	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 1 de 37

1. Programa Académico: Especialización en Gestión Empresarial
2. Nombre del Proyecto de Plan de Negocio:

Crecer Formamos Futuro sede Salitre

3. Datos del (los) Autor(es):


Nombres	Apellidos	Correo Electrónico	Programa Académico	Modalidad (Presencial / Virtual)
Jhullieth Patricia	Garzón Rodríguez	jugarzon@gmail.com	Especialización en Gestión Empresarial	Presencial
Sandra Milena	Ramírez Escobar	samiramirezes@gmail.com	Especialización en Gestión Empresarial	Presencial

4. Fecha de entrega del documento Trabajo de Grado (DD/MM/AAAA):

18	10	2017
----	----	------

5. Resumen Ejecutivo del Plan de Negocio:

CRECER FORMAMOS FUTURO se ubica en la Calle 127B No. 50 A- 59, en el sector de Niza IX hace 4 años, consolidándose como una alternativa en nivelación de procesos académicos (inglés, francés, matemáticas, ciencias) y terapéuticos (fonoaudiología y terapia ocupacional) dirigido a los niños y adolescentes que requieren de nuestros servicios. Nuestro nicho de mercado se encuentra dentro y fuera del sector, siendo las localidades de Suba, Usaquén, Teusaquillo y Fontibón las de mayor afluencia en la institución. Sin embargo, se observa que las dos últimas localidades se encuentran alejadas de nuestra sede principal, lo que nos preocupa ya que los niños que viven en estas llegan más tarde de lo habitual a sus casas, afectando su rutina y hábitos, y por ende, disminuyendo su calidad vida. Por

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 2 de 37

lo anterior se observa la necesidad de aperturar una segunda sede en alguna de las dos zonas con mayor lejanía, y proporcionar, un mejor servicio para nuestros clientes, ofreciéndoles mayor comodidad en el desplazamiento y así reducir costos que se puedan generar por el traslado hasta la institución.

Ya observando la necesidad de abrir una nueva sede de la institución, se tomó la decisión de elaborar un Modelo de Negocio (CANVAS) (Marketing y Finanzas, 2013), donde se diseñara la estructuración de esta. Se realizó el estudio mercado para identificar, la situación del sector, la competencia, el segmento objetivo y las estrategias de marketing; que serán la base que soporten el éxito de lanzamiento y sostenibilidad del negocio.


Como conclusión del CANVAS, se confirmó que existe una necesidad latente en tener una institución en donde ofrezcan terapias y nivelaciones académicas en el sector, que tenga excelentes instalaciones, con salones amplios, profesionales con habilidades en pedagogía y terapias, con un buen servicio al cliente, acompañamiento y seguimiento personalizado, instituciones que no se encuentran en el sector.

6. Planteamiento del Plan de Negocio:

6.1. Identificación de la necesidad a resolver (mercado / consumidor) (Hasta 800 palabras):

Se debe abrir una nueva sede de CRECER FORMAMOS FUTURO en la localidad de Fontibón, específicamente en la UPZ 110 Ciudad Salitre Occidental, ya que no existe en el sector una institución que preste los servicios de nivelaciones académicas y terapéuticas, lo cual está generando que los niños y adolescentes asistan a organizaciones lejos de su lugar de residencia, generando cambios en su hábitos y rutinas luego de la jornada académica.

Se observó que se requiere personal idóneo y capacitado en procesos académicos (licenciados en inglés y francés, ingenieros químicos) y terapéuticos (fonoaudiólogos y

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 3 de 37

terapeutas ocupacionales) que logren satisfacer las necesidades del niño y su familia mejorando así su calidad de vida.

De igual manera, el cliente (padre de familia) y usuario (niños) exigen un lugar apropiado, con buenas instalaciones, amplios salones, tecnología acorde a las necesidades ya presentadas, y adecuados materiales que ayuden en la consecución del objetivo académico y terapéutico.


Se llegó a estas conclusiones después de realizar dos validaciones en el mercado, las cuales están descritas en el Anexo 1.

6.2. Solución propuesta al problema planteado:

Nuestra propuesta de valor va dirigido a cuatro grandes subgrupos de ventajas, entre estas están:

Acompañamiento Integral

- a. Ofrecer procesos académicos (inglés, francés, matemáticas, ciencias) y terapéuticos (fonoaudiología y terapia ocupacional) en un mismo lugar.
- b. Tener una efectiva comunicación y acompañamiento diario con padres de familia.
- c. Realizar talleres dirigidos a padres de familia en los cuales se traten temas de interés como son: estilos de crianza, desarrollo de habilidades de lenguaje y lectura, estilos de aprendizaje.
- d. Realizar procesos personalizados que tengan objetivos individuales trabajados en grupos pequeños (máximo 4 estudiantes).
- e. Contar con personal idóneo y capacitado en las áreas académicas (licenciados en inglés y francés, ingenieros químicos) y terapéuticos (fonoaudiólogos y terapeutas ocupacionales) que requiera la institución.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 4 de 37

Procesos Adicionales

- a. Elaboración de trabajos universitarios tales como ensayos y asesorías en trabajos de grado.
- b. Ofrecer los servicios de la institución a domicilio ya sea académico (asesoría en tareas) o terapéutico (fonoaudiología y terapia ocupacional)

Outsourcing Colegios y Jardines infantiles

- a. Presentación de informes de Evaluación y evolución a los orientadores de los colegios, docentes y padres de familia.
- b. Elaboración de videos explicativos de las terapias enviados a los padres de familia.
- c. Comunicación directa con los docentes de los colegios y los jardines infantiles.

Costos


- a. Los servicios presentan un costo inferior (-50%) al de la competencia.
- b. La institución ofrece diferentes formas de pago (cuotas) al padre de familia que se ajuste a su presupuesto.

De igual forma, se puede establecer las siguientes desventajas frente a la competencia:

- a. Tienen mayor reconocimiento a nivel publicitario.
- b. Su trayectoria en el mercado es más de 35 años.
- c. Poseen una estructura organizacional más desarrollada por su amplia permanencia en el mercado.

6.3. Ventaja Competitiva del proyecto:

CASA DE LA CALIDAD


	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 5 de 37

Se realizó un gráfico de casa de la calidad para determinar cuáles eran las fortalezas y debilidades frente a la competencia.

		MODELO PEDAGOGICO VS COMPETENCIA						
		9	21	23	19	9	15	19
		2,33333	2,55556	2,11111	1	1,66667	2,11111	
Ponderación COMO'S		5	6	3	1	2	4	
Ponderación QUE'S		Profesionales Idoneos	Atencion personalizada	Seguimiento Escolar	Precios accesibles	Acompañamiento o familiar	Procesos Integrales	
1. Reconocimiento	5	⊙	○	○	⊙	•	⊙	
2. Eficacia	6	⊙	⊙	⊙	•	⊙	⊙	
3. Acompañamiento y servicio	4	⊙	⊙	⊙	•	⊙	⊙	
4. Personal capacitado	3	⊙	⊙	⊙	•	•	⊙	
5. Procesos administrativos	2	•	•	○	•	•	○	
6. Precios bajos	1	•	○	•	⊙	•	•	
Ponderacion absoluta		465	510	261	45	146	388	
Ponderacion relativa		10,33333	11,33333	5,8	1	3,24444	8,62222	
	45							
Prioridad		6	5	3	1	2	4	

DEFINICIÓN DE LAS ESPECIFICACIONES DEL CLIENTE

1. **RECONOCIMIENTO:** Se define como aquel nombre de alta recordación por el cliente por llevar varios años en el mercado o tener altas estrategias de mercadeo y publicidad.
2. **EFICACIA:** Se refiere a la capacidad de alcanzar unos objetivos trazados inicialmente por el cliente y el proveedor de servicios.
3. **ACOMPañAMIENTO Y SERVICIO:** se define como el seguimiento que le hace CRECER FORMAMOS FUTURO al estudiante en su ámbito escolar y familiar; de

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 6 de 37


igual manera, a la forma en la que se atiende y se cumplen con las necesidades del cliente.

4. **PERSONAL CAPACITADO:** Se refiere a la idoneidad que tienen los profesionales que laboran en CRECER FORMAMOS FUTURO, para cumplir con las expectativas del cliente y su eficacia en la consecución de metas trazadas cuando el estudiante ingresa a la institución.
5. **PROCESOS ADMINISTRATIVOS:** Se definen como todas aquellas tareas, procesos y procedimientos que debe realizar el personal administrativo.
6. **PRECIOS BAJOS:** Se define como el valor que debe cancelar el cliente por los servicios ofrecidos por CRECER FORMAMOS FUTURO.

6.4. Definición del mercado a quien se dirigió:

Para este aspecto se sabe que se tiene una población de 4.726 niños y adolescentes (2362 niños y 2364 niñas) en edad escolar en la UPZ 110 Ciudad Salitre Occidental (Secretaría Distrital del Gobierno Bogotá, 2009), por lo tanto, se subdividió en los siguientes segmentos:

- a. **Segmento infantil:** niños que se encuentran entre los 0 y 4 años, con dificultades a nivel motor, articulario y comprensivo. De los 380.500 habitantes el 8,9% pertenece a la primera infancia.
- b. **Segmento escolar:** niños que se encuentran entre los 5 a 14 años, con dificultades a nivel de lectura y escritura, matemáticas, atención y concentración, que requieren seguimiento escolar en una segunda lengua (inglés o francés). De los 380.500 habitantes el 10,7% pertenece a la infancia.
- c. **Segmento adolescente:** jóvenes que se encuentran entre los 15 y los 18 años, que requieren preparación para la prueba Saber 11°. De los 380.500 habitantes el 8,1% pertenece a la adolescencia

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 7 de 37

- d. Segmento Adulto mayor: personas que se encuentran desde los 60 años, que presentan dificultades en memoria de trabajo y memoria a corto plazo. De los 380.500 habitantes el 9,7% pertenece a la tercera edad.
- e. Segmento colegios y jardines infantiles: instituciones que tengan niños con dificultades académicas y comunicativas. Un colegio privado

6.5. Equipo humano que se requirió para llevar a cabo el proyecto:

Para llevar a cabo el plan de negocios se requiere del siguiente personal que ya funciona en la sede principal:


INGENIERO QUÍMICO: profesional en ingeniería química con conocimiento en procesos aritméticos, algebraicos y cálculo; química orgánica e inorgánica; física básica. Manejo de población infantil y adolescente. Capacidad de trabajo en equipo, tolerancia y atención al cliente.

LICENCIADO EN IDIOMAS (INGLÉS Y FRANCÉS): Licenciado en idiomas, filología, o afines, con alto nivel de inglés y nivel intermedio de francés. Manejo de población infantil y adolescente. Capacidad de trabajo en equipo, tolerancia y atención al cliente.

TERAPEUTA OCUPACIONAL: profesional en terapia ocupacional con conocimiento en integración sensorial, procesos de aprendizaje, dispositivos básicos de aprendizaje (percepción, memoria, atención, concentración), y procesos motores (motricidad fina y gruesa). Manejo de población infantil y adolescente. Capacidad de trabajo en equipo, tolerancia y atención al cliente.

FONOAUDIÓLOGA: profesional en fonoaudiología con conocimiento en procesos de lenguaje, pensamiento, habla, lectura y escritura, procesos de aprendizaje. Manejo de población infantil y adolescente. Capacidad de trabajo en equipo, tolerancia y atención al cliente.

ASISTENTE ADMINISTRATIVA: Técnico en administración o en contabilidad, con manejo de programas de Excel con un nivel medio. Capacidad de trabajo en equipo, tolerancia y atención al cliente.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 8 de 37

6.6. Plan financiero:

Financiación

Dado que Crecer Formamos Futuro ya cuenta con una sede principal (NIZA), los gastos de financiación se obtendrán de las ganancias ya obtenidas, las cuales se destinan de la siguiente manera:


- 50% Socios
- 25% Ampliaciones
- 25% Colchón financiero

Por lo tanto, se iniciará la nueva sede con \$15.000.000 distribuidos de la siguiente manera:

CONCEPTO	VALOR
Arriendo adelanto	\$ 2.000.000
Mobiliario	\$ 5.000.000
Papelería	\$ 500.000
Adecuación local	\$ 3.000.000
Publicidad inicial	\$ 500.000
Colchón financiero	\$ 4.000.000
TOTAL	\$15.000.000

A continuación se presentan los estados de resultados para el año 2017 y 5 años más.


Columna1	2017	2018	2019	2020	2021
aumento en ventas por año	40%				
porcentaje de IPC PROMEDIO	6%				
Salario fonoaudiólogo	\$ 1.750.000	\$ 1.855.000	\$ 1.966.300	\$ 2.084.278	\$ 2.209.335
Salario terapeuta ocupacional	\$ 1.000.000	\$ 1.060.000	\$ 1.123.600	\$ 1.191.016	\$ 1.262.477
Salario docente ingles	\$ 800.000	\$ 848.000	\$ 898.880	\$ 952.813	\$ 1.009.982
Salario docente matemáticas	\$ 1.000.000	\$ 1.060.000	\$ 1.123.600	\$ 1.191.016	\$ 1.262.477

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 9 de 37

Salario Asistente admon.	\$ 800.000	\$ 848.000	\$ 898.880	\$ 952.813	\$ 1.009.982
papeleria	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
arriendo	\$ 2.000.000	\$ 2.120.000	\$ 2.247.200	\$ 2.382.032	\$ 2.524.954
servicios	\$ 350.000	\$ 371.000	\$ 393.260	\$ 416.856	\$ 441.867
publicidad	\$ 100.000	\$ 200.000	\$ 300.000	\$ 400.000	\$ 500.000
Impuesto	16%				

Estados de resultados	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas Netas	\$ 10.000.000	\$ 14.000.000	\$ 19.600.000	\$ 27.440.000	\$ 38.416.000
Costos de Productos (-)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 10.000.000	\$ 14.000.000	\$ 19.600.000	\$ 27.440.000	\$ 38.416.000
Gastos Admon (-)	\$ 5.850.000	\$ 6.171.000	\$ 6.511.260	\$ 6.871.936	\$ 7.254.252
Gastos Ventas (-)	\$ 2.450.000	\$ 2.691.000	\$ 2.940.460	\$ 3.198.888	\$ 3.466.821
Utilidad Operacional	\$ 1.700.000	\$ 5.138.000	\$ 10.148.280	\$ 17.369.177	\$ 27.694.927
Intereses (-)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes Impuestos	\$ 1.700.000	\$ 5.138.000	\$ 10.148.280	\$ 17.369.177	\$ 27.694.927
Impuestos (-)	\$ 272.000	\$ 822.080	\$ 1.623.725	\$ 2.779.068	\$ 4.431.188
Utilidad Neta	\$ 1.428.000	\$ 4.315.920	\$ 8.524.555	\$ 14.590.109	\$ 23.263.739

Estas ganancias irán el 50% para la sede Ciudad Salitre y el otro 50% para la empresa como tal.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 10 de 37

6.7. Plan de mercadeo:

Con las bases de datos que tenemos de las encuestas realizadas en las validaciones del CANVAS, se realizarán las siguientes estrategias:

COMUNICACIONES DE MERCADEO:


- Elaborar volantes y piezas publicitarias de cada uno de los servicios que ofrece CRECER FORMAMOS FUTURO, para distribuir por redes sociales (Facebook, instagram), portal web y en los conjuntos residenciales de la UPZ 110 Ciudad Salitre Occidental. (Anexo 2)
- Elaborar mailling para enviar a nuestra base de datos (padres de familia sede Niza, orientadores de los colegios con convenio, orientadores de colegios que se encuentren en la UPZ 110 Ciudad Salitre, bases de datos recolectadas en la validación del CANVAS), dando a conocer la nueva sede.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- Se participará en actividades programadas por los colegios en los cuales se tiene convenio y los que se encuentran en la UPZ 110 Ciudad Salitre (día de la familia, open day, talleres de padres de familia). En estos se llevará un pendón publicitario que contenga información general de la empresa y de la nueva sede. De igual manera, se entregarán volantes a los padres de familia con los servicios de CRECER FORMAMOS FUTURO. Las personas que irán representando la empresa, deberán portar la camiseta institucional y brindar información detallada de la institución en el momento que se solicite; elaborarán una base de datos de las personas que estén interesadas en tomar los servicios para posteriormente llamarlas.

ESTRATEGIAS DE PRECIOS

- Se mantendrá los mismos precios que están asignados en la sede Niza, Valoración inicial \$50.000, valor terapia \$35.000 y mensualidad asesoría tareas \$700.000.
Por lo tanto, lo que se busca es el valor agregado en la atención al cliente y usuario de los procesos.
- Se realizarán cada fin de semana por un mes, descuento del 10% en los procesos matriculados a los usuarios nuevos.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 11 de 37

- Se ofrecerán paquetes en los servicios que presta CRECER FORMAMOS FUTURO.

ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN

- Para lograr una buena estrategias de penetración, la forma más adecuada es cautivado a los clientes potenciales interesados en nuestros servicios, utilizando todos los mecanismos posibles para atraer su atención, como es el precio, la excelente atención al cliente, atención personalizada al usuario (niños) y al cliente (padres), facilidades de pago, fortalecimiento de la publicidad.
- Las anteriores estrategias irán asociadas a las estrategias de precio, mercado y distribución.

6.8. Aspectos legales y societarios:


CRECER FORMAMOS FUTURO es una empresa unipersonal constituida desde abril de 2013, con un representante legal. La constitución de la institución se dio bajo los parámetros de la Cámara de Comercio de Bogotá (Cámara y Comercio de Bogota, 2008); la cual menciona lo siguiente:

La constitución de una empresa unipersonal es solemne, pues debe efectuarse por escrito, es decir, mediante un documento privado o una escritura pública y con estricta sujeción a las reglas contempladas en el artículo 72 de la Ley 222 de 1995 .

Conforme a la definición legal, mediante la empresa unipersonal una persona natural o jurídica que reúna las calidades requeridas para ejercer el comercio, podrá destinar parte de sus activos para la realización de una o varias actividades de carácter mercantil. La empresa unipersonal, una vez inscrita en el registro mercantil, forma una persona jurídica.

Una empresa unipersonal se puede constituir mediante los siguientes documentos:

- Si se constituye por documento privado, debe ser suscrito por el empresario, o su apoderado, anexando el poder correspondiente, y deberá ser reconocido ante notario o con presentación personal ante juez o ante el secretario de la Cámara al momento de radicar el documento, caso en el cual, debe de allegarse copia del documento de identificación. El nombre del empresario debe coincidir en todas las partes del documento. Ej. En la comparecencia, el nombramiento, firma, etc.
- La empresa unipersonal se puede constituir por escritura pública ante una Notaría. A ella debe comparecer en forma personal el empresario o su apoderado, anexando el poder

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 12 de 37


correspondiente, a suscribir el instrumento público que debe contener los estatutos con los requisitos que más adelante se señalan. La empresa unipersonal utilizará esta formalidad siempre que se aporte a su capital un bien inmueble e inscribirse previamente en la Oficina de Registro de Instrumentos Públicos

7. Referencias Bibliográficas
- 8.

Cámara y Comercio de Bogotá. (2008). *Cámara y Comercio de Bogotá*. Obtenido de Cámara y Comercio de Bogotá: <http://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Sobre-nuestros-registros/Matricula-mercantil/Como-constituir-y-matricular-una-empresa-unipersonal-o-EU>

Marketing y Finanzas. (2013). *Marketing y Finanzas*. Obtenido de <https://www.marketingyfinanzas.net/2013/03/modelo-canvas-una-herramienta-para-generar-modelos-de-negocios/>

Secretaria Distrital del Gobierno Bogotá. (2009). *Localidad Fontibón*. Obtenido de Secretaria Distrital del Gobierno Bogotá: http://gestionycalidad.org/observatorio/?bloque=contenido&id=131&id_item=131&name=4.%20Aspectos%20Sociales%20de%20la%20Localidad

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 13 de 37

ANEXO 1

DOCUMENTO VALIDACIÓN CANVAS

DOCUMENTACIÓN

INTRODUCCIÓN

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA CRECER FORMAMOS FUTURO

1. ¿QUIÉNES SOMOS?

Somos un instituto de educación informal conformado por profesionales de alta calidad, enfocados a brindar estrategias de aprendizaje a nuestros usuarios, buscando su éxito académico y personal.

MEGA

Ser para el 2025 una institución de alto reconocimiento en educación informal en terapias y nivelaciones en Bogotá, con un crecimiento en ventas de 2.85% anual, ofreciendo atención integral y personalizada al niño y a su familia.

OBJETIVOS ESTRATEGICOS


PERSPECTIVA FINANCIERA

Aumentar la rentabilidad de los accionistas

Meta: Crecimiento del 20%

PERSPECTIVA DE CLIENTE

Desarrollar habilidades para el aprendizaje de forma personalizada para el niño en un ambiente familiar y confortable.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 14 de 37

Meta: Aumentar en un 40% las ventas

PERSPECTIVA DE PROCESOS INTERNOS

Optimizar procesos y gestión administrativa en procesos críticos

Meta: Optimizar el tiempo para reducir la gestión administrativa en un 20%

PERSPECTIVA DE APRENDIZAJE Y CONOCIMIENTO

Capacitar al personal en procesos de aprendizaje y pedagogía

Meta: Capacitar al 100% del personal


PROGRAMAS

FONOAUDIOLOGÍA

- a. Proceso de lectura comprensiva
- b. Proceso de escritura
- c. Proceso de redacción
- d. Proceso de ortografía
- e. Lectura rápida
- f. Articulación

2. MATEMÁTICAS Y CIENCIAS EXACTAS:

- a. Matemáticas Básicas:
- b. Química

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 15 de 37

c. Física

d. Biología

3. ESTRATEGIAS PARA PRUEBA SABER 11°

4. CURSOS CORPORATIVOS

5. ASESORÍA DE TAREAS

6. TERAPIA OCUPACIONAL

CONVENIOS

1. Cambridge International School, sedes Calera, Cájica, Kindergarten.

2. Jardín Chiquihouse

COLEGIOS ALIADOS

1. Abraham Lincoln Shcool


2. Gimansio Británico

3. Gimansio Los Andes

4. Colegio Internacional de Bogotá

JUSTIFICACIÓN

CRECER FORMAMOS FUTURO se ubica en la Calle 127B No. 50 A- 59, en el sector de Niza IX hace 4 años, consolidándose como una alternativa en nivelación de procesos


	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 16 de 37

académicos y terapéuticos dirigido a los niños y adolescentes que requieren de nuestros servicios. Nuestro nicho de mercado se encuentra dentro y fuera del sector, siendo las localidades de Suba, Usaquén, Teusaquillo y Fontibón las de mayor afluencia en la institución. Sin embargo, se observa que las dos últimas localidades se encuentran alejadas de nuestra sede principal, lo que nos preocupa ya que los niños que viven en estas llegan más tarde de lo habitual a sus casas, afectando su rutina y hábitos, y por ende, disminuyendo su calidad vida. Por lo anterior se observa la necesidad de aperturar una segunda sede en alguna de las dos zonas con mayor lejanía, y proporcionar, un mejor servicio para nuestros clientes, ofreciéndoles mayor comodidad en el desplazamiento y así reducir costos que se puedan generar por el traslado hasta la institución.

PROCESO DE ELABORACIÓN DEL CANVAS

Ya observando la necesidad de abrir una nueva sede de la institución, se tomó la decisión de elaborar un Modelo de Negocio (CANVAS), donde se diseñara la estructuración de esta. Se realizó el estudio mercado para identificar, la situación del sector, la competencia, el segmento objetivo y las estrategias de marketing; que serán la base que soporten el éxito de lanzamiento y sostenibilidad del negocio.

1. **SEGMENTO DEL CLIENTE:** Aquí es donde se identifica los diferentes grupos de clientes al cual se va a dirigir el plan de negocios; identificando las características y necesidades de estos. Para este aspecto se sabía que se tiene una población de 4.726 niños y adolescentes (2362 niños y 2364 niñas) en edad escolar, por lo tanto se subdividió en los siguientes segmentos:
 - f. Segmento infantil: niños que se encuentran entre los 0 y 4 años, con dificultades a nivel motor, articulatorio y comprensivo. De los 380.500 habitantes el 8,9% pertenece a la primera infancia.


	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 17 de 37

- g. Segmento escolar: niños que se encuentran entre los 5 a 14 años, con dificultades a nivel de lectura y escritura, matemáticas, atención y concentración, que requieren seguimiento escolar en una segunda lengua (inglés o francés). De los 380.500 habitantes el 10,7% pertenece a la infancia.
 - h. Segmento adolescente: jóvenes que se encuentran entre los 15 y los 18 años, que requieren preparación para la prueba Saber 11°. De los 380.500 habitantes el 8,1% pertenece a la adolescencia
 - i. Segmento Adulto mayor: personas que se encuentran desde los 60 años, que presentan dificultades en memoria de trabajo y memoria a corto plazo. De los 380.500 habitantes el 9,7% pertenece a la tercera edad.
 - j. Segmento colegios y jardines infantiles: instituciones que tengan niños con dificultades académicas y comunicativas. Un colegio privado
2. **PROPUESTA DE VALOR:** La propuesta de valor es aquella característica o características que tiene el producto o servicio que se va a ofrecer, que lo hace diferente a otros similares. Estas deben ser las ventajas que el usuario debe percibir como importantes. Nuestra propuesta de valor va dirigido a cuatro grandes subgrupos de ventajas, entre estas están:

Acompañamiento Integral

- f. Procesos académicos y terapéuticos en un mismo lugar
- g. Comunicación y acompañamiento diario con padres de familia
- h. Talleres dirigidos a padres de familia
- i. Procesos personalizados
- j. Personal idóneo y capacitado

Procesos Adicionales

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 18 de 37

- c. Elaboración de trabajos universitarios
- d. Domicilios

Outsourcing Colegios y Jardines infantiles

- d. Informes de Evaluación y evolución
- e. Videos explicativos de las terapias
- f. Comunicación directa con los docentes de los colegios y los jardines infantiles

Costos


- c. 50% menos que la competencia
- d. Diferentes formas de pago (cuotas)

3. **RELACIÓN CON EL CLIENTE:** Esta se refiere al tipo de relación que se establece con los diferentes de segmentos de clientes.


- a. Contacto permanente
- b. Relación muy cercana

4. **CANALES DE DISTRIBUCIÓN:** Es aquí donde se establecen las formas en las cuales la propuesta de valor es entregada al segmento de clientes elegido. Nuestros canales son los siguientes:

- a. Puntos de venta
- b. Visitas a colegios
- c. Página web
- d. Redes sociales
- e. Vía whatsapp
- f. Vía agenda

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 19 de 37

- g. Voz a voz
 - h. Mensajes
5. **FUENTES DE INGRESOS:** Se debe identificar cuáles son las formas en la que el plan de negocios genera los ingresos. Nuestros ingresos incluyen:
- a. Ventas
 - b. Licitaciones
 - c. Franquicias
6. **SOCIOS CLAVES:** son todas aquellas personas que son necesarias para llevar a cabo el modelo de negocio, y que hacen que la propuesta de valor se optimice. Los socios claves son:
- a. Inversionistas y socios capitalistas.
 - b. Orientadores de los colegios
 - c. Profesores y/o directores de grupo
 - d. Padres satisfechos
7. **ACTIVIDADES CLAVES:** son todas las actividades que se llevan a cabo para cumplir con la propuesta de valor del modelo de negocios. Estas son:
- a. Domicilios
 - b. Acompañamiento integral a los niños
 - c. Nivelaciones y terapias
8. **RECURSOS CLAVES:** son aquellos activos que se utilizan para crear y mantener el modelo de negocio.
- a. Lugar amplio con salones


	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 20 de 37

- b. Material didáctico y académico
 - c. Útiles escolares
 - d. Tecnología como computadores e internet
 - e. Servicios públicos
 - f. Recurso humano: fonoaudiólogos, terapeutas ocupacionales, licenciados en idiomas e ingenieros químicos.
9. **ESTRUCTURA DE COSTOS:** Tiene que ver con los costos que debe tener la empresa para llevar a cabo el plan de negocio.

Para tal fin se calcularon los costos de manera mensual, de esta manera:

EGRESOS	VALOR
Nómina	\$10.500.000
Arriendo	\$1.700.000
Papelería	\$60.000
Aseo	\$30.000
Publicidad	\$40.000
TOTAL	\$12.330.000

Posterior a la elaboración del CANVAS, se planeó realizar una primera salida de campo, en la cual se determinará si el modelo de negocio sería el adecuado para la implementación de una segunda sede; por lo tanto, se escogió entre la localidad de Teusaquillo y Fontibón, esta última, en especial la UPZ 110 Ciudad Salitre occidental, por ser la de mayor accesibilidad por vías (Av. Ciudad de Cali, Av. Boyacá, Av. La Esperanza, Calle 26, Av. 68), tener población en edad escolar y adulto mayor, y un nivel socioeconómico medio y medio alto,

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 21 de 37

que tuviera la capacidad de pago de los servicios que se ofrecen en CRECER FORMAMOS FUTURO.

VALIDACIÓN DEL CANVAS

Para validar el CANVAS elaborado, se establecieron los siguientes objetivos de validación:


- Encuestar a 32 personas que vivan en la UPZ 110 Ciudad Salitre Occidental.
- Corroborar que el segmento de clientes identificado en el CANVAS fuera el mismo.
- Confirmar que la propuesta de valor era la adecuada para la población que habita en la UPZ 110.
- Identificar el costo de las nivelaciones y terapias que estarían dispuestos a pagar los posibles clientes en caso de utilizar los servicios de CRECER FORMAMOS FUTURO

PRIMERA SALIDA – ENCUESTA -

Para aplicar la encuesta (ANEXO 1) se escogió el Parque Sauzalito, que se encuentra en la Calle 75 #69-2, lugar donde acuden familias los días sábados y domingos para llevar a sus hijos a las diferentes escuelas deportivas que se ofrecen allí, y por ende, se tendría una mayor muestra poblacional para esta primera salida.

El mecanismo que se llevó a cabo para la encuesta fue la de abordar a cada una de las familias, explicándoles quiénes éramos y cuáles eran los objetivos de esta actividad.

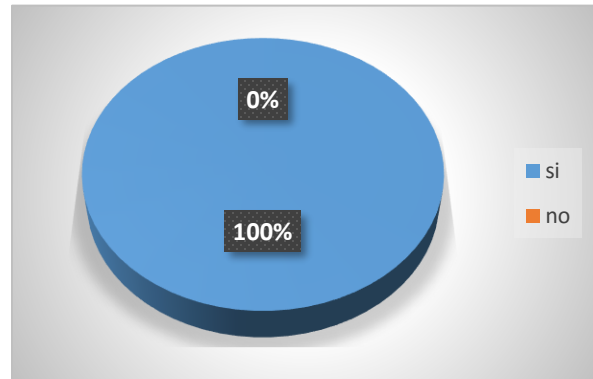
Luego, se le leía las preguntas establecidas a la persona que la contestaba. Finalmente, se agradecía la colaboración y el tiempo dedicado a responder dicha ficha.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 22 de 37

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas:

1. ¿Tiene niños o adolescentes en su grupo familiar?

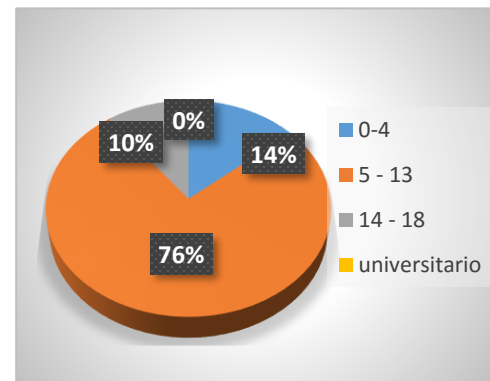
si	No	total
29	0	29
100%	0%	100%




El 100% de los encuestados afirma tener niños o adolescentes en su grupo familiar

2. ¿Entre cuál de los siguientes grupos de edades se encuentra su familiar?

0-4	5 - 13	14 - 18	Universitario	total
4	22	3	0	29
14%	76%	10%	0%	100%



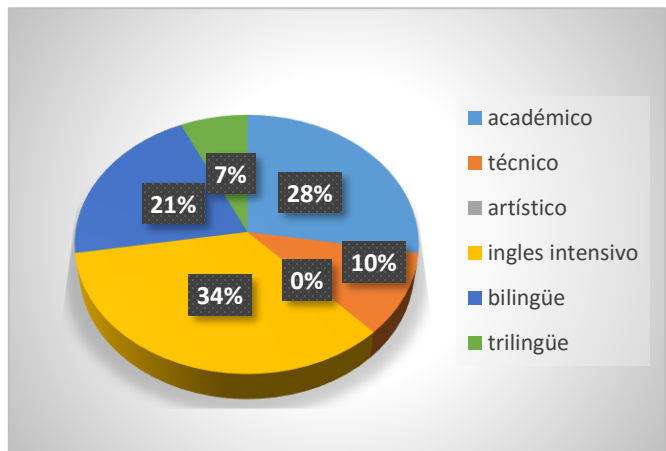
Se evidencia que el 76% de los encuestados tienen niños entre los 5 y 13 años, comparados con un 14% entre los 0 y 4 años y un 10% entre los 14 y 18 años. Es importante reafirmar que el rango de edad en la cual se debe tener mayor énfasis debe ser entre los 5 y 13 años

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 23 de 37

3. ¿En cuál de los siguientes tipos de colegio estudia su familiar?

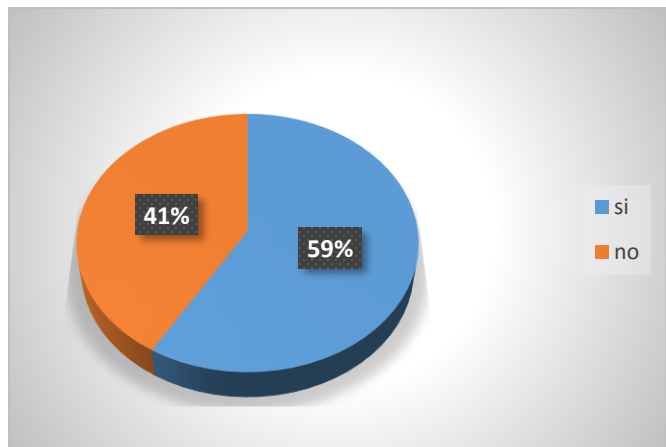
académico	Técnico	artístico	ingles intensivo	bilingüe	trilingüe	Total
8	3	0	10	6	2	29
28%	10%	0%	34%	21%	7%	100%


Se evidencia que el 62% de los niños estudian en colegios con énfasis en idiomas y un 38% en colegio tradicionales. Esto nos indica que estos niños un seguimiento escolar en otros idiomas.



4. ¿Quisiera reforzar algún aspecto académico de su familiar?

si	no	total
17	12	29
59%	41%	100%

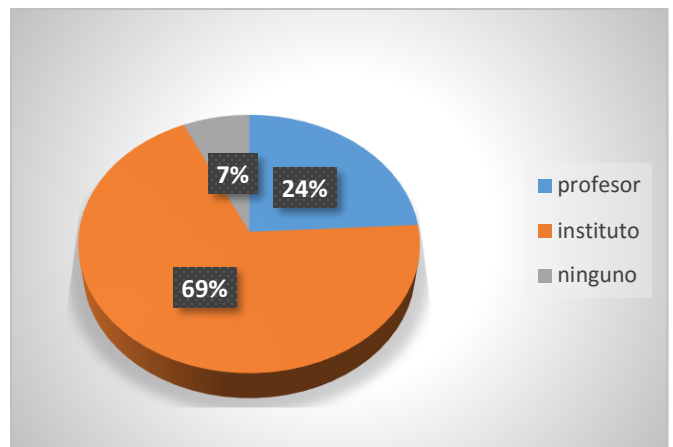



	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 24 de 37

El 59% de la población encuestada les gustaría reforzar algún aspecto académico en contraste con el 41% que opina que no reforzaría ningún.

5. Si su familiar requiriera alguna nivelación académica (matemáticas, ciencias, inglés, español) solicitado por el colegio, lo llevaría a:

profesor	instituto	ninguno	Total
7	20	2	29
24%	69%	7%	100%



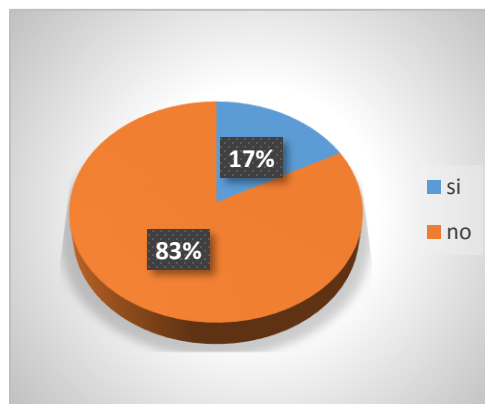
	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 25 de 37

En caso de requerir algún tipo de nivelación el 69% opinó que lo realizaría en una institución especializada, el 24% contrataría un docente particular y el 7% no tomaría acciones al respecto.


Esto nos indica que el sector, en caso de necesitarlo, requiere un instituto que cubra con las necesidades de la población encuestada

6. ¿Conoce algún sitio cercano que ofrezca ese servicio?

si	no	Total
5	24	29
17%	83%	100%

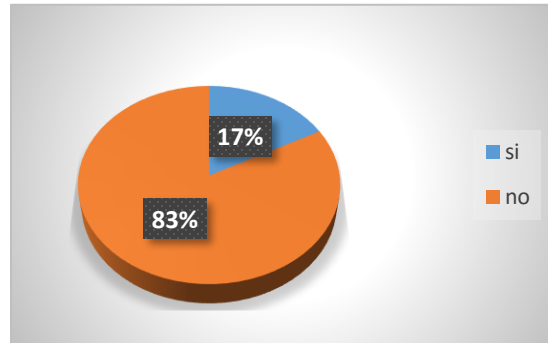


El 83% de la población encuestada, menciona no conocer una institución que cubra las necesidades académicas extracurriculares de los niños del sector; reafirmando la necesidad de una institución académica.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 26 de 37

7. Si su hijo requiriera algún proceso terapéutico (fonoaudiología, terapia ocupacional) solicitado por el colegio, lo llevaría a:

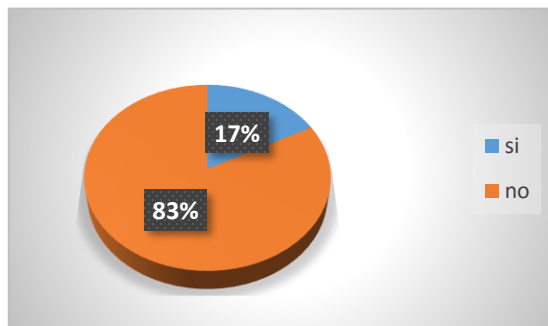
si	no	Total
5	24	29
17%	83%	100%




Se observa que el 79% de la población encuestada acudiría a un servicio particular o en institución, contrario al 20% que acudiría a su servicio de salud. Se puede concluir que existe una necesidad latente por escoger servicios personalizados.

8. ¿Conoce algún sitio cercano que ofrezca ese servicio?

si	no	total
5	24	29
17%	83%	100%



El 83% de la población encuestada, menciona no conocer una institución que cubra las necesidades

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 27 de 37

terapéuticas de los niños del sector;
reafirmando la necesidad de una
institución de este estilo.

9. ¿Si tuviera la necesidad de ir a uno de estos sitios (terapéutico o académico), le gustaría encontrar los dos servicios en la misma institución?


si	no	total
35	0	35
100%	0%	100%



El 100% de la población encuestada manifiesta su preferencia por asistir a una institución donde le ofrezcan los dos servicios, tanto terapéuticos como académicos.

Resultados Validación

En el transcurso de la actividad, se pudo constatar que la mayoría de la población que frecuenta el parque no eran familias que vivieran en el sector; por lo anterior, se tuvo que realizar un desplazamiento hacia diferentes negocios (panaderías, salones de belleza, salidas de conjuntos residenciales) aledaños al parque, donde se pudiera afirmar que su vivienda si fuera en los conjuntos residenciales de la zona, y poder terminar con el número de encuestas que se tenía planeado para esta salida (32 encuestas).

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 28 de 37

De esta primera experiencia se pudo aprender que no se deben efectuar encuestas sino entrevistas, realizando breves conversatorios con las personas, para lograr una mejor disposición de ellas e indagar más a fondo sobre los temas necesarios para el plan de negocio; . ya que por la estructura de encuesta no permitió validar de manera confiable los objetivos establecidos para esta validación.


Para el objetivo sobre los costos de las nivelaciones y terapias, se pudo observar que las personas encuestadas no tienen conocimiento alguno sobre el valor que debería pagar por estos servicios; por ende, no se pudo obtener mayor información sobre este.

SEGUNDA SALIDA – CONVERSATORIO –

A partir de las conclusiones de la primera salida, se realizaron conversatorios en esta segunda y se establecieron los siguientes objetivos de validación:

- Encuestar a 50 personas que vivan en la UPZ 110 Ciudad Salitre Occidental.
- Corroborar que el segmento de clientes identificado en el CANVAS fuera el mismo.
- Confirmar que la propuesta de valor era la adecuada para la población que habita en la UPZ 110.
- Identificar el costo de las nivelaciones y terapias que estarían dispuestos a pagar los posibles clientes en caso de utilizar los servicios de CRECER FORMAMOS FUTURO

Para esta segunda salida, se escogió establecimientos ubicados en la UPZ 110 Salitre Occidental tales como panaderías, salones de belleza, mini-mercados y de comidas rápidas.

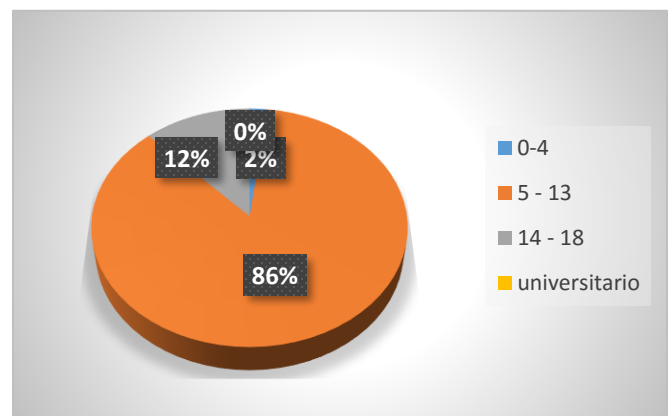
	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 29 de 37

El mecanismo que se utilizó para las entrevistas fue la de abordar a cada una de las familias, explicándoles quiénes éramos y cuáles eran los objetivos de esta actividad. Luego, se realizaba un breve diálogo sobre las instituciones de nivelaciones, su conocimiento sobre ellas, las necesidades de los niños en aspectos académicos y las razones por las cuales podrían escoger un determinado lugar para reforzar estos aspectos. Finalmente, se agradecía la colaboración y el tiempo dedicado.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas:

1. ¿Entre cuál de los siguientes grupos de edades se encuentra su familiar?

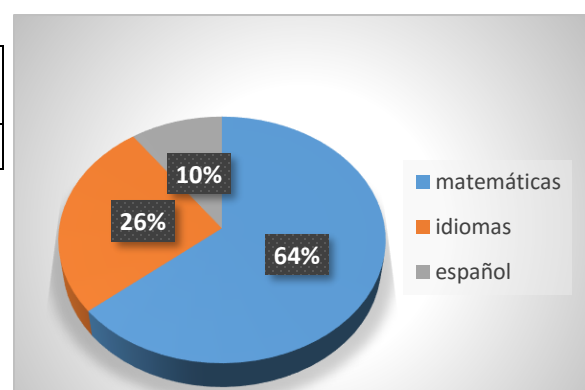
0-4	5 - 13	14 - 18	universitario	Total
1	43	6	0	50
2%	86%	12%	0%	100%




Se evidencia que el 86% de los encuestados tienen niños entre los 5 y 13 años, comparados con un 12% entre los 14 Y 18 y un 2% entre los 0 y 4 años. Es importante reafirmar que el rango de edad en la cual se debe tener mayor énfasis debe ser entre los 5 y 13 años

2. Si quisiera reforzar algún aspecto académico de su familiar, cuál sería?

matemáticas	idiomas	español	ciencias	total
32	13	5	0	50



	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 30 de 37

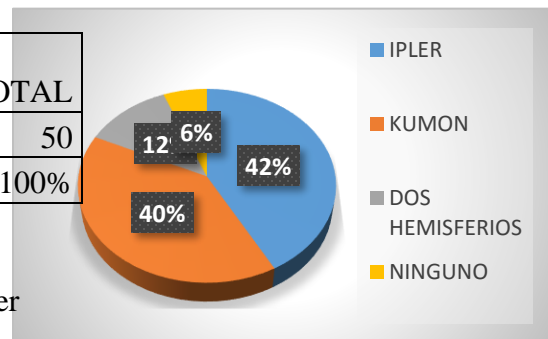
64%	26%	10%	0%	100%
-----	-----	-----	----	------

En caso de requerir algún tipo de nivelación el 64% opinó que lo realizaría en matemáticas, el 26% reforzaría idiomas, el 10% nivelaría español y un 0% ciencias.

Esto nos indica que el sector, en caso de necesitarlo, requiere un instituto que cubra con las necesidades de la población encuestada, ofreciendo servicios de nivelación en matemáticas e idiomas principalmente


3. ¿Conoce alguno de estos sitios de nivelaciones?

IPLER	KUMON	DOS HEMISFERIOS	NINGUNO	TOTAL
21	20	6	3	50
42%	40%	12%	6%	100%



El 42% de la población encuestada, menciona conocer IPLER, el 40% KUMON el 12% DOS HEMISFERIOS y el 6% ninguna de la anteriores.

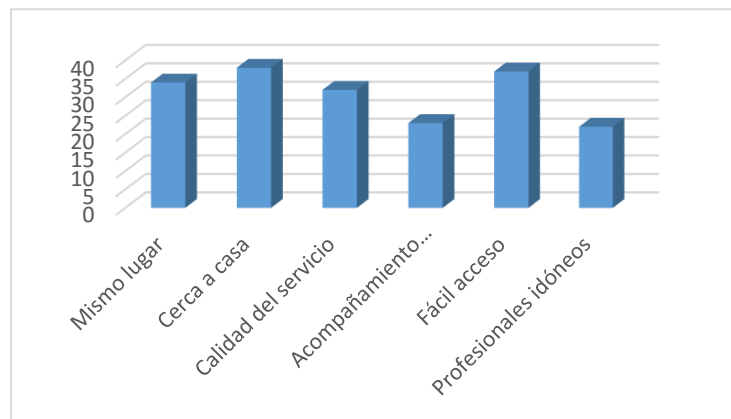
Con lo anterior podemos corroborar que nuestra competencia directa es KUMON E IPLER

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 31 de 37

4. ¿Si tuviera la necesidad de ir a un sitio que incluyera terapias y nivelaciones académicas, cuáles serían las razones por las cuales escogería este sitio y no otro?

Mismo lugar	Cerca a casa	Calidad del servicio	Acompañamiento personalizado	Fácil acceso	Profesionales idóneos
34	38	32	23	37	22

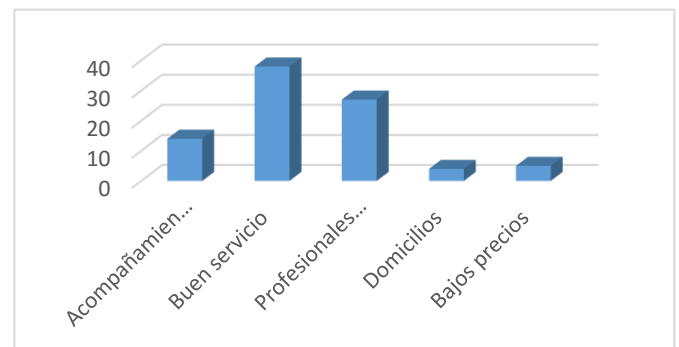
La población entrevistada prefiere escoger un lugar que se encuentre cerca a su casa, de fácil acceso y que ofrezca los dos servicios




5. ¿Si existieran dos instituciones con características similares cerca a su residencia, cuáles serían los aspectos a tomar en cuenta en el momento de decidirse por uno de ellos?

Acompañamiento personalizado	Buen servicio	Profesionales idóneos	Domicilios	Bajos precios
14	38	27	4	5

La población entrevistada escogería una institución por encima de otra, en la cual le ofrezcan un buen servicio, tengan profesionales altamente capacitados y que tengan un acompañamiento personalizado. Se observó que el precio no sería un factor determinante en el momento de decidirse por un sitio u otro.



	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 32 de 37

Resultados de la segunda validación

En esta salida como se escogieron diferentes establecimientos comerciales de la UPZ 110, se pudo constatar que las 50 personas entrevistadas vivieran en el sector, pudiendo validar así el segmento de los clientes.


Se puede concluir de esta salida, que existe una necesidad latente en tener una institución en donde ofrezcan terapias y nivelaciones académicas en el sector, que tenga excelentes instalaciones, con salones amplios, profesionales con habilidades en pedagogía y terapias, con un buen servicio al cliente, acompañamiento y seguimiento personalizado, validando así nuestra propuesta de valor.

Por último, se observa que el costo de la terapias y nivelaciones no es un factor determinante en el momento de escoger un centro terapéutico o académico; por ende, las entrevistas no arrojaron un precio estándar.

CONCLUSIONES

De acuerdo a las necesidades de la comunidad ya validadas, se corrobora que se debe aperturar una sede de CRECER FORMAMOS FUTURO en la UPZ 110 Ciudad Salitre Occidental.

De igual manera, y de acuerdo al CANVAS realizado, se puede afirmar que el CORE del negocio es prestar un servicio integral al estudiante y su familia, que incluye el acompañamiento y seguimiento personalizado al estudiante y ofrecer al cliente (padre de familia) y usuario (hijo) una experiencia que solo en esta institución podrá encontrar. CORE que se ha podido confirmar en la sede de Niza a través de sus ventas y por ende, se traslade a la sede de Salitre, asegurando el éxito del negocio, y aumentando los ingresos de la institución en un 2,85% anual, de acuerdo a la MEGA establecida en el plan estratégico.

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 33 de 37

ENCUESTA SOBRE SERVICIOS EN NIVELACIONES DE APRENDIZAJE

FECHA: _____

1. ¿Tiene niños o adolescentes en su grupo familiar?

Si _____ No _____

2. ¿Entre cuál de los siguientes grupos de edades se encuentra su familiar?

0 a 4 años _____ 5 a 13 años _____ 14 a 18 años _____

Universitario _____


3. ¿En cuál de los siguientes tipos de colegio estudia su familiar?

Académico _____ Técnico _____ Artístico _____

Énfasis idiomas:

Inglés intensivo _____ Bilingüe _____ Trilingüe _____

Otro

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 34 de 37

4. ¿Quisiera reforzar algún aspecto académico de su familiar?

Si _____ No _____

Cuál

5. Si su familiar requiriera alguna nivelación académica (matemáticas, ciencias, inglés, español) solicitado por el colegio, lo llevaría a:

PROFESOR PARTICULAR _____ INSTITUTO
TERAPEUTICO/ACADÉMICO _____


NO TOMARIA NINGUNO _____

6. ¿Conoce algún sitio cercano que ofrezca ese servicio?

Si _____ No _____

Cual

7. Si su hijo requiriera algún proceso terapéutico (fonoaudiología, terapia ocupacional) solicitado por el colegio, lo llevaría a:

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 35 de 37

EPS _____ PREPAGADA _____ PARTICULAR _____

INSTITUTO TERAPEUTICO/ACADÉMICO _____ NO TOMARIA NINGUNO _____

8. ¿Conoce algún sitio cercano que ofrezca ese servicio?


Si _____ No _____

Cual

9. ¿Si tuviera la necesidad de ir a uno de estos sitios (terapéutico o académico), le gustaría encontrar los dos servicios en la misma institución?

Si _____ No _____

¿Por qué?

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 36 de 37

10. ¿Qué la agradecería encontrar en estos institutos?

ENCUESTA SOBRE SERVICIOS EN NIVELACIONES DE APRENDIZAJE No. 2

1. ¿Entre cuál de los siguientes grupos de edades se encuentra su familiar?

0 a 4 años _____ 5 a 13 años _____ 14 a 18 años _____

Universitario _____

2. ¿si quisiera reforzar algún aspecto académico de su familiar, cuál de estos sería?


Matemáticas _____ idiomas _____ español _____

Ciencias _____

3. ¿De cuál de los siguientes sitios ha escuchado hablar?

IPLER _____ KUMON _____ DOS HEMISFERIOS _____

4. ¿Si tuviera la necesidad de ir a un sitio que incluyera terapias y nivelaciones académicas, cuáles serían las razones por la que escogería ese sitio y no otro?

	PROCESO: INVESTIGACIÓN	IC-04
	SUBPROCESO: GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS DE INICIACIÓN CIENTÍFICA	Versión :1
	FORMATO: INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO	Página: 37 de 37

5. ¿Si tuviera la necesidad de ir a un sitio que incluyera terapias y nivelaciones académicas, cuál de los siguientes aspectos influiría en su decisión de escogerlo?
