

INGENIERÍA DEL SOFTWARE II

AUTORES

JULIÁN ANDRES CASTRO RUGE. CÓDIGO: 1410013519
ANTONIO CARLOS PATERNINA OROZCO. CÓDIGO: 1221070176
JHOJAN STEVEN QUINTERO MELO. CODIGO:1420014038
DAVID HERNANDO MACIAS VILLALOBOS CODIGO: 1410013446

ENTORNO EMPRESARIAL Y MODELO DEL NEGOCIO

TUTOR
DIEGO OLIVEROS

POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO
FACULTAD DE INGENIERÍA Y CIENCIAS BÁSICAS
INGENIERÍA DEL SOFTWARE
BOGOTÁ
2017

TABLA DE CONTENIDOS

TABLA DE CONTENIDOS	2
1 MODELO DE NEGOCIO	3
1.1 LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO	3
1.2 DESCRIPCIÓN	3
2 REFERENCIAS	6

1 MODELO DE NEGOCIO

1.1 LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO

Ver Figura 1.

1.2 DESCRIPCIÓN

Hemos elegido como empresa a la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano con el ánimo de construir software que sea de utilidad para la comunidad de estudiantes de esta institución. A continuación realizamos el análisis del modelo de negocios basándonos en el esquema planteado en [1].

La principal actividad que genera ingresos para el Politécnico Grancolombiano es la educación superior. El carácter diferenciador de esta actividad consiste en la calidad de los programas y el uso de estrategias innovadoras para hacer la educación más accesible. Para este fin se tiene la modalidad de educación virtual gracias a la cual se le brinda la posibilidad de acceder a los programas de educación a un mayor número de personas que están distribuidas por toda Colombia y en el exterior. Esto también permite disminuir la barrera del costo a la educación, lo cual es importante en el contexto de la educación actual ya que en la comunidad de posibles clientes (estudiantes) el factor del precio es decisivo [2].

El Politécnico Grancolombiano no discrimina en base a edad desde que su ciclo de bachillerato haya culminado, ocupación, estrato social o ubicación geográfica. La selección de estudiantes se hace en base a la calidad académica. Para los estratos más bajos se tienen ayudas y convenios económicos.

Para el modelo de negocios de la universidad es muy importante la atracción de nuevos estudiantes lo cual se logra a través de la publicidad e incentivando las actividades que contribuyen al buen nombre y reputación de la universidad. Entre estas actividades se encuentra la publicación en revistas científicas y la participación en competencias académicas.

Adicionalmente, es importante contribuir al bienestar de los estudiantes antiguos de manera que los estudiantes se conviertan en voceros que atraigan a más estudiantes y se mejore la percepción interna. Esto se logra mejorando los procesos internos como agilidad en los trámites administrativos y mejorando la calidad de las instalaciones y los servicios a los estudiantes como son: biblioteca, salas de computadores, canchas deportivas, gimnasio, entre otras.

El principal recurso de la universidad es el recurso humano ya que se debe contar con profesores de planta de calidad. Asimismo, se debe contar un personal administrativo que se encargue de la gestión de los procesos.

En cuanto a alianzas, el politécnico es parte de la red Ilumino que le permite adquirir la experiencia de una institución internacional. Esto es importante para apoyar el modelo de educación virtual ya que se debe contar con una infraestructura y software de calidad para poder impartir la educación virtual a un gran número de estudiantes distribuidos.

Las ganancias del politécnico provienen principalmente de los pagos por concepto de matrícula que hacen los estudiantes para poder estudiar los diferentes programas de pregrado y posgrados. Y a esto se debe sustraer los gastos operativos normales de la institución.

Teniendo en cuenta el modelo de negocios descrito anteriormente, proponemos construir un software que mejora la experiencia de los estudiantes actuales al optimizar el proceso de agendamiento de recursos de la universidad. Entre estos recursos están: salas de bibliotecas, computadores, gimnasio, canchas deportivas. Al sistematizar el proceso de agendamiento de estos recursos se aliviarán muchos de los problemas que se tiene actualmente por la dificultad del acceso a estos recursos.








<p>Asociaciones clave</p>  <ul style="list-style-type: none"> • Red ILUMNO • SENA • Alianzas para la realización de prácticas estudiantiles. • Convenio Arturo Tejada. • Alianza Policía Nacional. 	<p>Actividades clave</p>  <ul style="list-style-type: none"> • Preparación de programas académicos (elaboración, certificación, trámites legales y académicos) • Contratación de personal (búsqueda y selección de profesores y demás funcionarios) • Capacitación interna del personal • Mantenimiento y adecuación de las instalaciones físicas y virtuales. 	<p>Propuestas de valor</p>  <p><u>Servicios de educación:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Educación superior (técnica, tecnología, pregrado, postgrado) • Educación continuada <p><u>Carácter diferenciador:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Educación de calidad • Educación accesible a un gran público gracias a la modalidad virtual. • Política ambientalista. • Aprendizaje experiencial. 	<p>Relaciones con clientes</p>  <p><u>Captación:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad y convenios con otras instituciones tanto nivel nacional como internacional. • Misiones académicas y motivación de proyectos a través de capital semilla. <p><u>Fidelización:</u></p> <p>Estrategias para conservar la buena imagen de la institución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Número de publicaciones en revistas científicas • Desempeño en eventos de competencias académicas <p>Estrategias para mejorar la percepción interna de los estudiantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener servicios estudiantiles de buena calidad (biblioteca, salas de computadores, áreas para la recreación y deporte) 	<p>Segmentos de mercado</p>  <p>Toda la población de estudiantes y estudiantes potenciales.</p> <p><u>Edades:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sin restricción (Bachiller) <p><u>Ocupaciones:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes a tiempo completo • Empleados • Independientes <p><u>Estratos sociales:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sin restricción <p><u>Géneros:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sin restricción <p><u>Regiones:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Colombia y en el exterior (limitado a educación en español) <p><u>Volumen de venta:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Aproximadamente 13.000 alumnos [3]
<p>Estructura de costes</p>  <p>Mantenimiento instalaciones, nómina, servicios públicos y privados, publicidad, gastos administrativos y legales, gastos financieros.</p>		<p>Fuentes de ingresos</p>  <p>Pagos de matrícula de los estudiantes, financiamiento de instituciones externas (Colciencias, etc.).</p>		

Figura 1. Descripción de los 9 módulos del lienzo del modelo de negocio de la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano. Imágenes tomadas de [1].

2 Referencias

- [1] A. Osterwalder, Y. Pigneur, y T. Clark, *Generación de modelos de negocio: un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. 2013.
- [2] E. Denna, "The Business Model of Higher Education | EDUCAUSE", *Educ. Rev.*, vol. 49, núm. 2, 2014.
- [3] Universia, "Datos básicos". [En línea]. Disponible en: <http://universidades.universia.net.co/universidades-de-pais/datos-basicos/>. [Consultado: 05-feb-2017].