



Ideas de negoci 2016 - Apuntes 1

Seminario De Aplicación Profesional (Universidad Abierta Interamericana)



UAI

**Universidad
Abierta
Interamericana**

ÍNDICE

1	Plataforma de comunicación entre profesores y alumnos.....	3
1.1	Descripción del negocio.....	3
1.2	Ámbito geográfico.....	3
1.3	Mercado objetivo.....	3
1.4	Innovación.....	3
1.5	Necesidad.....	3
1.6	Competidores.....	4
2	Plataforma que conecta profesores y alumnos.....	5
2.1	Descripción del negocio.....	5
2.2	Ámbito geográfico.....	5
2.3	Mercado objetivo.....	5
2.4	Innovación.....	5
2.5	Necesidad.....	6
2.6	Competidores.....	6
3	Administración de compra y venta de vehículos.....	Error! Bookmark not defined.
3.1	Descripción del negocio.....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Ámbito geográfico.....	Error! Bookmark not defined.
3.3	Mercado objetivo.....	Error! Bookmark not defined.
3.4	Innovación.....	Error! Bookmark not defined.
3.5	Necesidad.....	Error! Bookmark not defined.
3.6	Competidores.....	Error! Bookmark not defined.

1 PLATAFORMA DE COMUNICACIÓN ENTRE PROFESORES Y ALUMNOS

Nuestra empresa es un emprendimiento conformado por tres socios los cuales aportan el capital inicial y esfuerzo de manera equitativa y tiene como destino presentar un plan de negocios incursionando en la industria educativa.

1.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

El negocio incursiona específicamente en el ámbito académico, el cual se compone principalmente de universidades (privadas y públicas), institutos (privados y públicos) y academias de enseñanza (privados y públicos), entre otros.

El negocio propone una plataforma para agilizar, modernizar y centralizar la comunicación entre alumnos y profesores de las diferentes entidades educativas existentes; permitiendo, gracias a herramientas modernas, compartir información en tiempo real entre los profesores y alumnos dentro y fuera del aula. Información como documentos, presentaciones, archivos y evaluaciones, notificaciones y calendario compartido de la asignatura son la base del negocio para lograr una plataforma única en el mercado.

El emprendimiento cobraría un pequeño monto fijo por cada alumno que usase la plataforma, esto multiplicado por decenas de miles de alumnos en toda la República genera un número importante.

1.2 ÁMBITO GEOGRÁFICO

En un comienzo del emprendimiento, se abarcaría específicamente la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, puesto que es la ciudad con mayor concentración de universidades, institutos y academias del país.

1.3 MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo son las entidades educativas, puesto que las mismas serían las que abonarían el servicio de la plataforma por cada alumno que se conecte a la institución.

1.4 INNOVACIÓN

La innovación del negocio junto a las entidades educativas permitiría:

- Mayor eficacia en las comunicaciones en tiempo real en todo momento entre los alumnos y profesores
- Un repositorio centralizado de información de la materia, donde se evitaría el uso de correos electrónicos para el esparcimiento de la información
- Mejor posición social de la entidad educativa apostando a la modernización tecnológica

1.5 NECESIDAD

Se encontró una brecha que sucede en todas las entidades académicas, la falta de una correcta comunicación entre los alumnos y profesores. Los profesores suelen utilizar el correo electrónico como herramienta de esparcimiento de información y suele suceder que los alumnos no reciben los correos electrónicos o el profesor no posee el correo electrónico de todos los alumnos.

Además, se percata la descentralización de la información y la incorrecta catalogación de la misma en las aulas, siendo que profesores poseen material de cátedra que no utilizan o que emplean otro que en ocasiones puede no ser el adecuado.

El negocio cubriría estas necesidades y mejoraría el flujo de trabajo entre los profesores y alumnos.

1.6 COMPETIDORES

No se han encontrado competidores directos, puesto que no existe en el mercado una plataforma como la planteada, esto nos puede posicionar con una ventaja competitiva muy fuerte dentro del mercado. Eventualmente, podrían aparecer competidores sustitutos que traten de copiar el modelo de negocios.

2 PLATAFORMA QUE CONECTA PROFESORES Y ALUMNOS

Nuestra empresa es un emprendimiento conformado por tres socios los cuales aportan el capital inicial y esfuerzo de manera equitativa y tiene como destino presentar un plan de negocios incursionando en la industria educativa.

2.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

El negocio incursiona en todos los ámbitos de la industria educativa: educación primaria, secundaria, terciaria y universitaria y propone una plataforma digital que permite conectar profesores interesados en ofrecer clases particulares con alumnos interesados en tomar clases particulares.

El negocio tiene como objetivo la simplificación en la búsqueda y contratación de profesores particulares, ofreciéndoles a los mismos elegir la modalidad de clase deseada para impartir, por ejemplo, clases del tipo particular, grupal, empresarial o virtual mediante videoconferencia. La plataforma contaría con un sistema de reputación para los profesores con comentarios que puedan hacer aquellas personas que contratan el servicio.

El negocio sería de uso gratuito tanto para los profesores como para las personas interesadas en contratar el servicio, siendo que de cada contratación que se realice dentro de la plataforma, el emprendimiento cobre una comisión.

2.2 ÁMBITO GEOGRÁFICO

Dado que el mercado objetivo es muy amplio a nivel geográfico, la plataforma sería lanzada para toda la República de Argentina, puesto que se observa que la educación es un pilar de toda sociedad y que existe mucha demanda de profesores buscando dar clases particulares y alumnos buscando tomar clases particulares.

2.3 MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo son los profesores de los diferentes ámbitos educativos de la industria de la educación y las personas y empresas interesadas en la búsqueda de profesores o instructores particulares que puedan satisfacer su necesidad de aprendizaje.

2.4 INNOVACIÓN

La innovación del negocio permitiría:

- Conectar a las personas con intención de dar clases con aquellas personas o empresas con intención de contratar clases particulares
- Ofrecer a los profesores una manera digital de obtener más contrataciones y mejorar su calidad de vida

- Impulsar y otorgar una herramienta simple de usar a aquellas personas indecisas de comenzar a dar clases, permitiendo que comiencen un nuevo camino o se desarrollen mejor profesionalmente

2.5 NECESIDAD

La necesidad de aprender en los seres humanos es milenaria, es por eso que siempre se buscan nuevas maneras de transmitir la información de persona a persona. Hemos detectado que existe muchas personas que se encuentran en status quo a raíz de la enseñanza en la entidad educativa a la cual concurren. Lamentablemente no todos los profesores son buenos en la transmisión de conocimientos, y es así donde se encuentra la brecha que el negocio podría satisfacer, ofrecerle a la persona interesada una plataforma donde puede encontrar al profesor que implique la enseñanza que se está buscando.

Todo esto sumado al sistema de reputación, calificación y ranqueo de la plataforma, la hace tentadora para ambas partes, tanto los profesores como los alumnos, pudiendo satisfacer ambas necesidades y mejorar la calidad educativa y/o de vida de las personas.

2.6 COMPETIDORES

Dentro de los competidores hemos encontrado un único competidor directo que ofrece un poco más de la mitad de funcionalidad que se plantean en esta idea de negocio, pero se han hecho análisis y se ha detectado que la plataforma del competidor se encuentra obsoleta, así como también la manera en la cual se desarrolla su negocio.

Se ha investigado y se ha encontrado que la mayoría de las personas han encontrado en ella una plataforma que cuesta trabajo cumplir las necesidades que las personas tienen. Es por eso que estamos ante la presencia de una posible brecha comercial que se podría explotar para ocupar el lugar del competidor directo gracias a las innovaciones del negocio planteado.

3 ADQUISICIÓN DE SEGUROS PARA EQUIPAJE DE AVIÓN

Nuestra empresa es un emprendimiento conformado por tres socios los cuales aportan el capital inicial y esfuerzo de manera equitativa y tiene como destino presentar un plan de negocios incursionando en la industria de seguros.

3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

El negocio incursiona específicamente en el ámbito de la contratación de los seguros para el equipaje de avión. Este modelo de negocios plantea la contratación a un costo muy económico, accesible y tentador para las personas del servicio de seguro de equipaje de avión, permitiendo que las mismas posean una protección económica/monetaria ante el suceso de pérdida o daño de equipaje.

El emprendimiento cobraría un monto fijo establecido por cada seguro contratado, los cuales los mismos podrían ser contratados de manera online, física en los aeropuertos y mediante eventuales alianzas que se generarían con empresas de venta de paquetes turísticos y pasajes de avión, las cuales ofrecerían el dicho seguro a cambio de una pequeña comisión.

3.2 ÁMBITO GEOGRÁFICO

Al ser un negocio que abarca toda la región de la República, puesto que los aeropuertos se encuentran presente en todo el país, el negocio se encontraría de manera electrónica disponible para toda la República. En cuanto a la contratación en aeropuertos, se establecerían como punto de partida el Aeropuerto Internacional Ministro Pistarini y el Aeroparque Jorge Newbery, ambos ubicados en la provincia de Buenos Aires.

3.3 MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo son todas las personas que utilizan los servicios de transporte aéreo comercial de la República Argentina.

3.4 INNOVACIÓN

La innovación del negocio permitiría:

- Ofrecer una mayor seguridad al ofrecerles a los pasajeros, a cambio de una pequeña suma de contratación de servicio, la protección económica de su equipaje, sin importar lo que posea dentro del mismo
- Generar alianzas comerciales y expansión de mercado inmediata puesto que los servicios de transporte aéreo son masivos y permiten una expansión de los servicios excepcional

3.5 NECESIDAD

Se encontró la necesidad específica de que las personas se sienten en desconfianza ante el robo, pérdida o extravío de su equipaje. El negocio correspondería a suplantar esa necesidad al ofrecerles seguridad, transparencia y garantía ante alguno de los sucesos mencionados.

3.6 COMPETIDORES

No se han encontrado competidores directos, puesto que no existe en el mercado una plataforma como la planteada, esto nos puede posicionar con una ventaja competitiva muy fuerte dentro del mercado. Se han detectado negocios de la índole de embalaje de seguridad para el equipaje, pero los mismos no se encuentran en la misma rama del negocio propuesto, pero aun así cabe destacar un probable competidor sustituto.