

EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA. "CLIENTES POTENCIALES"
--

Nombre del alumno/a: Emilio Garruta González
--

A partir de la revisión del Lienzo de Modelo de Negocio, Arquetipo de Cliente y del Mapa de Empatía, vamos a realizar una lista de las hipótesis. Una vez formuladas nuestras hipótesis, seleccionaremos las más decisivas para el éxito de nuestro producto o servicio. Ahora diseñaremos una **encuesta o entrevista** dirigida a nuestro perfil de cliente que tenga como objetivo comprobar si son ciertas o no esas hipótesis. Para ello, podemos utilizar un formulario de Google que nos permita recoger la información y analizarla para comprobar si es cierto lo que hemos supuesto (**Dicha encuesta o entrevista se la haremos a los compañeros de clase**). Y finalmente, recoger un pequeño informe donde se describa al cliente potencial según la información obtenida.

La entrega de la actividad se realizará a través de la plataforma, cada alumnado enviará la tarea siguiendo el siguiente formato: **Apellido1_Aellido2_Nombre_Nombre de la tarea**. Ejemplo: Valido_Contento_Juan_Clientes_Potenciales.

1. Listado de hipótesis a corroborar.

HIPÓTESIS A CONTRASTAR
Hipótesis 1: Existe un segmento de la población formado por padres que tienen poco tiempo libre.
Hipótesis 2: Existe un segmento de mercado de padres que creen que necesitaran apoyo con el desarrollo académico y personal de sus hijos y están dispuestos a hacer un esfuerzo económico
Hipótesis 3: Se intenta hacer un sondeo sobre áreas de interés de los padres en relación al desarrollo académico y personal de sus hijos.

2. Formulario de entrevista o encuesta a realizar.

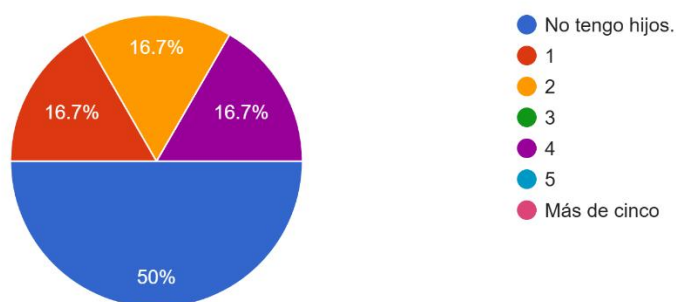
https://docs.google.com/forms/d/1bO8RG5hzgHttzakowYYp-UaQ80Ezq9fNtHQIm-WUcC8/edit

3. Conclusiones sobre la información obtenida. Verificación o no de las hipótesis y fijando las características de los clientes potenciales identificadas.

Hipótesis 1:

Según la encuesta un 50% de los encuestados tienen hijos.

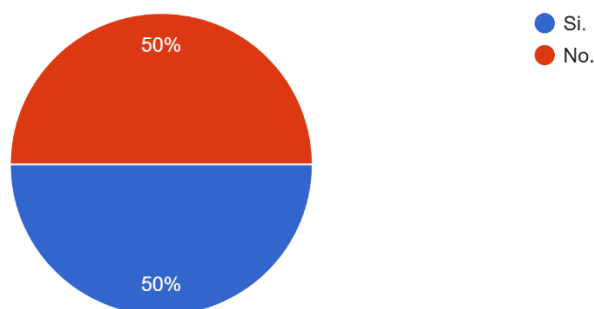
¿Tiene usted hijos?
6 respuestas



Según la encuesta un 50% de los padres no tiene tiempo libre.

¿Tiene tiempo libre tras el trabajo para realizar actividades personales?

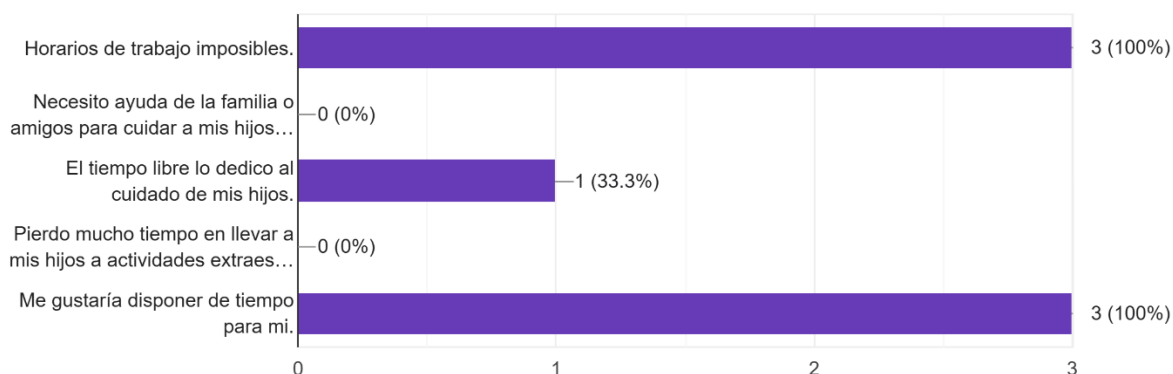
6 respuestas



Un 100% de los encuestados que respondieron no tener tiempo libre desearían disponer de tiempo para ellos, un 33% de ellos dedican su tiempo libre al cuidado de sus hijos.

¿Cuáles de las siguientes respuestas refleja mejor su situación? Elija todas con las que se identifique.

3 respuestas



Si hago un análisis detallado de las preguntas considerando sólo las respuestas de los encuestados con hijos:

- Un 67% no tiene tiempo libre tras el trabajo para realizar sus actividades personales
- Un 100% de los encuestados que respondieron no tener tiempo libre desearían disponer de tiempo para ellos, un 50% de ellos dedican su tiempo libre al cuidado de sus hijos.

Por tanto, podría considerarse que el 33,5% de los encuestados (67% del 50%) de los encuestados validan la hipótesis 1.

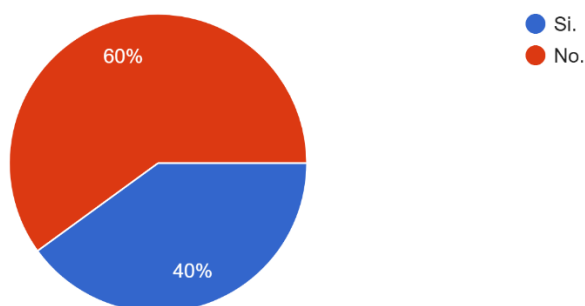
Hipótesis 2:

Existe un segmento de mercado de padres que creen que necesitaran apoyo con el desarrollo académico y personal de sus hijos y están dispuestos a hacer un esfuerzo económico

Un 40% invierte actualmente, un 50% cree que tendrá que hacerlo en el futuro, y un 83,3% está dispuesto a hacer un esfuerzo económico.

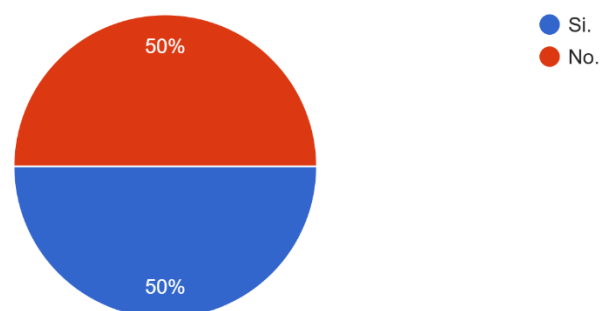
¿Actualmente invierte en clases de apoyo a sus hijos, actividades extraescolares o programas de desarrollo personal?

5 respuestas



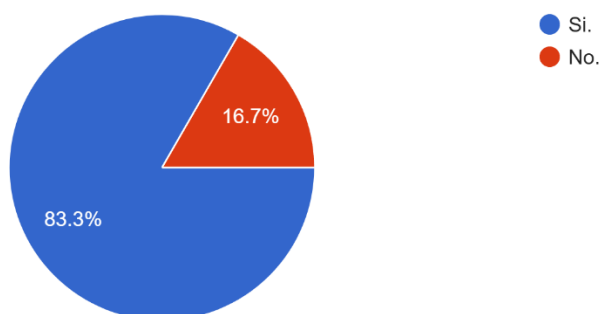
¿Cree que tendrá que invertir en clases de apoyo, actividades extraescolares, o programas de desarrollo personal para sus hijos en un futuro cercano?

4 respuestas



¿Hacen o estarían dispuestos a hacer un esfuerzo económico en clases de apoyo, actividades extraescolares, o programas de desarrollo personal para sus hijos?

6 respuestas



Un 40% invierte actualmente, un 50% cree que tendrá que hacerlo en el futuro, y un 83,3% está dispuesto a hacer un esfuerzo económico.

Si hago un análisis detallado de las preguntas considerando sólo las respuestas de los encuestados con hijos:

- Un 67% invierte actualmente.
- Sólo hay una respuesta a la pregunta de si cree que tendrá que invertir en el futuro, que es la del encuestado que no invierte actualmente y cree que no tendrá que hacerlo.
- Un 100% está dispuesto a hacer un esfuerzo económico.

Por tanto, 50% de la población tiene hijos y está dispuesta a hacer un esfuerzo económico en clases de apoyo, etc (100% del 50%). Los padres que creen que lo van a necesitar ya están invirtiendo y son un 33,5% de la población total (67% del 50%).

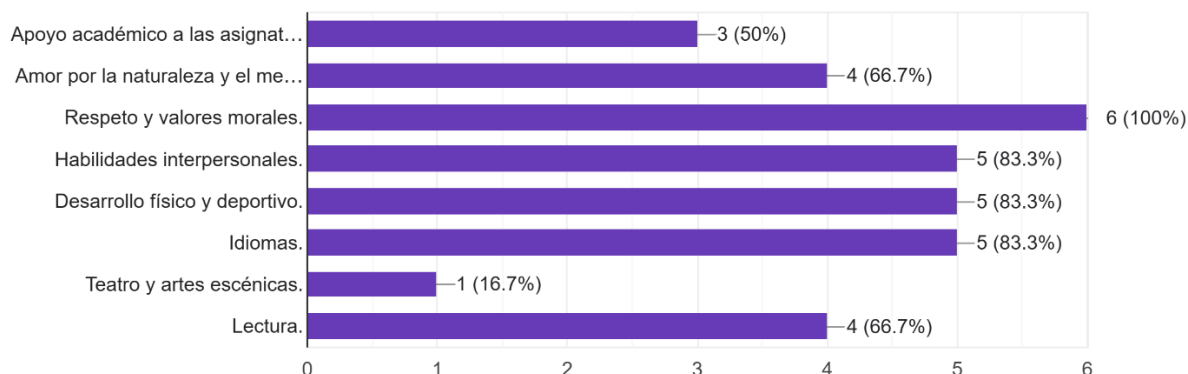
Hipótesis 3: Se intenta hacer un sondeo sobre áreas de interés de los padres en relación al desarrollo académico y personal de sus hijos.

Las área más importante para lo encuestados son :

1. Respeto y valores morales 100%
2. Habilidades interpersonales, desarrollo físico y deportivo e idiomas con un 83,3%

¿Qué áreas, conocimientos o habilidades considera importantes para sus hijos? Seleccione todas las opciones con las que se identifique.

6 respuestas



Si hago un análisis detallado de las preguntas considerando sólo las respuestas de los encuestados con hijos:

- Un 67% apoyo académico.
- Desarrollo físico 67%.
- Habilidades interpersonales 100%.
- Idiomas 67%
- Respeto y valores morales 100%.

Por tanto, un 33,5% se interesa por el apoyo académico, el desarrollo físico y los idiomas, un 50% de la población (100% del 50%) tiene hijos y se interesa las habilidades interpersonales y el respeto y valores morales.

En resumen, el 33,5% de los encuestados definen un segmento de la población formado por padres que tienen poco tiempo libre, creen que van a necesitar invertir en el desarrollo de sus hijos y se interesan por el apoyo académico, el desarrollo físico y los idiomas, subiendo al 50% de la población los padres que se interesan por que sus hijos desarrollen habilidades interpersonales y el respeto y valores morales.

Consideraciones a la encuesta:

- He omitido la parte socioeconómica (renta del público objetivo, gasto actual en servicios semejantes, y desembolso potencial que harían en el servicio) aunque debería hacerse.
- Hay un **error importante en la parte del cuestionario que** recoge las edades de los hijos. No estoy discriminando a segmento de población que busco al no haber incluido en la encuesta edades al margen de mi público objetivo. Debería haber incluido una opción de otras edades al menos.

- **Otro error** que hace difícil el análisis es que habría discriminar en la encuesta a los encuestados que tiene hijos de los que no y abrir dos caminos diferentes., uno el recorrido en la encuesta para los que tienen hijos y otro donde se cierre la encuesta o se sondee su situación personal y planes de futuro para los que no, para obtener información de la potencial evolución del mercado objetivo. Esto haría mas fácil el análisis de los datos obtenidos y nos daría información adicional.

4. Representación de la propuesta de valor de forma clara precisa del producto. Indicando sus funcionalidades y características básicas, problema que soluciona y necesidad que cubre.

- Definición del producto: Club Infantil con horario de tarde extendido.
- Oferta principales y añadidas al producto o servicio:
 - Desarrollo post académico a través de apoyo con las tareas de la enseñanza obligatoria.
 - Refuerzo de valores como el esfuerzo, la responsabilidad personal, la tolerancia, el respeto a uno mismo y por tanto a los demás y la integración.
 - Desarrollo de habilidades interpersonales. A través de actividades grupales, actividades de exposición grupal adaptadas a las diferentes edades (presentaciones de tareas, contar historias, pequeñas representaciones teatrales, debates, etc)
 - Interacción de los niños con el personal del centro en inglés los profesores en inglés.
 - Seguimiento de tutoría y coaching personalizado.

El valor añadido es que cubre una franja horaria no cubierta o parcialmente cubierta las demás tardes. Y además integra servicios que se prestan de forma parcial por los competidores.

Como extensiones de valor:

- Programa de formación física y de los niños. (Prevista como desarrollo a futuro y dependiendo de la ubicación de las diferentes sedes)
- Servicio de catering.