

En cuanto al segundo objetivo, Realizar un Análisis CANVAS para determinar la propuesta de valor de la empresa Pindú, con este análisis se llegó a interpretar las primeras tres variables de Investigación: segmento, producto, recursos claves. Así también, en el análisis de CANVAS se ha llegado a detallar las cuatro aéreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura, viabilidad económica. En cuanto al tercer objetivo se llegó a presentar una propuesta estratégica comercial innovadora para la reapertura de la Empresa Pindú, esto arrojó como resultado la de mantener un punto de equilibrio en la empresa, en cuanto a contabilidad de costos, también, se debe tener en cuenta en términos de contabilidad de costos, el punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, el punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida. De esta forma, la Empresa logra esa equidad con un volumen en ventas de 2.000 unidades por mes.

Por consiguiente, también, se llegó a describir el análisis cualitativo a través del Canvas, en donde se tuvo en cuenta; el Mapa de empatía, que es un formato que busca describir al cliente ideal de una empresa por medio de análisis de 6 aspectos, relacionados a los sentimientos del ser humano. Puede ser realizado a partir de preguntas que ayudan a entender a conocer el cliente y como relacionarse con él. Tener empatía significa colocarse en el lugar del otro. Al hacer eso con los clientes, conseguiremos comprenderlos mejor y huir de falsas creencias sobre ellos a la hora de tomar decisiones. Para elaborar de manera correcta debemos de ponernos en el lugar del cliente, imaginar y contestar estas preguntas, de manera a comprender y sentir en la piel lo que desea o anhela el cliente a la hora de elegir un servicio gastronómico, cumplir con sus expectativas, saber que piensa y cómo podemos tranquilizar esa ansiedad que tiene. Todo esto se llegó concretar a través de una entrevista.

En cuanto al logro del objetivo general de la investigación se llegó al: Análisis Financieros con el estudio de las ratios mencionados anteriormente. De la misma manera se realizó el Análisis de FODA, CANVAS y así se determinó la viabilidad económica y se afirma la hipótesis de Investigación.

5. BIBLIOGRAFIA

- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches. Sage Publications.
- Patton, M. Q. (2015). Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice. Sage Publications.

"INGENIERÍA COMERCIAL CENTRO DE ESTIMULACIÓN COGNITIVA C.E.C COGNITA S.R.L."

RESUMEN

El presente trabajo tiene por objetivo determinar la demanda de servicios educativos especializados en familias con hijos/as en edad escolar, insertas en instituciones del gran Asunción, San Lorenzo y áreas de influencia, Capiatá, Fernando de la Mora y Julián Augusto, Saldívar, teniendo en cuenta el grado de aceptación de servicios educativos especializados. El método utilizado fue la investigación exploratoria y concluyente, con un enfoque cuantitativo, diseño descriptivo por medio de una encuesta de experiencia. Para la muestra se encuestaron a padres de 10 colegios de las diferentes ciudades mencionadas. Los resultados obtenidos muestran con un 48% el servicio más solicitado es la evaluación Psicopedagógica, seguido de 20% para tutorías pedagógicas, con un 18% se opta por el refuerzo escolar, un servicio gastado y mal encarado, pero más económico, un 10% requiere un documento de adecuación escolar y en último lugar, un servicio necesario, preventivo, pero con solo un 5% de requerimiento. El tema presupuestario en las familias es dependiendo de la situación socioeconómica de la familia una limitación, para la resolución efectiva de las dificultades en el proceso de aprendizaje. Otro factor es la falta de ofertas de servicios que cubran estas necesidades

Palabras claves: Demanda, Tutorías, Servicios Educativos, Estimulación Cognitiva.

ABSTRACT

The objective of this work is to determine the demand for specialized educational services in families with school-age children, inserted in institutions of greater Asunción, San Lorenzo and areas of influence, Capiatá, Fernando de la Mora and J.A. Saldívar, measure the degree of acceptance of specialized educational services. The method used is exploratory and conclusive research, with a quantitative approach, descriptive design through an experience survey. For the sample, parents from 10 schools in the different cities mentioned were surveyed. The results obtained show that, with 48%, the most requested service is the Psychopedagogical evaluation, followed by 20% for pedagogical tutoring, with 18% opting for school reinforcement, a service that is worn out and poorly addressed, but more economical, at 10%. requires a school adaptation document and lastly, a necessary, preventive service, but with only a 5% requirement. The budget issue in families is, depending on the socioeconomic situation of the family, a limitation for the effective resolution of difficulties in the learning process. Another factor is the lack of service offers that cover these needs.

Keywords: Demand, Tutoring, Educational Services, Cognitive Stimulation.

1. INTRODUCCIÓN

El Mercado de servicios educativos, muestra un crecimiento gradual y sostenido. Las necesidades varían no solo en cantidad sino en la diversidad de la problemática educativa, año a año las obligaciones laborales de los padres dificultan en mayor grado el control periódico del proceso educativo de sus hijos, por otro lado, está de más comentar que la educación en nuestro país es una materia pendiente en lo que a calidad se refiere.

Como respuesta a esta problemática COGNITA S.R.L. por medio de su servicio, C.E.C. Centro de Estimulación Cognitiva, busca satisfacer esta demanda, ofertando un servicio de calidad, por medio de un sistema, basado en la articulación Padres-Servicios Educativos Especializados-Escuela.

El mercado al cual se apunta se encuentra puntualmente en las instituciones educativas que identifican las dificultades en aula y requieren de una evaluación profesional para el acompañamiento puntual de cada caso, esta necesidad se informa a los padres de familia que deben buscar servicios especializados tanto para el diagnóstico Evaluación Psicopedagógica como para el seguimiento. Las tutorías pedagógicas que son una herramienta para el cumplimiento del proceso educativo, las adecuaciones curriculares, documento oficial prioritario, para el seguimiento de las particularidades específicas de cada alumno/a especialmente en la aplicación efectiva de la ley de inclusión.

Otro segmento a atender son las necesidades de fortalecimiento o reeducación de habilidades cognitivas en adultos mayores ya sea por secuela de índole médica o por pérdida natural de las mismas.

Estas áreas a ser cubiertas adquieren progresivamente mayor relevancia, es por ello que iniciamos con 5 servicios, apuntando en primera etapa al segmento de padres de familia con necesidades específicas indicadas por sus de instituciones educativas. Para más adelante ampliar el servicio de estimulación a la población de adultos mayores, que estadísticamente va en aumento, por ende, uno ejes comerciales a explotar en el futuro, es el servicio a la tercera edad.

Este trabajo investigativo proporciona una serie de datos que permite entender dónde y en qué condiciones se encuentra el mercado de servicios educativos de apoyo del sector privado, así como cuales son las áreas a ser atendidas, la problemática presupuestaria de las familias, la casi nula visión de prevención con la estimulación temprana.

Este mercado no atendido es una opción muy válida para todo profesional de la educación, en formación o jubilado, para seguir desempeñando su labor y cooperar en la solución a las dificultades en el proceso enseñanza aprendizaje del mercado educativo.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Para esta investigación se optó por la investigación exploratoria en la primera etapa para concluir con la investigación concluyente, ya que la primera es muy apropiada para etapas iniciales dentro de un proceso de toma de decisiones, contribuye al análisis preliminar, con la ventaja de ser de bajo costo, tanto en tiempo y dinero. Además, la investigación incluyó fuentes primarias y secundarias de datos.

El enfoque fue cuantitativo, ya que es la que mejor se adecua a las necesidades de la investigación, en cuanto a la encuesta de experiencia como método de obtención de información sobre atributos de los servicios educativos especializados.

"El enfoque cuantitativo busca medir fenómenos observables y analizar la relación estadística entre variables.

Utiliza técnicas numéricas para recolectar, analizar y generalizar datos, permitiendo la formulación de conclusiones basadas en evidencia empírica" (Johnson & Christensen, 2014, p. 56).

La entrevista aplicada a través de preguntas abiertas que abarquen aspectos cognitivos, afectivos y comportamentales de los encuestados respecto a los servicios presentados.

Finalmente, la investigación concluyente aparece, diseñada para la obtención de información para evaluar posibles cursos de acción, que abarcan un cuestionario detallado, un plan de muestreo y la evaluación de la información a recolectar.

El diseño de la investigación fue descriptivo, ya que se procedió a la aplicación de encuestas en instituciones educativas de las ciudades mencionadas en el resumen de este artículo. Según Tamayo & Tamayo, (2007) una investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza y la comprensión o procesos de los fenómenos.

3. RESULTADOS

Este trabajo investigativo tuvo por objeto conocer el mercado de servicios educativos especializados, sus características, las ofertas existentes, la conducta del consumidor, conocer también a los consumidores decisores, así como la frecuencia en el uso de estos servicios.

En relación al Objetivo Cognitivo, determinar los servicios educativos especializados que conoce, con un 49% de los encuestados, admitió conocer las Evaluaciones Psicopedagógicas, con un 16% el servicio de estimulación para la lectura, escritura o cálculo, las tutorías pedagógicas y el apoyo escolar se ubicaron en tercer lugar con un 15%, terminando con un 5% las adecuaciones curriculares.

El objetivo afectivo, determinar cuál es la preferencia al contratar un centro educativo especializado, se obtuvo las siguientes tendencias de preferencias, Centro Pedagógico Jean Piaget de la ciudad San Lorenzo con un 47%, Crecer con un 22%, también de la ciudad de San Lorenzo, con 18% optaron por CERLAC de la ciudad de Fernando de la Mora, en último lugar con 13% el Centro de atención San Agustín también de Fernando de la Mora, la investigación no encontró centros de referencia en las ciudades de Capiatá y JA Saldívar.

En relación al Objetivo Comportamental, que define, que Servicio Educativo Especializado contratan los padres, los resultados obtenidos en este objetivo, dan al Centro Pedagógico Jean Piaget un 43% como primera opción de contratación, Crecer obtiene el 23% como segunda opción de contratación, le sigue el CERLAC en tercer lugar para contratar con un 18% y San Agustín en cuarto lugar para ser contratado con un 16%. El servicio más frecuentemente contratado, es la Evaluación Psicopedagógica, con un 48% de respuestas positivas. Esta investigación logró definir que con un 79%, la frecuencia en que se contrata es de 1 vez por año.

Respecto al Objetivo General de la Investigación de Determinar la demanda de servicios educativos especializados en familias con hijos/as en edad escolar, insertas en instituciones del gran Asunción, San Lorenzo y áreas de influencia, Capiatá, Fernando de la Mora y J.A. Saldívar y medir el grado de aceptación de los servicios educativos especializados de este tipo de servicios. La investigación logró definir también 4 competidores bien definidos, concentrados en las ciudades de Fernando de la Mora y San Lorenzo, como el