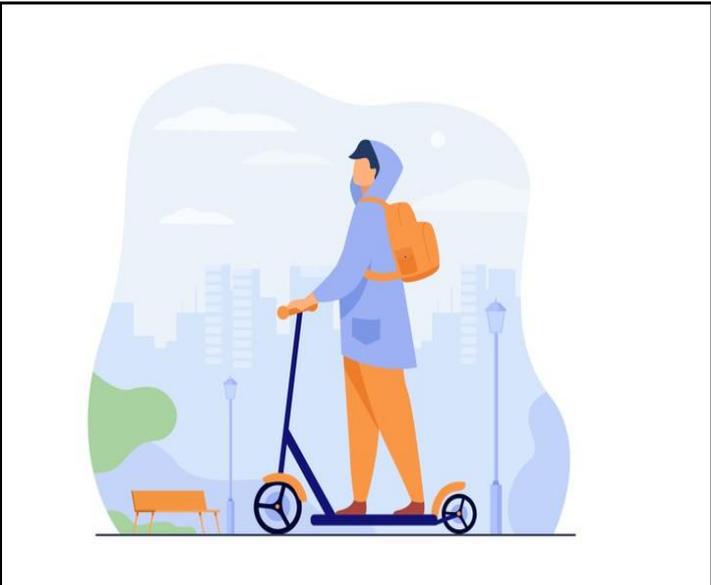
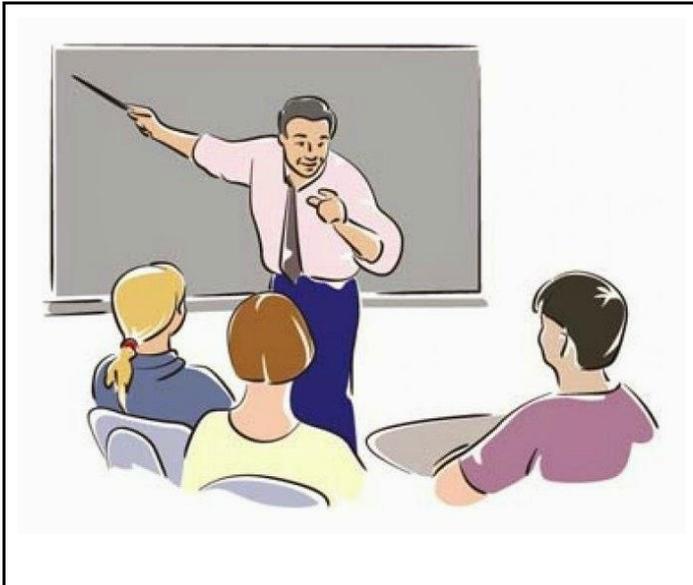


Ilustración 9 Story Board

Aplica tu encuesta

- Objetivo de la investigación

Objetivo de Investigación de Mercados: Definir de manera objetiva si es necesario la implementación de un proyecto de orientación vocacional en los jóvenes de Bogotá

Objetivos específicos: Conocer si en realidad tiene claro su proyecto de vida, interpretar en que se enfocan a la hora de la elección de su carrera profesional, saber cuál es el apoyo que brinda la familia y la institución a la hora de elaborar su proyecto de vida.

- Tipo de investigación

Tiene un enfoque cuantitativo de Tipo descriptivo, donde se emplearon herramientas como la recolección de datos, la medición de los mismos, el análisis y la generalización de los resultados. “La investigación Cuantitativa utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confiar en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población” (Hernandez, 2003, pág. 5)

- Tamaño de encuesta

Elaboraremos la encuesta a 20 jóvenes de la localidad de Soacha, Bosa y Antonio Nariño para completar un total de 60 encuestados

o Encuesta

Interés Personal:

1.- ¿Tiene claras sus metas a corto, mediano y largo plazo?

SI NO ¿Cuáles son?

2.- ¿Las personas con las que convive tienen claro cuáles son sus ideales?

SI NO

Interés Profesional:

3.- En factor económico, ¿condiciona tus posibilidades para estudiar?

SI NO

4.- Indica, (Con una X) para cada uno de estos factores, cuánto piensas que han influido en tu elección o proyecto vocacional. (M Mucho P Poco N Nada)

- La opinión de mis padres M P N
- La opinión de algún familiar M P N
- La recomendación de algún profesor M P N
- Lo que piensan mis amigos M P N
- Los comentarios que leo o escucho M P N
- Habilidad con las materias M P N
- Idea desde pequeño M P N
- Prestigio de la profesión M P N
- El dinero que se gana en la profesión M P N
- Mis intereses M P N
- Mis aptitudes y habilidades M P N
- Por parte del colegio M P N

-Si no es ninguno de estos factores, explicar brevemente cuál es o cuáles son:

La siguiente afirmación es utilizada habitualmente por las personas que realizan procesos de Orientación Vocacional. Indique si resultan verdaderas o falsas pensando acerca de sus futuros planes:

5.- Si tuviera que elegir una carrera justo ahora, tengo miedo de no hacer la elección correcta.

V F

Interés por la vocación en la Institución Educativa el Bosque:

¿Qué es para mí la vocación?

6. ¿Qué valoro más: ¿la vocación o la empleabilidad?

A. Vocación B. Empleabilidad

¿Alguna vez ha abordado el tema de proyecto de vida con sus compañeros de clase?

SI NO

¿En algún momento ha contado con una capacitación de vocación

profesional por parte de la Institución?

SI NO

¿Considera que la institución educativa dispone de una buena atención sobre el futuro de los estudiantes?

SI NO

¿Se ha sentido apoyado por la institución educativa frente a elegir su profesión?

SI NO

¿Cree que en la Institución educativa deberían emplear una clase de proyecto de vida?

SI NO

¿De qué manera cree que se podría implementar un proceso de orientación vocacional en su institución educativa?

A. _____

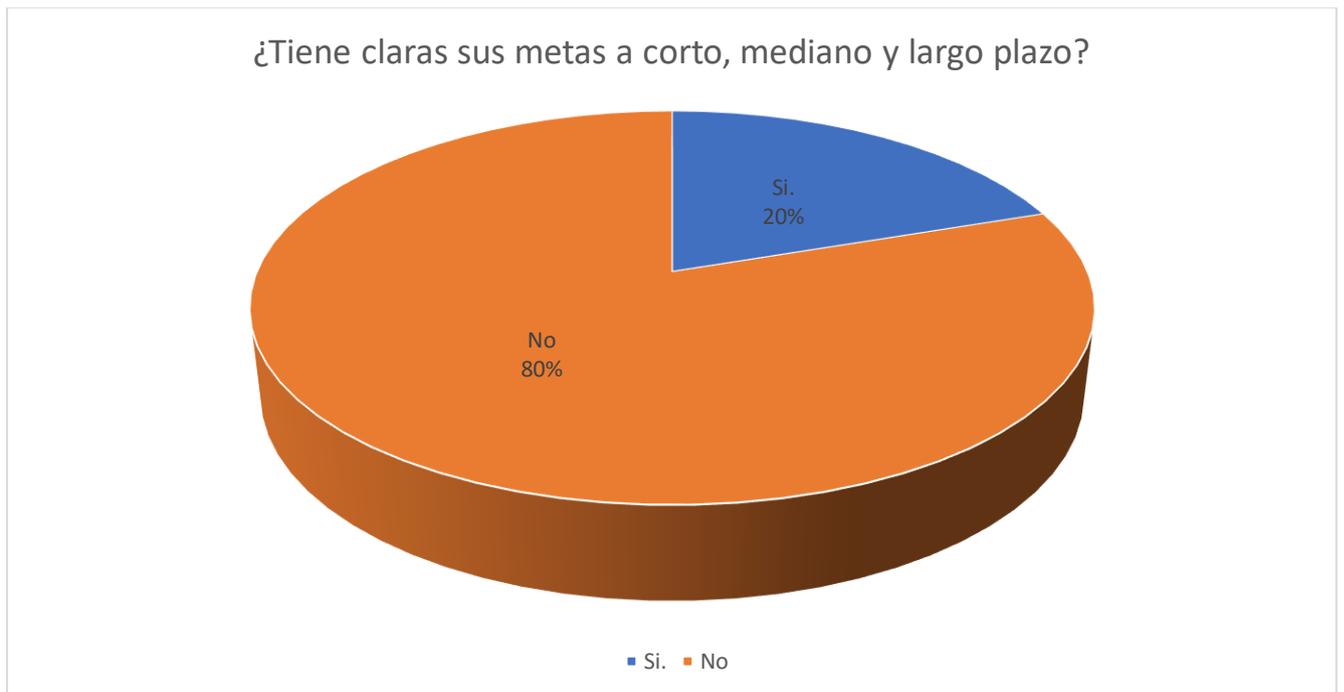
No creo que se pueda implementar un proceso de Orientación Vocacional para los estudiantes en la institución Educativa.

¿Los profesores de la institución le han brindado asesoría en cuanto al tema de orientación vocacional?

SI NO

Tabula y analiza la información

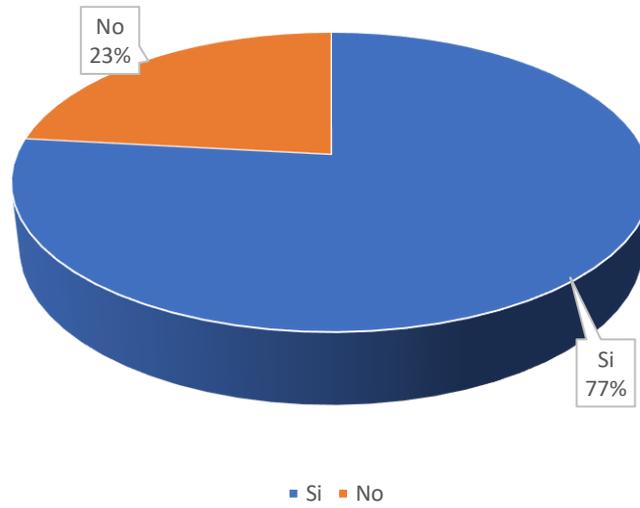
En este capítulo se muestra y analiza los resultados obtenidos mediante encuestas aplicadas a estudiantes de los grados undécimos de la institución educativa, La información obtenida se analizó en base a los porcentajes de las respuestas obtenidas de las encuestas y es de donde se obtuvieron las conclusiones y recomendaciones que las hacemos luego de conocer la realidad.



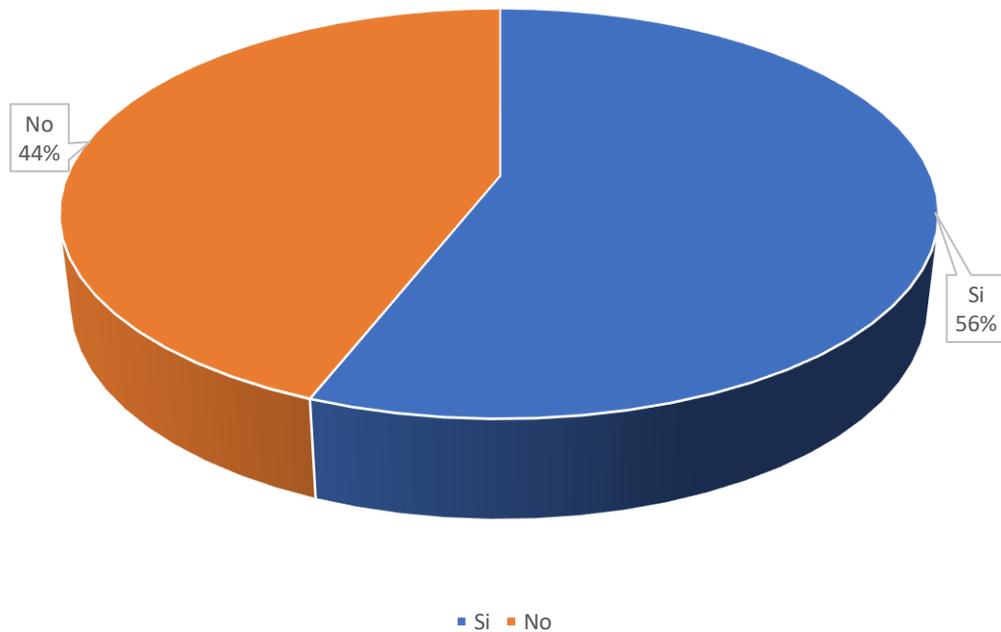
Observaciones:

El grupo investigador observa el bajo interés de los estudiantes frente a su futuro, pero lo hacen de forma muy indefinida, de tal forma que no sienten que tengan que hacer nada en el presente para alcanzar sus metas. **Un objetivo bien planteado, nos da una forma de medir nuestros progresos y la posibilidad de hacer cosas cada día para mejorar el modo de vida de cada estudiante.**

¿Las personas con las que convive tienen clara cuales son sus ideales?



En el factor economico, ¿Considera sus posibilidades para estudiar?



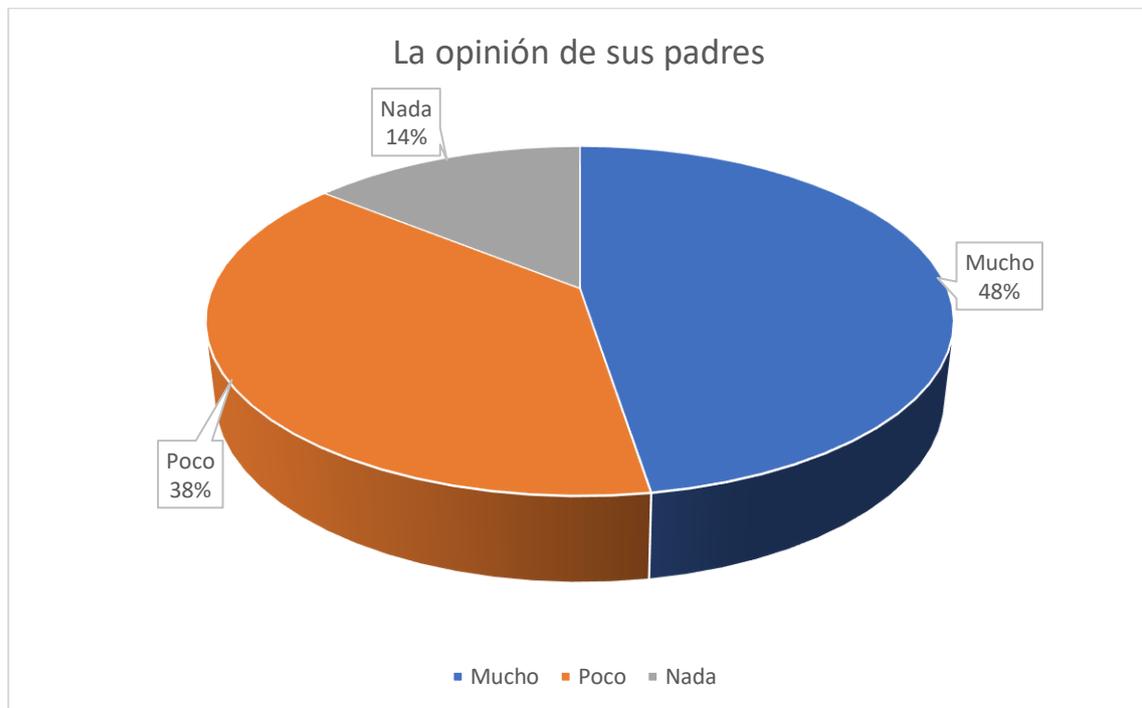
Pregunta Abierta:



Observaciones:

El 30% de los estudiantes de la institución educativa no tiene claridad sobre que es orientación vocacional y no saben argumentar coherentemente, lo cual a su edad debería ser comprensible.

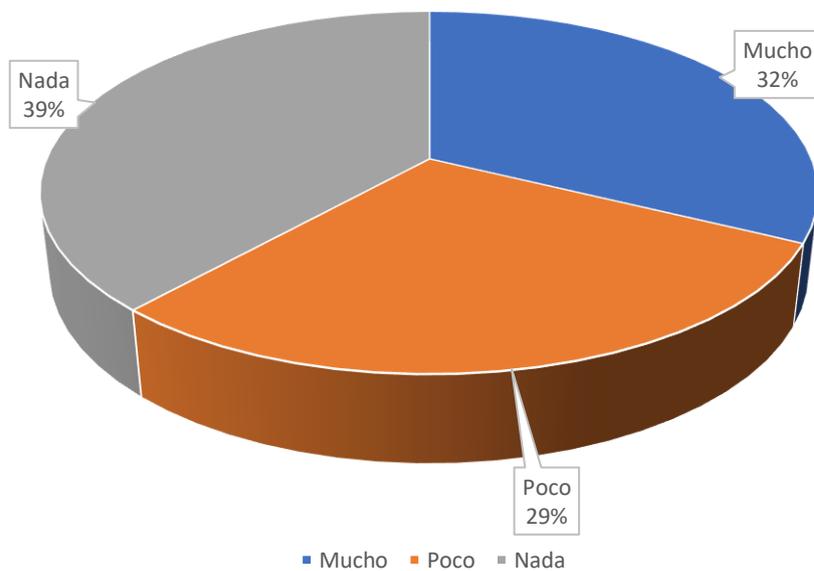
Indicar, para cada uno de estos factores, cuánto piensas que han influido en tu elección o proyecto vocacional. (M Mucho P Poco N Nada)



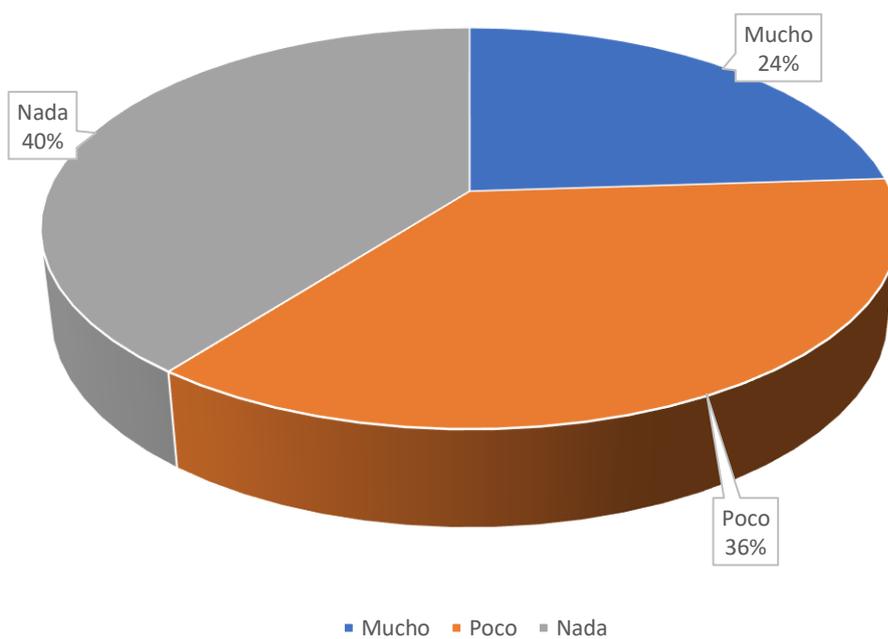
Observaciones:

Frente a la anterior grafica se observa que muchos de los estudiantes se ven influenciados por la opinión de los padres lo cuales tendrían que desempeñar un rol de “Asesores y acompañantes” más nunca imponiéndoles profesiones hacia las que no tienen ningún interés ni calificación.

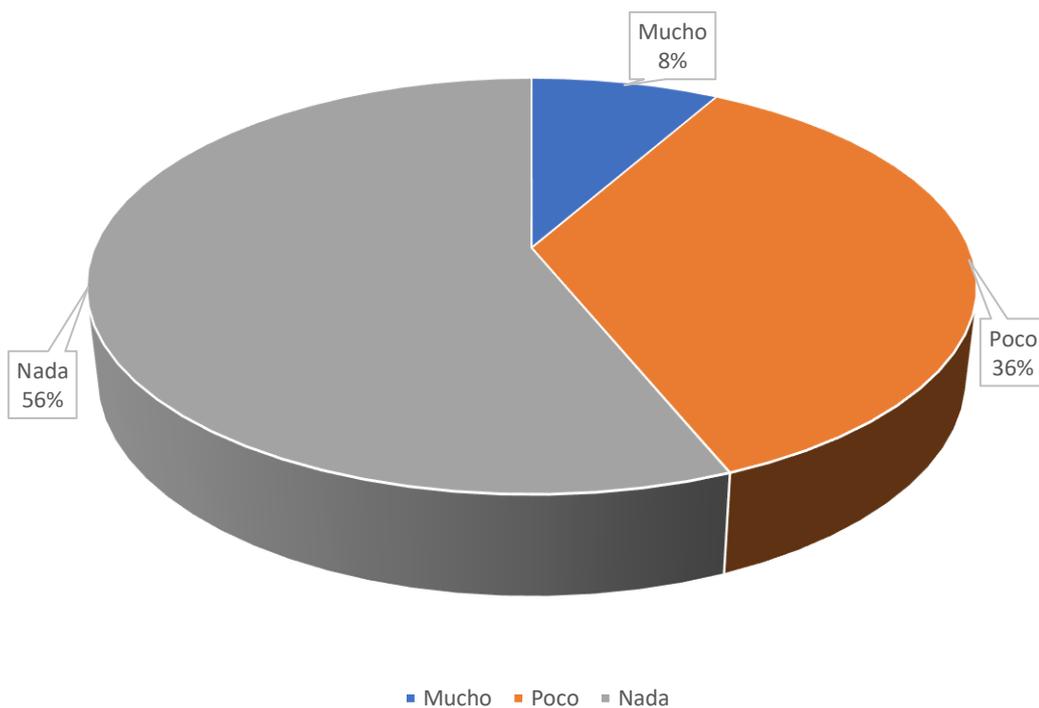
La opinión de algun familiar



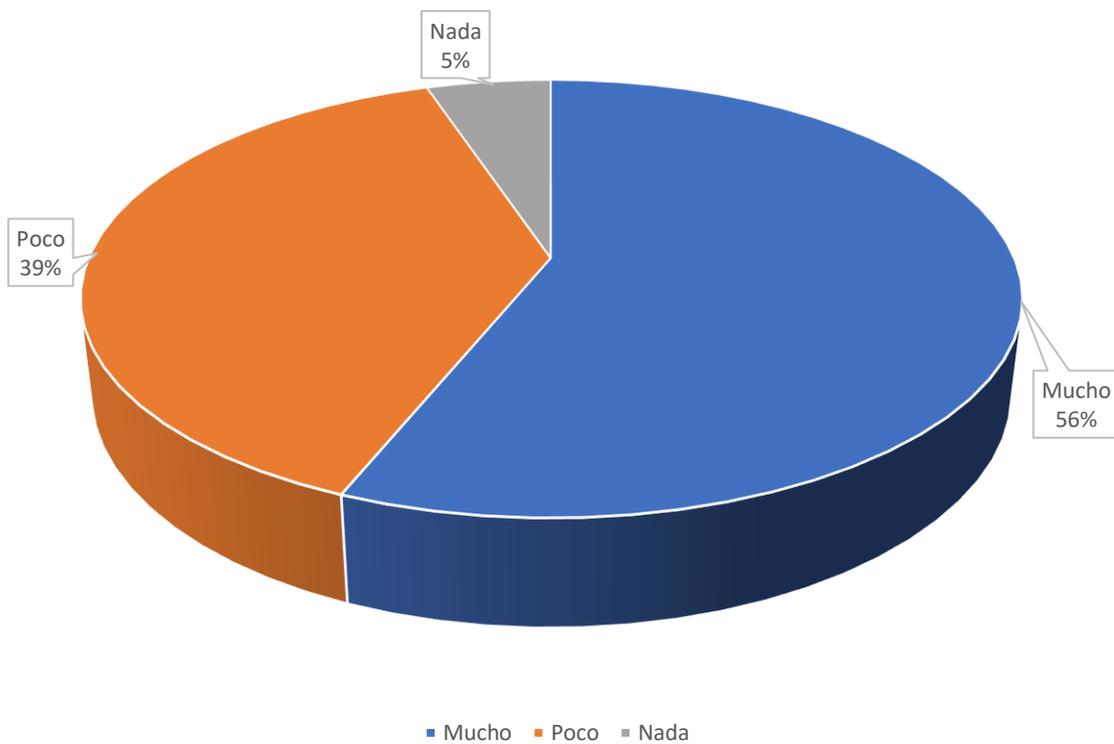
La recomendación de algun profesor

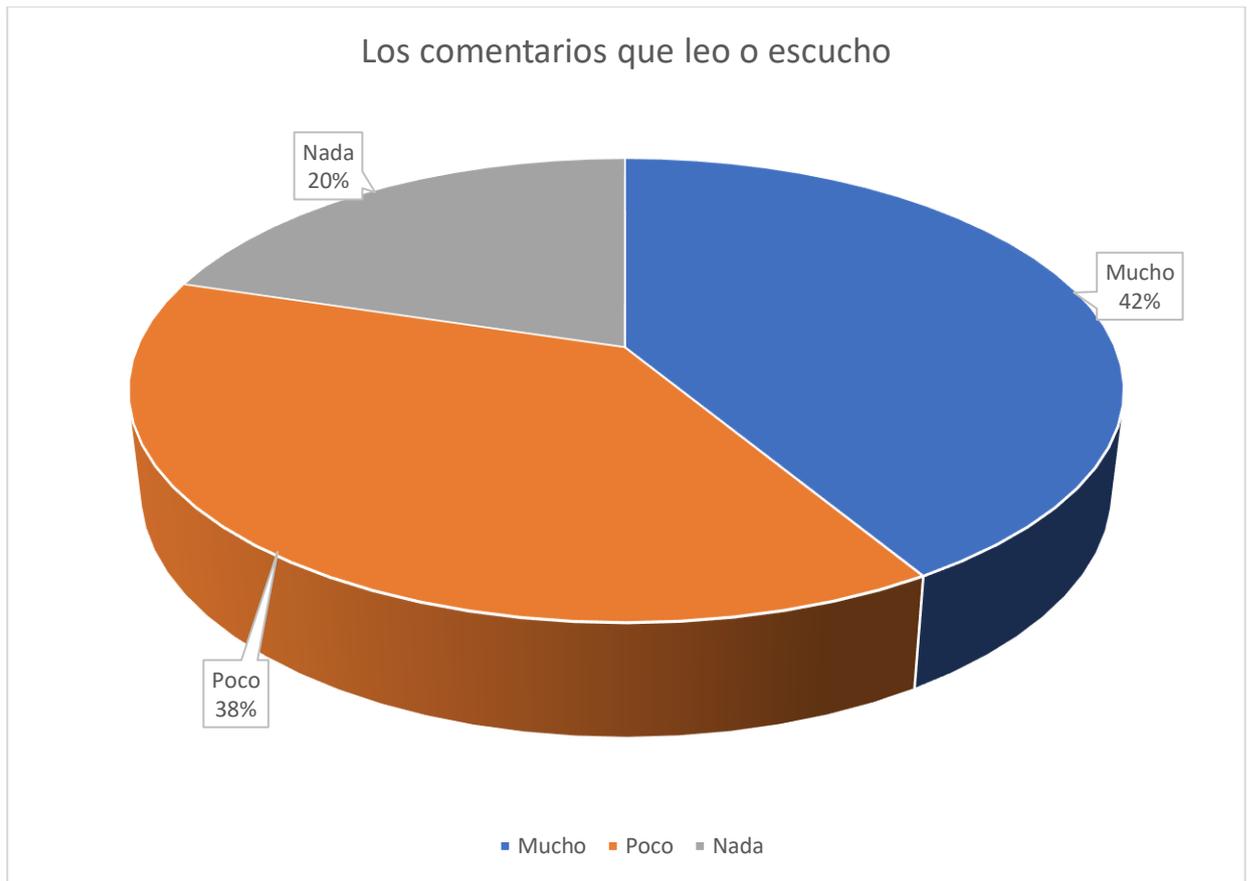


Lo que piensan mis amigos



Habilidad con las materias

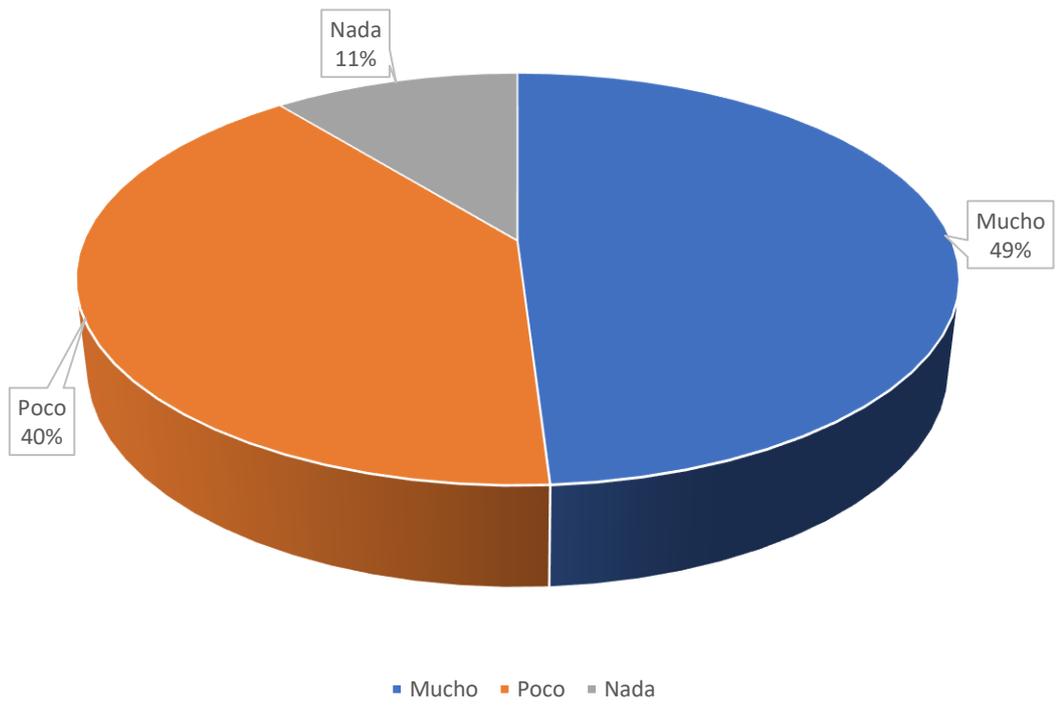




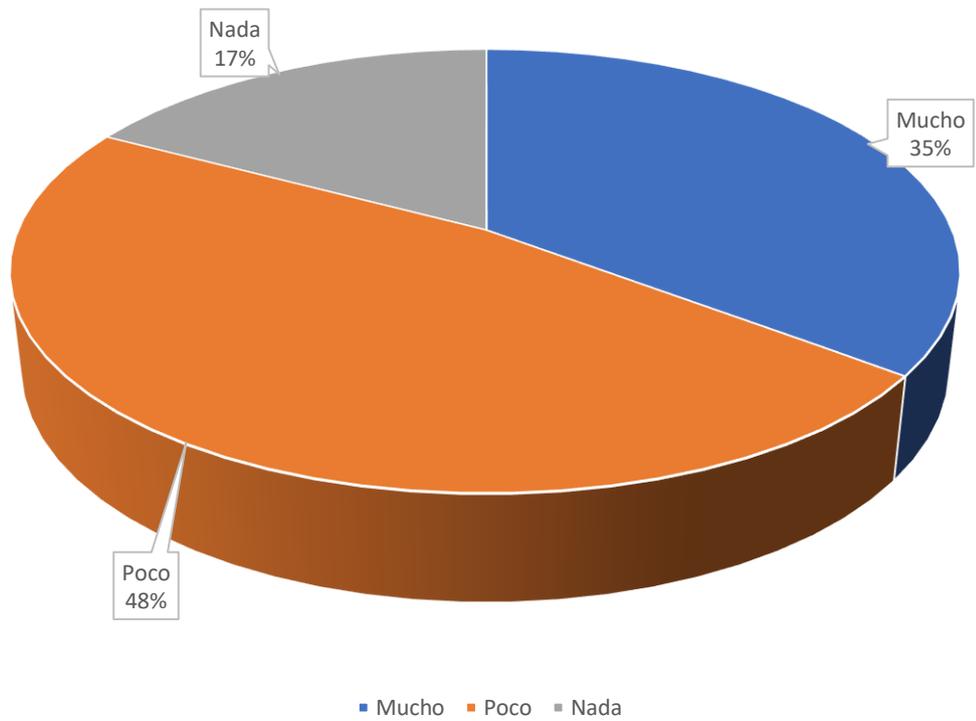
Observaciones:

Se evidencia que mucho de los estudiantes se interesan por la profesión que desean ejercer, Lo cual es un resultado positivo para estar seguro de tomar una buena decisión para afrontar la vida laboral y profesional.

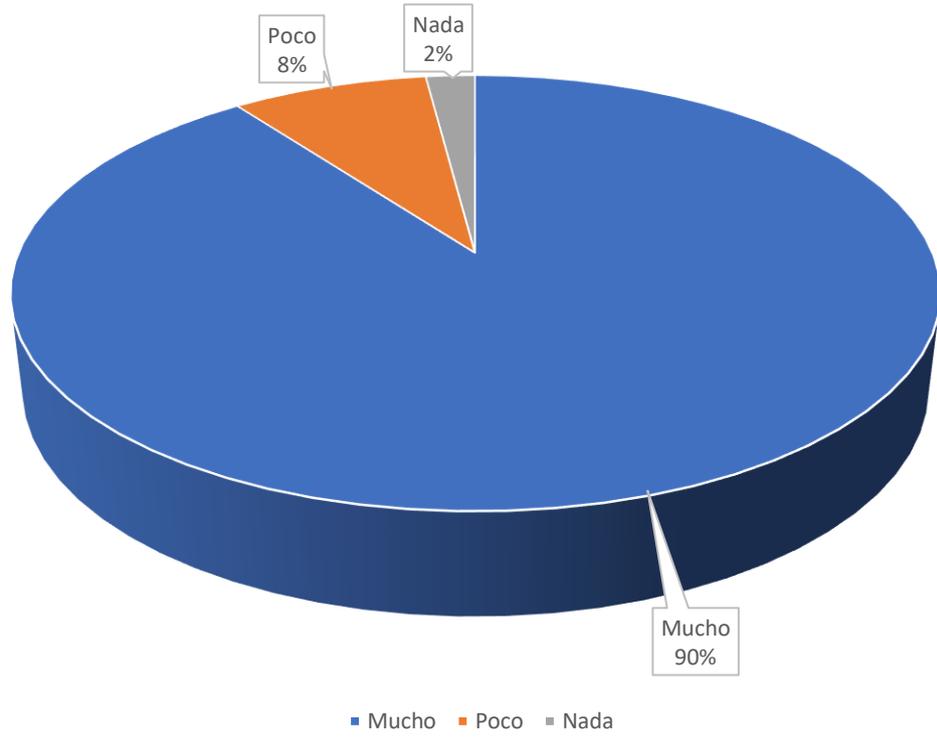
Ideas desde pequeño



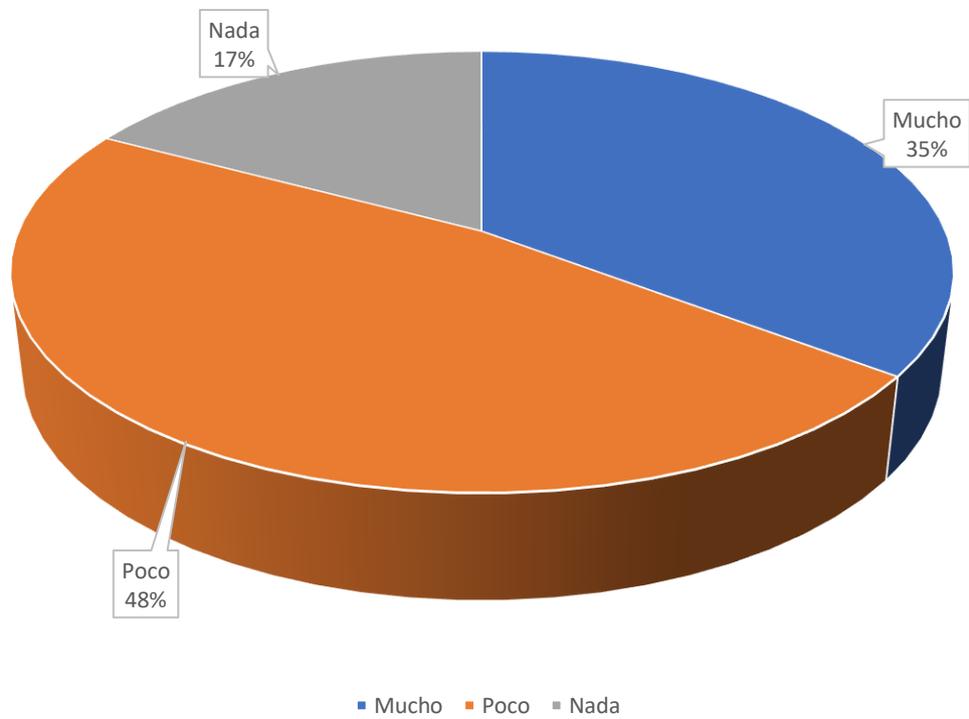
Prestigio de la profesión



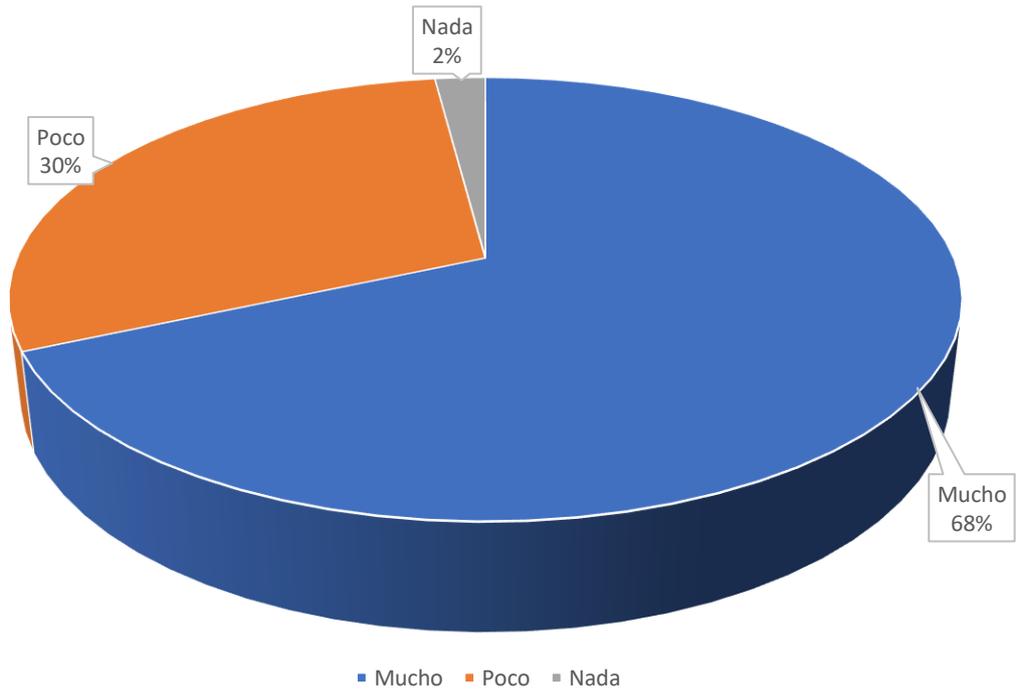
Mis intereses



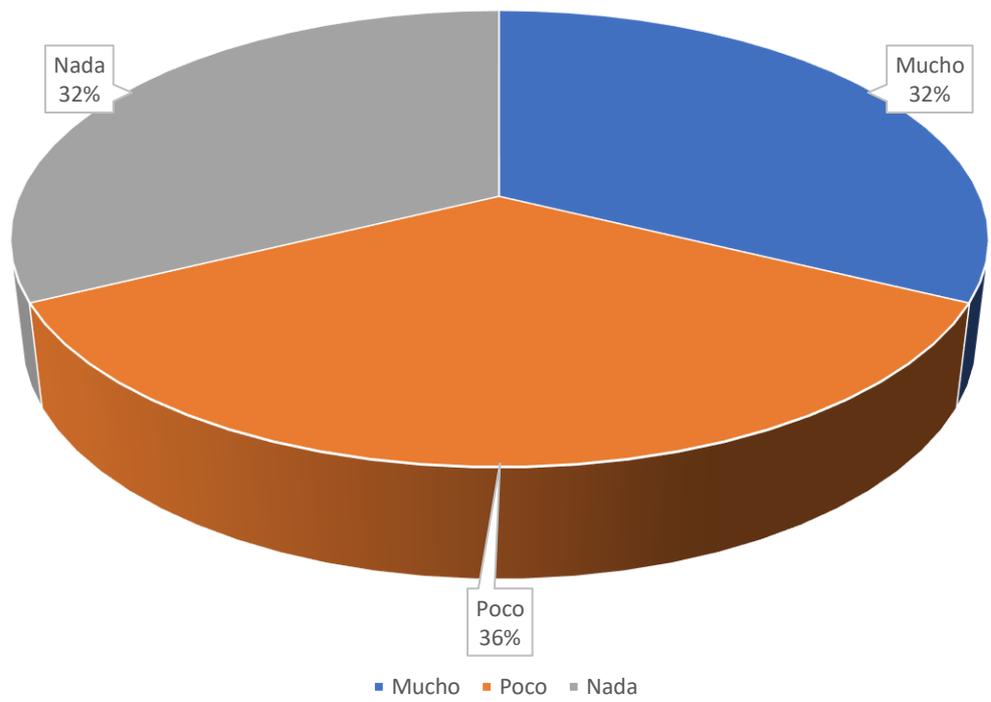
El dinero que se gana en la profesión



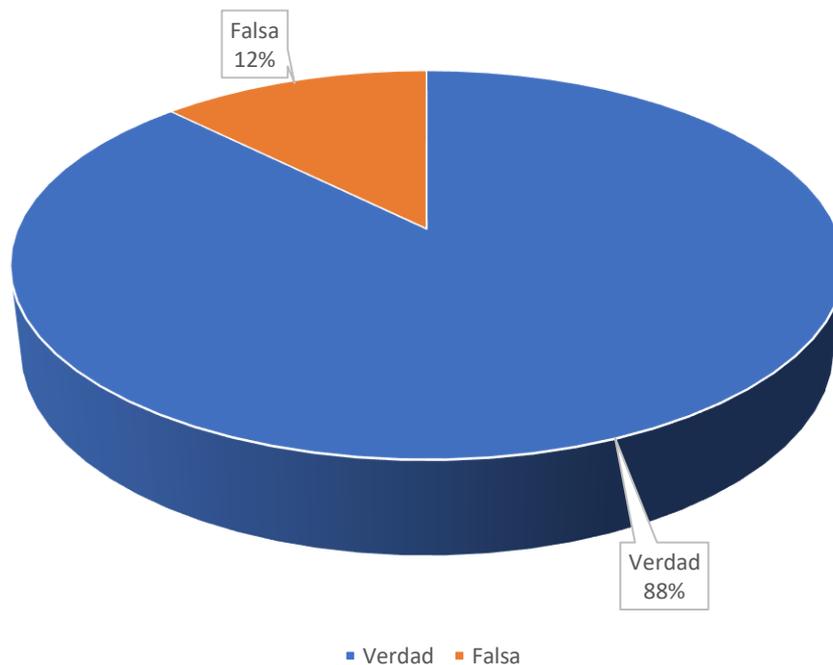
Mis aptitudes y habilidades



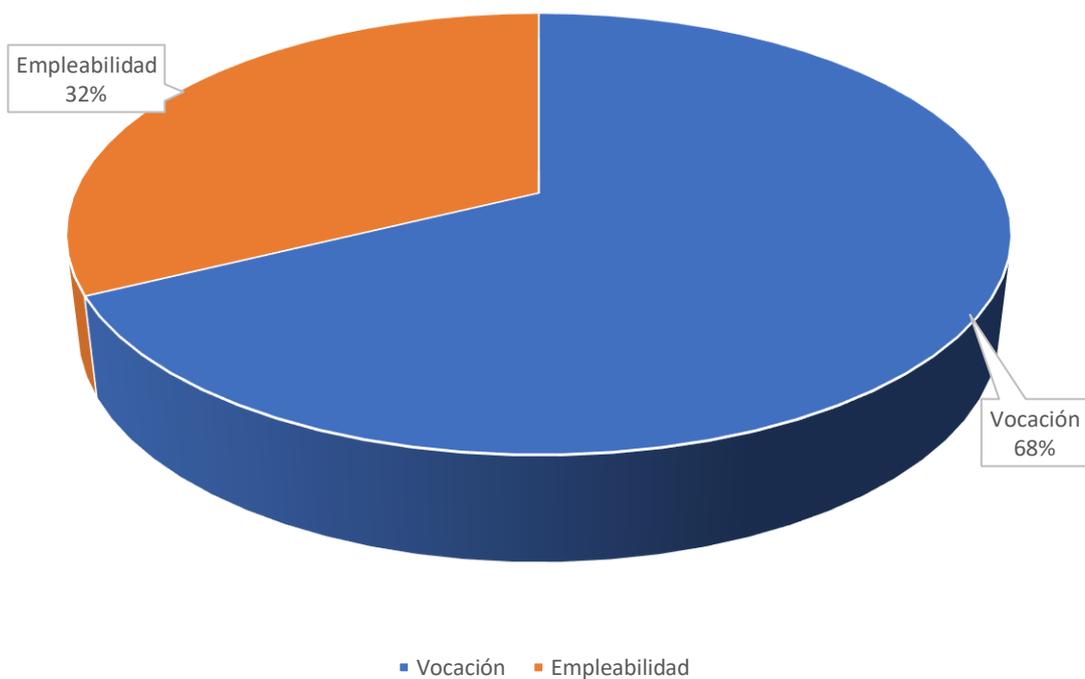
Por parte del colegio



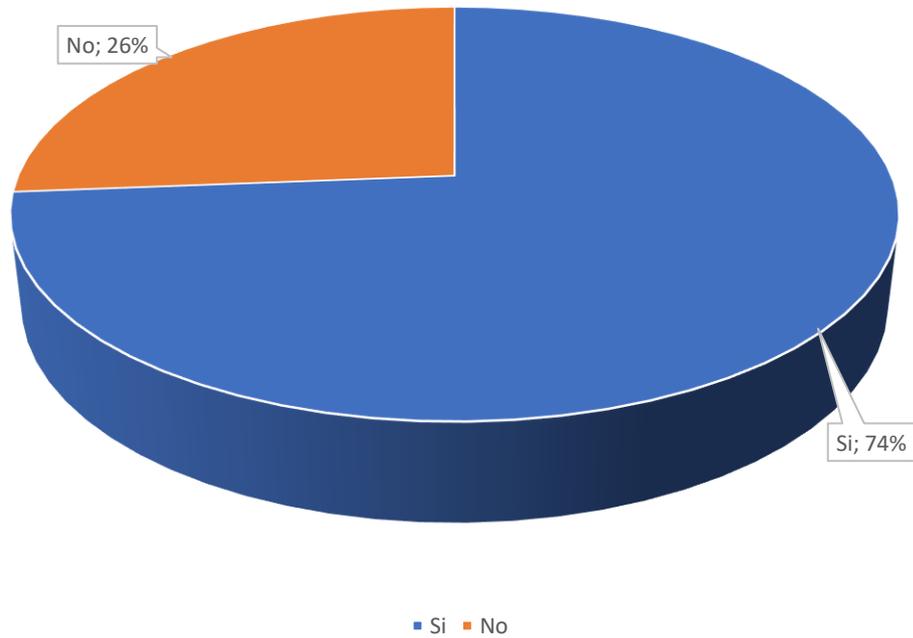
Si tuviera que elegir una carrera justo ahora, ¿tiene miedo de no hacer la elección correcta?



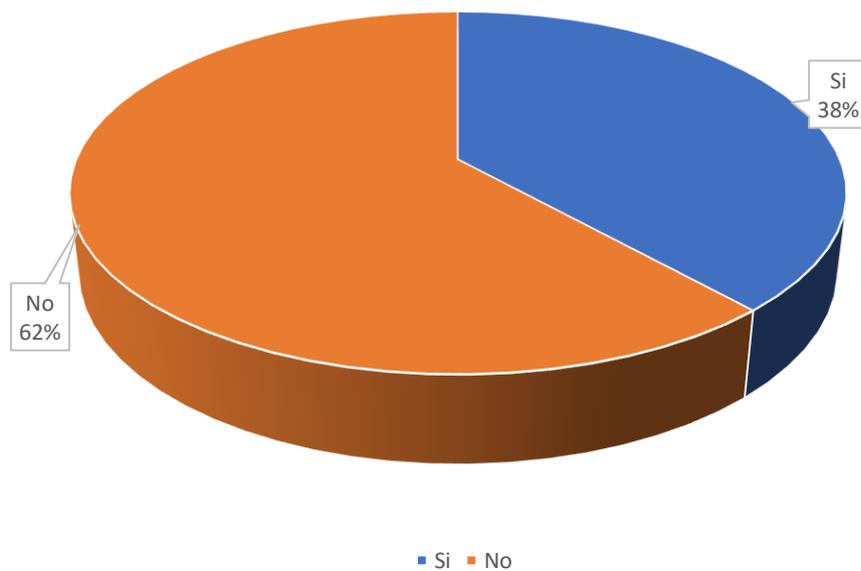
¿Qué valoro más?



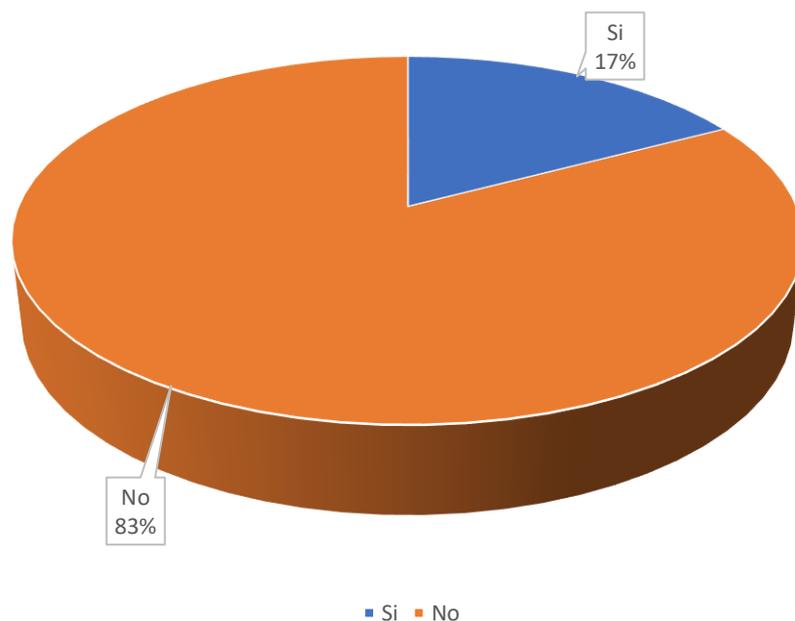
¿Alguna vez a abordado el tema de proyecto de vida con sus compañeros de clase?



¿Los profesores de la institución le han brindado asesoria en cuanto al tema de orentación vocacional?



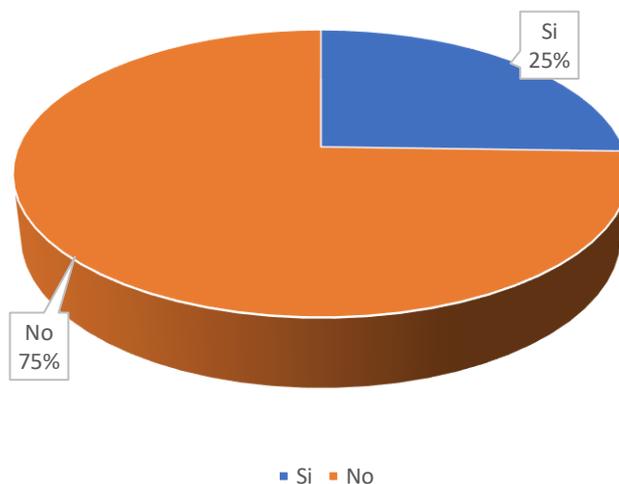
¿En algún momento a contado con una capacitación de vocación profesional por parte de la institución?



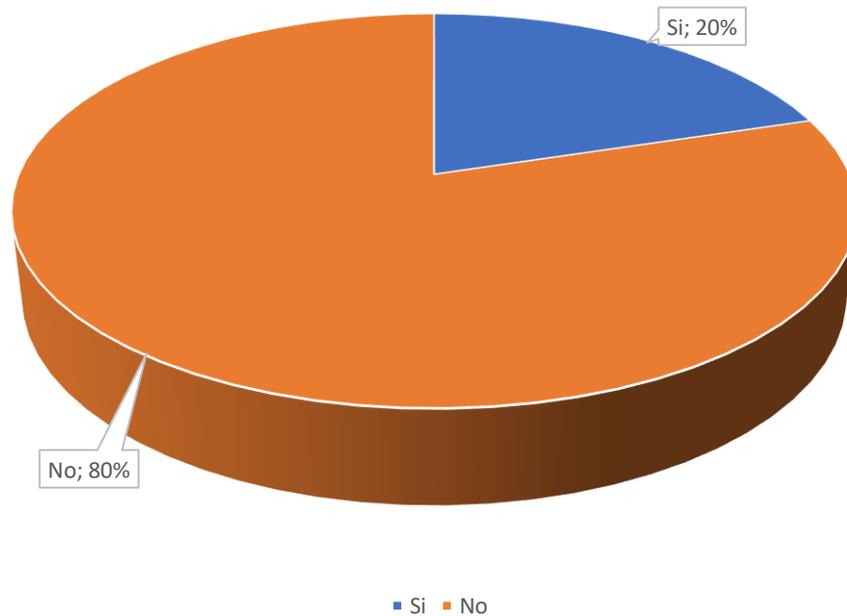
Observaciones:

Observamos que la institución a lo largo de toda la educación de los bachilleres no ofreció ningún tipo de ayuda para elegir alguna profesión, interesarlos para entrar a la educación superior o simplemente guiarlos para un mejor futuro.

¿Considera que en la institución educativa dispone de una buena atención sobre el futuro de los estudiantes?

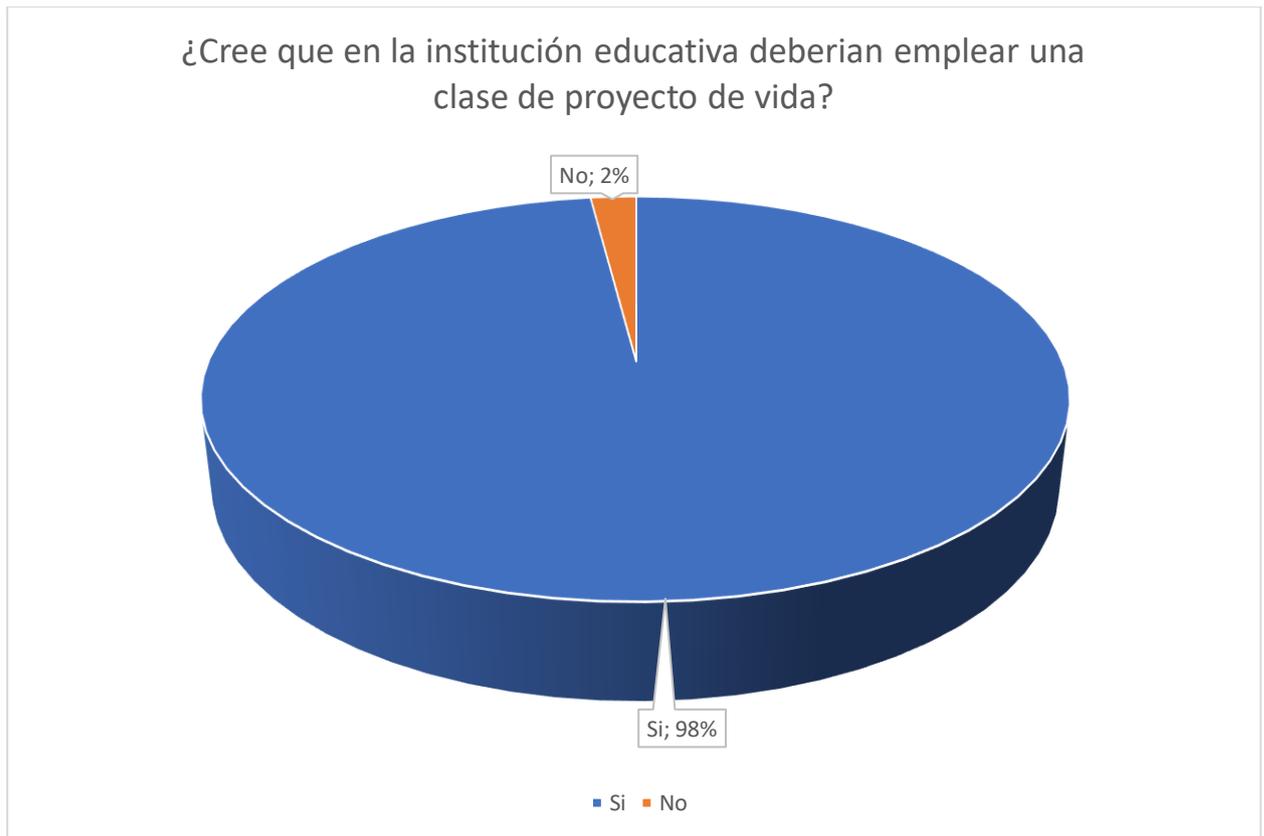


¿Se ha sentido apoyado por la institución educativa frente a elegir su profesión?



Observaciones:

Igualmente se evidencia las fallas que presenta la institución ya que se da mayor importancia al desarrollo de unos contenidos, pero se dejan de lado las metas, sueños y capacidades que se requiere en la vida profesional.



Observaciones:

La mayoría de los estudiantes tienen presente la importancia de realizar una clase de orientación vocacional ya que tienen un mayor grado de responsabilidad y creen que es necesario implementarla en la institución.

Conclusión:

Luego de haber tabulado e interpretado los datos se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- 1.- Con el desarrollo del programa de orientación vocacional con los estudiantes de la institución educativa, se identificó que los colegios no cuenta con un proceso de orientación que guíe al estudiante a la consecución de sus objetivos y metas académica y profesionalmente
- 2.- Los resultados obtenidos en la presente investigación favorezca para llamar la atención y permitan incrementar la toma de conciencia acerca de la necesidad que existe de abordar el tema de la orientación profesional temprana, propuesta desde este programa, como un área más de desarrollo contemplada en el programa estudiantil de cada institución.

3.-Respecto a las encuestas la mayoría de los alumnos afirmaron que la institución no brinda un espacio determinado para la proyección de la vocación profesional

Bibliografía

- IPLER CI S.A. (2020). *IPLER*. Obtenido de <https://www.ipler.edu.co/cursos/curso-orientacion-profesional/>
- MundoPsicologos. (s.f.). Obtenido de <https://www.psicologos.com.co/centros/orientacion-vocacional-en-casa>
- © 2020 the Orientacion vocacional - Carreras universitarias,. (2020). *Orientaciones vocación*. Obtenido de <https://orientacionesvocacion.com/blog/>
- © AEPSI. (2017). © *AEPSI*. Obtenido de https://aepsi.com.co/orientacion-profesional/?gclid=EAIaIQobChMI2rPp-8-R7AIVnYtaBR14lQCJEAMYAiAAEgI7-fD_BwE
- Ardila. (1986).
- Betancourth, L. J. (2006). Vocational and Professional orientation in the Colombian Youth.
- Burgos, Sánchez, & Peña. (2007).
- Camara de comercio de Bogotá. (5 de Abril de 2016). Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Lacteo-de-Bogota-Region/Noticias/2016/Abril-2016/Conozca-los-requisitos-para-abrir-un-nuevo-negocio-de-productos-alimenticios>
- Deserción estudiantil*. (s.f.).
- Directivo del programa Siguele. (2012). *Programa de orientación vocacional*.
- Disposiciones analizadas por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda. (30 de 09 de 2020). *Leyes desde 1992 - Vigencia Expresa y Sentencias de Constitucionalidad*. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0142_1994.html
- Disposiciones analizadas por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.©. (31 de 12 de 2019). Obtenido de https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_1098_2006.htm
- Doménico, D. (2007).
- EMAGISTER Servicios de formación, S.L. . (s.f.). Obtenido de <https://www.emagister.com.co/orientacion-profesional-cursos-2734165.htm>
- Formarte. (s.f.). Obtenido de <https://formarte.edu.co/bogota/orientacion-profesional/>
- Gomez, A. (2010). Huelva.
- Guzman. (2012).

- Hernandez, E. (2003). 5.
- Hung, Elías Said. (s.f.). *Modelo de orientación vocacional en Colombia*. Barranquilla: Universidad del norte.
- INGRESE A LA UNIVERSIDAD S.A.S . (s.f.). *Ingresa a la universidad*. Obtenido de <https://ingresealau.edu.co/orientacion-vocacional/>
- IPLER. (s.f.). Obtenido de <https://www.ipler.edu.co/cursos/curso-orientacion-profesional/>
- Klappenbach. (1996).
- Llull, R. (1274-1276). *Doctrina pueri*.
- Maria Vidal, B. F. (2009). *Vocational guiding*. Habana: Version iimpresa ISSN.
- Nuevas normas Iso . (8 de Febrero de 2019). Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/quienes-somos/>
- Ossa. (2009).
- Sinapsis. (s.f.). Obtenido de https://asosinapsis.com/web/?gclid=CjwKCAjwrKr8BRB_EiwA7eFapiv_QgJcpkEPW5XjGQhX8UGnKm4mJfKAKDDkL1tmo6SJefbJLMpdbBoCIPAQA_vD_BwE
- Universidad Nacional de Colombia. (s.f.). Obtenido de <http://www.humanas.unal.edu.co/2017/extension/servicio-de-atencion-psicologica/talleres/taller-de-orientacion-vocacional>
- Velásquez, F. (s.f.). *Pisicologos.com*. Obtenido de https://vitamins.co/contacto/?gclid=EAIAIQobChMIrueO1ZX56wIVDkWGCh3JMAPhEAAYASAAEgLt_D_BwE
- Vitamins. (2005). Obtenido de https://vitamins.co/contacto/?gclid=EAIAIQobChMIrueO1ZX56wIVDkWGCh3JMAPhEAAYASAAEgLt_D_BwE
- Watts. (1990).

Tabla 1 Determinación de problema	9
Tabla 2 Autoevaluación de idea de negocio	13
Tabla 3 Estructura de idea de negocio	14
Tabla 4 análisis de oferta.....	21
Tabla 5 Comercialización y proveedores	22
Tabla 6 Buyer persona.....	23
Tabla 7 Ficha técnica	35
Tabla 8 Ciclo de la vida.....	35