

AVISOS VIALES REFERENTES A LA EDUCACIÓN
(ADVICE CBS)



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

CRISTIAN CAMILO ORJUELA SORIANO
STEBAN OLAYA SILVA
BRANDON STEVEN GONZALEZ PRIAS

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR (CUN)

PROYECTO OPCIÓN DE GRADO 1

TERCER SEMESTRE

BOGOTÁ

MAYO,2019

AVISOS VIALES REFERENTES A LA EDUCACIÓN
(ADVICE CBS)



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

CRISTIAN CAMILO ORJUELA SORIANO
STEBAN OLAYA SILVA
BRANDON STEVEN GONZALEZ PRIAS

CAMILO ANDRES RODRIGUEZ RUEDA

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR (CUN)

PROYECTO OPCIÓN DE GRADO 1

TERCER SEMESTRE

BOGOTÁ

MAYO,2019

TABLA DE CONTENIDO

introducción.....	4
justificación	5
descripción de la idea de negocio	7
componente innovador de la idea de negocio	7
descripción detallada del cliente.....	8
validación de la idea	9
herramientas de recolección	10
análisis de resultados	10
planeación estratégica	16
lienzo canvas	21
bibliografía.....	22

Introducción:

En el presente trabajo podemos evidenciar el desarrollo sostenible de la educación de calidad en donde la educación progresa exponencialmente en las regiones en desarrollo, la cantidad de niños que no asisten a la escuela disminuye con este producto dando un ejemplo a la mitad de la población mundial, daremos a conocer una idea innovadora para incentivar la educación en las regiones más afectadas ya sea por el conflicto a la pobreza.

Podemos encontrar un modelo de lean Canvas en donde describe detalladamente el propósito de la empresa, en donde estudia al cliente para saber que requiere o solicita estudiando el problema y dando su respectiva respuesta a este problema y las ventajas que va a tener, en dónde y cómo lo va a distribuir a través de canales clave para su entendimiento y desarrollo.

Este ayuda a la empresa y a las comunidades en donde va dirigido el producto para lograr convencer a las personas para tener una educación y de esta manera hace reconocer el favorecimiento y crecimiento que pueden llegar a tener estas regiones.

Justificación:

Este producto lo realizamos para incentivar la educación en las regiones o poblaciones más afectadas por la pobreza en donde haciendo estas campañas publicitarias pueden conocer y guiarse para tener un mejor futuro y también economía, ayudamos a que se haga reconocimiento de instituciones educativas gratuitos para estas personas donde podemos ayudar a un colegio, universidad o instituto a tener un avance más notables en la matriculación en la escuela primaria entre todas las regiones en desarrollo (de 52% en 1990 a 78% en 2012), aún hay grandes problemas, especialmente entre las zonas rurales y urbanas.

la educación es uno de los motores más poderosos y probados para garantizar el desarrollo sostenible. Con este fin, el objetivo busca asegurar que todas las niñas y niños completen su educación primaria y secundaria gratuita a través de nuestros letreros podemos hacer esto realidad. También aspira a proporcionar acceso igualitario a formación técnica asequible y eliminar las disparidades de género e ingresos, además de lograr el acceso universal a educación superior de calidad.

las personas sin educación pueden ser compasivas y valerosas para la sociedad, por otro lado las personas educadas carecen de perseverancia e integridad factor importante en una persona, esto depende de su educación e instrucción, que abarca un proceso de aprendizaje por lo que carece de valores para sus implicaciones.

el hombre educado no es que solo posee destreza y habilidades, sino que tenga capacidades para desarrollarse y razonar. Es entonces que surge una educación relacionada con el conocimiento especializada para realizar un trabajo que le gusta, que se ocupa que demuestra interés por lo que hace; y no lo hace solo por dinero o como un pasatiempo, sino que invierte su tiempo para el desarrollo personal para que la persona se vaya educando en el cultivo de la ciencia en torno a su comunidad educativa.

De acuerdo a nuestro proyecto damos a entender que la educación.

también se supone que su comprensión no está especializada estrechamente. No solo posee una amplia comprensión, sino que es capaz de conectar entre sí estas diferentes maneras de interpretar su experiencia, de modo que logra una especie de perspectiva cognoscitiva. Este factor puede manifestarse de dos maneras: en primer lugar, la persona educada no está simplemente encasillada en una manera de reaccionar ante aquello con lo que se enfrenta. En segundo lugar, la persona educada ve las conexiones entre las diferentes clases de comprensión que ha logrado.

Descripción de la idea de negocio:

Somos una empresa de publicidad educacional especializada en ayudar a las regiones de bajos recursos e instituciones educativas tanto privadas como públicas que se dediquen a la ayuda y beneficencia de los niños y niñas que no tienen estudio para que a través de nosotros pueda llegar información sobre las oportunidades que dan las instituciones dando así colectas de dinero para darles una mejor educación a las poblaciones de bajos recursos.

Juntos damos a conocer las propuesta y oportunidades que los jóvenes puedan tener a la hora de terminar o comenzar el estudio. A través de nuestro trabajo podremos beneficiar a más de una institución educativa y con ello también a los jóvenes.

Será un sitio en donde las personas interesadas podrán disfrutar de las frases en donde motive a las personas a volver a estudiar. Nuestros letreros serán puestos en diferentes puntos de las ciudades más pobres de país en donde sea dirigido.

Componente innovador de la idea de negocio:

La innovación principal que va a tener es un sonido relacionado a lo que se vea en el letrero algunos productos van a contar con movimiento haciendo lo más dinámico y entretenido para las personas que les interese y les llegue el mensaje de una forma más adecuada en donde comprendan el punto de vista del estudio para que ellos lo apliquen de acuerdo como lo entendieron. Van a variar los diferentes tipos de tamaño del letrero o señal que requiera el cliente.

Google Ha desplegado un extenso portafolio de servicios, como el posicionamiento orgánico conocido como SEO, publicidad en internet por medio de Adwords, en donde podemos hacer llegar nuestro producto y darlo a conocer.

Segmentación del mercado:

Segmentación geográfica: Nos enfocamos en la ciudad de Bogotá y las regiones como la guajira en donde requieren la oportunidad de estudio en el cual se las quitan o solo no quieren terminar los estudios.

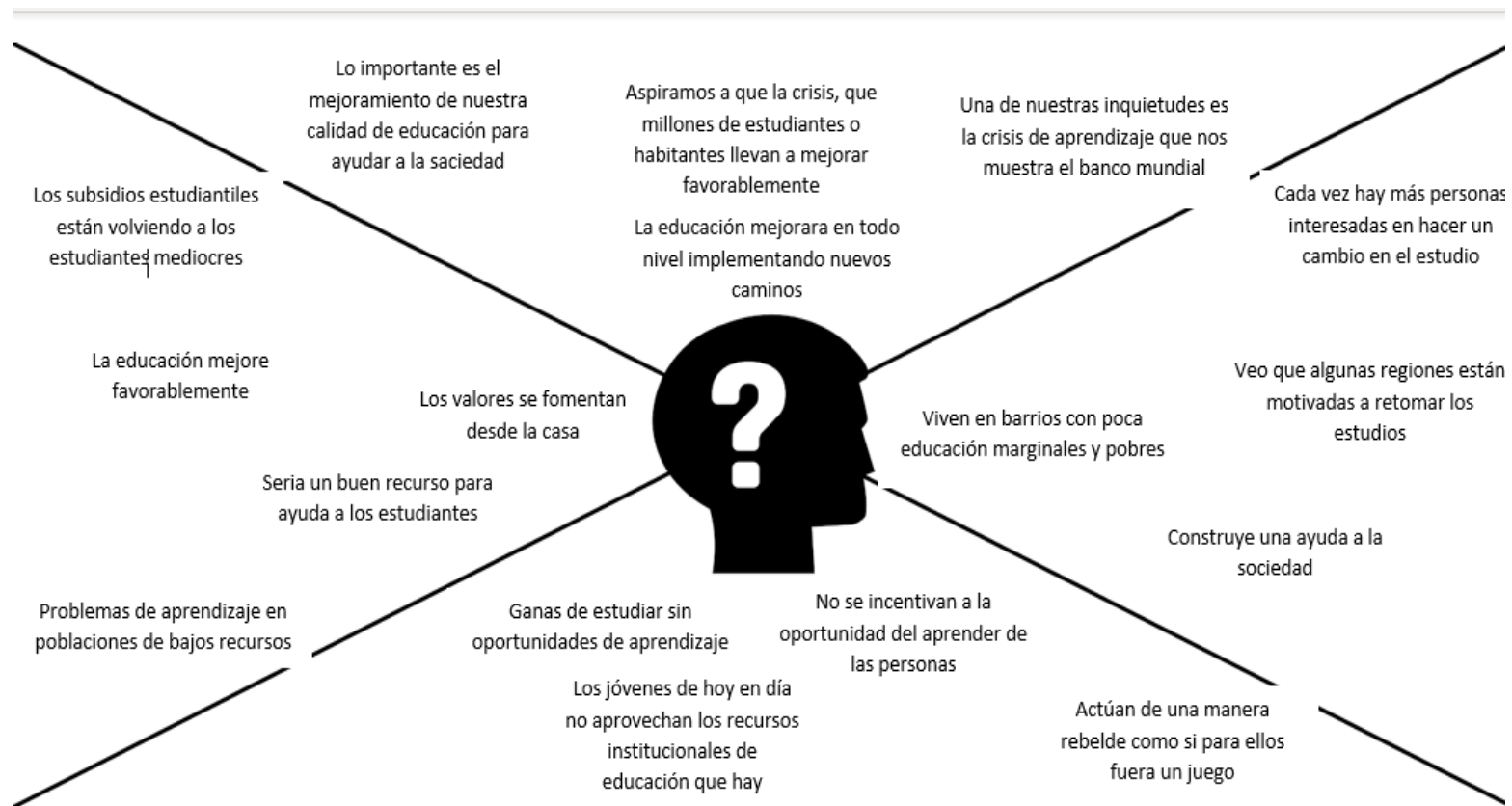
Segmentación demográfica: apuntamos a clientes de cualquier sexo y de una edad aproximada de 25-45 años tanto estudiantes como trabajadores con un estatus socioeconómico bajo, medio y medio alto con ingresos promedios a un salario mínimo.

Variables psicográficas: personas con valores de querer ver un cambio en una región o comunidad para el bienestar de los jóvenes y de la misma ciudad, personas con la intención de hacer un cambio notorio en los jóvenes dando oportunidades de éxito laboral y personal.

Variables conductuales: beneficiamos a nuestros clientes con nuestro producto logrando la satisfacción de este al ver que sus letreros o señales son publicadas y hacen dar una fe

pública y da a entender la importancia de estudiar. Y cada vez más bajara la tasa de niños sin estudio en el país y el mundo.

HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN



El método por el cual realizamos nuestra recolección de datos fue la entrevista.

ENTREVISTA : la entrevista es una conversación dirigida, con un propósito específico y que usa un formato de preguntas y respuestas. Se establece así un diálogo, pero un diálogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra se nos presenta como fuente de estas informaciones. Una entrevista es un diálogo en el que la persona (entrevistador), generalmente un periodista hace una serie de preguntas a otra persona (entrevistado), con el fin de conocer mejor sus ideas, sus sentimientos su forma de actuar.

Preparación de la Entrevista

1. Determinar la posición que ocupa de la organización el futuro entrevistado, sus responsabilidades básicas, actividades, etc. (Investigación).
2. Preparar las preguntas que van a plantearse, y los documentos necesarios (Organización).
3. Fijar un límite de tiempo y preparar la agenda para la entrevista. (Sicología).
4. Elegir un lugar donde se puede conducir la entrevista con la mayor comodidad (Sicología).
5. Hacer la cita con la debida anticipación (Planeación)

Posterior a esto se utilizaron preguntas abiertas: Son aquellas preguntas que describen hechos o situaciones por parte del entrevistado con una gran cantidad de detalles que a juicio del entrevistado son importantes.

ENTREVISTA SOBRE LA EDUCACIÓN

1. Nombre
2. Género:
3. . Edad:
4. Cuál es el nivel de estudio de su papá?
5. Cuál es el nivel de estudio de su mamá? .
6. En el hogar, cómo se demuestra interés por el estudio?
7. ¿qué acciones realiza la familia en relación a tus estudio y deberes escolares?
8. ¿Qué es lo que más te gusta de tu escuela o universidad?
9. ¿Qué es lo que no te gusta de la escuela?
10. ¿Cómo te gustaría que fuera tu escuela?
11. ¿Cómo encuentras la enseñanza que te brinda la escuela o universidad? ¿Cuál es tu rendimiento escolar?
12. ¿Cuál es tu conducta, comportamiento y actitud, frente al estudio y tus deberes escolares?.
13. ¿Cuál y cómo es tu comportamiento fuera de la sala de clases, en los patios, comedores, etc?
14. ¿Que debe tener una escuela o universidad ideal para ti?
15. ¿Cuál debe ser el periodo de educación obligatoria?
16. ¿ Puede la escuela puede compensar las desigualdades socioeconómicas de las familias? ¿Porqué?
17. ¿Puede la escuela ayudar a las familias a facilitar el desarrollo de sus hijos?
18. ¿De quién es la responsabilidad del aprendizaje de los menores?

Pregunta 1:	¿Cuál es el nivel de estudio de su papá y de su mamá?
Objetivo:	Identificar si el nivel de estudio que tienen los padres son los adecuados para poder llevar a cabo una enseñanza a los hijos
Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.
<p>Conclusiones: Nos damos de cuenta que el 70% de los encuestados nos dicen que su papa termino su estudio en bachillerato así solo 10% logro ingresar a la educación superior. Por otro lado solo el 60% de las personas entrevistadas dicen que sus mamas terminaron el estudio y solo el 8% logro alcanzar el nivel de educación superior</p>	

Pregunta 2:	¿En el hogar como se demuestra el interés por el estudio?
Objetivo:	Identificar si los estudiantes tienen el apoyo de sus familias para poder seguir adelante y progresar y no que el estudio sea una obligación para ellos
Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.

Conclusiones:

El 90% de los entrevistados nos dicen que en sus familias si hay interés en el estudio y son las familias que los van a llevar a ser una grandes personas ya sea social o económicamente gracias al estudio

Pregunta 3:	¿Qué acciones realiza la familia en relación a tus estudios y deberes escolares?
Objetivo:	Identificar si las personas de la familia están comprometidas con estudio de sus hijos o por el contrario no les interesa en absoluto el tema.
Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.
Conclusiones: El 80% de las personas dicen que sus padres de familias los apoyan realizando tareas o trabajos que necesiten el apoyo de un padre de familia. El 20% restante nos dicen que los padres de familia no les importan estos temas y que las tareas son para los estudiantes más no para los papás.	

Pregunta 4:	¿Qué es lo que más le gusta de la escuela o universidad
Objetivo:	Identificar cuáles son los gustos que tienen los estudiantes hacia las instituciones para así nosotros poder tener un análisis para implementar esos gustos dentro de la institución.

Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.
<p>Conclusiones: El 40% de los entrevistados nos afirman que sienten un gusto estar con personas que les pueden aportar a crecer más como personas. Por otro lado podemos concluir que a las personas también se sienten satisfechas por el lugar donde desempeñan sus actividades académicas.</p>	

Pregunta 5:	¿Qué es lo que no les gusta en la escuela o universidad?
Objetivo:	Ver cuáles son los disgustos que tienen los estudiantes sobre las escuelas o universidades para tratar de reparar los errores que hay en las instituciones.
Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.
<p>Conclusiones: La mayoría de estudiantes aceptan que lo que no les gusta en las instituciones es la metodología en que se enseñan las clases, ellos quisieran que fueran más didácticas, para así poder entender mejor los temas.</p>	

Pregunta 6:	¿Cómo encuentras la enseñanza que te brinda la escuela o universidad?
Objetivo:	Identificar como es la forma en que los estudiantes aprenden los temas.

Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.
<p>Conclusiones: Aproximadamente el 50% de los estudiantes dicen que la enseñanza perfecta es por medio de clases virtuales complementarias y que se deberían implementar en las instituciones. El otro 50% confirman que la mejor forma de aprender es por medio de actividades realizadas en grupo con los compañeros y es así donde todos logran aprender el mismo tema.</p>	

Pregunta 7:	¿Qué debe tener una institución de aprendizaje ideal para ti?
Objetivo:	Interpretar los deseos y visiones que tienen los estudiantes para que las instituciones sean mejor y así poder incentivar a las personas de bajos recursos a ingresar en ella.
Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.
<p>Conclusiones: Casi el 90% de los estudiantes dicen que una institución ideal debe tener una amplia tecnología como salas de cómputo, salones con tablets o computadores para poder ejecutar temas que se vayan a ver en clase. Otra de las peticiones hechas por ellos es que hallan más cantidad de profesores.</p>	

Pregunta 8:	¿Cómo es tu rendimiento académico escolar?
Objetivo:	Identificar el nivel de rendimiento académico y gracias a esto observar el nivel de interés que tienen los estudiantes hacia el estudio

Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.
<p>Conclusiones: Los estudiantes nos comentan que el rendimiento es bueno ya que están muy concentrados en el estudio, ellos dicen que si tienen un gran rendimiento académico pueden facilitar sus formas de conseguir empleo fácilmente, o llegar a hacer una persona responsable para poder conseguir las metas o sueños que ellos tienen.</p>	

Pregunta 9:	¿De quién es la responsabilidad del aprendizaje de los menores?
Objetivo:	Identificar las opiniones de los estudiantes que tienen acerca de quién tiene la responsabilidad de la educación de los menores, para así con nuestro proyecto incentivar a las familias que nunca es tarde para ingresar a una escuela
Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.
<p>Conclusiones: La mayoría de los entrevistados nos comentan que la responsabilidad de la enseñanza de los menores debe tener en los hogares porque allí donde se crea la base de los valores y principios para poder ser unas mejores personas y salir adelante.</p>	

Pregunta 10:	¿puede la escuela ayudar a las familias a facilitar el desarrollo de sus hijos ?
Objetivo:	Identificar que dicen los estudiantes acerca del cómo ven e futuro llevando a cabo el estudio

Tipo de pregunta:	Respuesta abierta.
Conclusiones: Los estudiantes nos dicen que totalmente la escuela es uno de los factores fundamentales para poder crecer como persona y tener una gran calidad de vida.	

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Declaración de la visión:

Llegar hacer una empresa reconocida a nivel mundial y ser una de las empresas más competitivas del mercado que logre un apoyo de los estados de diferentes países para mejorar la calidad de educación y logre una crítica, participativa, democrática, inclusiva e interactiva, con equidad de género, basado en la sabiduría ancestral, plurinacionalidad, con identidad y pertinencia cultural que satisface las necesidades de aprendizaje individual y social, que contribuye a fortalecer la identidad cultural, la construcción de ciudadanía, y que articule los diferentes niveles y modalidades del sistema de educación.

Declaración de la misión:

Garantizar el acceso y calidad de la educación inicial, básica y bachillerato a los y las habitantes del territorio nacional, mediante la formación integral, holística e inclusiva de niños, niñas, jóvenes y adultos, tomando en cuenta la interculturalidad, la plurinacionalidad, las lenguas ancestrales y género desde un enfoque de derechos y deberes para fortalecer el desarrollo social, económico y cultural, el ejercicio de la ciudadanía, dando un apoyo al

desarrollo sostenible, creando conciencia en países y comunidades afectadas por la baja calidad de la educación.

Establecimiento de valores:

Honestidad, para tener comportamientos transparentes –honradez, sinceridad, autenticidad, integridad— con nuestros semejantes y permitir que la confianza colectiva se transforme en una fuerza de gran valor.

Respeto, empezando por el que nos debemos a nosotros mismos y a nuestros semejantes, al ambiente, a los seres vivos y a la naturaleza, sin olvidar las leyes, normas sociales y la memoria de nuestros antepasados.

Paz, para fomentar la confianza en nuestras relaciones con los demás, para reaccionar con calma, firmeza y serenidad frente a las agresiones, y para reconocer la dignidad y los derechos de las personas.

Responsabilidad, para darnos cuenta de las consecuencias que tiene todo lo que hacemos o dejamos de hacer, sobre nosotros mismos o sobre los demás, y como garantía de los compromisos adquiridos.

Pluralismo, para fomentar el respeto a la libertad de opinión y de expresión del pensamiento, y para desarrollar libremente personalidad, doctrina e ideología, con respeto al orden jurídico y a los derechos de los demás.

Análisis externo:

las oportunidades que nos dan a conocer Existencia de gran variedad de sistemas en el mercado que pueden ser adaptados a las necesidades internas de la empresa.

La necesidad de la pequeña y mediana pequeña empresa de implementar tecnologías para el tratamiento de su información. El área central del salvador cuenta con muchos

negocios que aún aplica procesos ordinarios al tratamiento de la información

Los servicios y productos de la competencia suelen elevarse mucho de precio ya que la competencia es poca.

Amenazas

El surgimiento de nuevas empresas en el ramo.

La inconformidad de los clientes por servicios o productos que no han llenado sus necesidades La recesión económica lo que afecta a la empresa a la inversión

La conformidad de los negocios en seguir utilizando técnicas ordinarias para el tratamiento de la información. Estrategias mercadotécnicas de las competencias Hackers

Generaciones de virus cada vez más destructivos.

Análisis interno:

Fortalezas:

La empresa cuenta con la tecnología para el producto de los clientes a la hora de solicitarlo

Busca siempre mejorar la calidad del producto dando así una evolución y mejor rendimiento

Garantiza la mejora y calidad de la educación incentivando jóvenes y adultos para tener un mejor desarrollo y tener nuevas competencias a nivel nacional

Debilidades:

Poco presupuesto; consecuencia de ello: bajos salarios, edificios precarios, comedores sin celadores, falta de políticas educativas que asistan a niños con problemas emocionales (las

escuelas deberían contar con asistentes sociales, psicopedagogos, psicólogos -un conjunto de profesionales que trabajen en equipos.

Establecimiento de los objetivos generales:

Como tal nos referimos a nuestros objetivos a largo plazo que se basan en nuestra enseñanza que dejamos a cada persona con nuestros avisos educativos y que nos muestra nuestros objetivos más grandes a largo plazo, que es ver una mejora notoria que va en aumento en relación a cada estudiante que se une y culmina gracias a nuestro proyecto así vamos acabando con esa amenaza educativa que no deja surgir nuestro derecho a la educación y debilidades de aquellas personas que les da miedo culminar.

Diseño, evaluación y selección de estrategias:

Necesitamos evaluar toda nuestra información recolectada mirando el entorno de los estudiantes desmotivados a culminar y también aquellas personas que no han dado el paso a la educación pueda ser por temas de edad o por otras causa, como también tenemos que ponernos en el entorno de nuestra empresa y verificar beneficios que llegan con nuestro proyecto y las mejoras a realizar para que el proyecto día a día muestra de que está hecha.

En nuestra entrevista a diferentes personas hemos encontrado en algunos casos que la falta de educación en algunas personas no es de carácter monetario sino que también encontramos problemáticas en los hogares, problemas psicológicos, conflictos y también miedo hacer rechazados por los diferentes tipos de edad de las personas.

Diseño de planes estratégicos:

Nuestro diseño y planes estratégicos se basan en hallar la problemática de las personas con déficit en educación para así argumentar concluir y desarrollar nuestras frases o lemas que van a mejorar cada persona dependiendo de cada caso con la ayuda de nuestro avisos, que al verlos y al escucharlos nos deja anonadados con un impacto de mejora por las persona que lo

esté escuchando, dando a concluir el funcionamiento de nuestro proyecto.

Este proyecto no maneja unas cifras muy altas del mercado, al ver que nosotros como creadores de este, no invertimos demasiado en este producto viendolo asi podriamos comenzar con unos 100 avisos que comenzarán a circular muy rápidamente y dejando ver soluciones que nos proyecta en la realización de mas avisos y de una mejora notoria a nivel de la ciudad y muy pronto a nivel del país.

Dicho producto también se enfoca en ayudar al planeta al momento de la realización del producto por la razón que tenemos un buen convenio con las personas que manejan todo tipo de material, para generar y desarrollar nuestros avisos con material plástico reciclable para hacer dos labores y mejorar a la vez aportar a nuestra educación y a nuestro planeta.

LIENZO CANVAS

<p>Problema</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La falta de opiniones de apoyo ante esta problemática que al parecer a nadie le importa ● La problemática es que hoy en día los estudiantes no quieren surgir por sus malas decisiones ● Los adolescentes se guían en otras cosas que en lo más importante que es la sabiduría 	<p>Solución</p> <p>Este tipo de señales viales acabarían con la problemática al ser un producto visible a la vista de nuestros niños y adolescentes para mejorar sabíamente y apoyar talleres para cambiar la mentalidad de ellos mismos</p>	<p>Propuesta de Valor</p> <p>somos una empresa que busca el derecho igualitario en educación para todas las personas. Nuestro producto facilita la problemática educacional en los colegios e instituciones Como: con frases viales para la socialización de lo bien y de lo mal para cambiar la mentalidad de los estudiantes y hacerlos triunfar en la vida Para que: para controlar la problemática que es EDUCACIÓN DE CALIDAD</p>	<p>Ventaja competitiva injusta</p> <p>Nuestra ventaja es que nadie a tomado el diseño de señales para un mejoramiento a la educación los colegios y todo tipo de institución lo utilizarían con proyectos para el mejoramiento</p>	<p>Clientes</p> <p>Los tipos de clientes que usaran este producto de señales viales van hacer los propietarios de empresas, conductores y cualquier tipo de persona que maneje personas para dar ejemplo de una buena sociedad el cliente vendría siendo el que será fiel a nuestro producto el consumidor es el que utiliza nuestro producto pero no se ha fidelizado y el usuario seria el tipo de persona que lo utilice limitadamente ya que le pertenece a alguien más.</p>
<p style="text-align: center;">Estructura de Costes</p> <p>Como tal nuestros costos fijos serían los servicios públicos que se deberán pagar continuamente en la infraestructura donde se realice nuestro producto y nuestros costos variables serian la materia prima para realizar el producto, nominas los canales de publicidad etc. Pero estos no serán continuamente si no que pueden variar.</p>		<p style="text-align: center;">flujo de Ingresos</p> <p>los ingresos llegarían al momento de vender las señales viales y al momento de que se comience a vender y la calidad y la mejora sea satisfactoria para la problemática de educación las demás personas lo comenzarán a utilizar y acabar con la problemática</p>		

Bibliografía

cabrera.m.(2008)/<https://www.marianocabrera.com/mapa-de-la-empatia-plantilla-gratis/>.tumercadazo

emprendepyme.(2016)/<https://www.emprendepyme.net/crear-empresa/idea-de-negocio>.emprendepyme

<https://drive.google.com/drive/folders/1BIDGWJOpe51zGE1xbGYnl469z6vA7wri?usp=sharing>