



Proyecto de Innovación y Emprendimiento

Centro Integral de Estudios

“Mi Lugar Favorito”

Ilse Milena Echeverría Orellano.

Yulieth Paola León Contreras.

Dasnelis María Ramos Carrascal.

Ketty Mercedes Salazar Hurtado

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

Facultad Ciencias de la Educación

Programas

Licenciatura en Preescolar

Licenciatura Básica con Énfasis en Informática.

Santa Marta, Colombia

2022



Proyecto de Innovación y Emprendimiento

“Mi Lugar Favorito”

Ilse Milena Echeverría Orellano.

Yulieth Paola León Contreras.

Dasnelis María Ramos Carrascal.

Ketty Mercedes Salazar Hurtado

Trabajo presentado como requisito parcial para optar al título de:
Licenciatura en Preescolar y Licenciatura Básica con énfasis en informática

Director:

Ph.D., Gerardo Luis Angulo Cuentas

Codirector:

Keduin Fernández Montenegro

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

Facultad Ciencias de la Educación

Programas

Licenciatura en Preescolar

Licenciatura Básica con Énfasis en Informática.

Santa Marta, Colombia

Dedicatoria

Dedico este triunfo primeramente a Dios que por su gran misericordia pude culminar este proyecto, que además me llena de gran satisfacción, también a mis padres Teresa Carrascal y Antonio Ramos que son mi mayor apoyo emocional, mis hermanas queridas que cada día tuvieron la paciencia para ayudarme en todo lo que necesitara y por último a mi bello y adorado hijo pues es mi mayor motivación para seguir cumpliendo todas mis metas.

Dasnelis Ramos Carrascal

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios, quien me ha dado salud y fuerza para superar todos los momentos difíciles que encontré durante mi carrera universitaria, mi padre William Salazar, mi madre Margarita Hurtado y a mi amada hija María José; porque son esenciales en mi vida. A toda mi familia y amigos por motivarme a ser una mejor persona y no renunciar a ese gran sueño que desde niña tengo; ser una excelente docente.

Ketty Mercedes Salazar Hurtado

A Dios primeramente a quien doy gracias por todo lo que me ha permitido hacer, su misericordia ha sido grande para mí, también a mi madre que con gran esmero me apoya siempre, a mi padre, que hoy ya no está pero en vida me apoyó y a mi esposo también por su ayuda.

Yulieth León Contreras.

Dedicado con todo mi amor a Dios quien ha sido el complemento de mis luchas diarias para lograr mis propósitos, a mi hermosa familia que no me cortaron las alas para seguir el vuelo en este camino y siempre me dieron su apoyo incondicional, a mis compañeras de mi lugar favorito por confiar plenamente en mí y permitirme ser parte de este hermoso proyecto.

Ilse Milena Echeverría Orellano.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por permitirnos llevar a cabo este proyecto, dándonos la oportunidad de crecer en conocimientos y tener la experiencia de trabajar con un gran equipo.

A nuestros familiares por el apoyo incondicional que nos motivó a culminar. Esa motivación nos llevó a mantenernos siempre con ganas de continuar, a pesar de las dificultades presentadas.

Al CIE porque fue una pieza clave en el desarrollo de este proyecto; gracias a que nos brindaron un nuevo aprendizaje impartido por tutores que, sin interés alguno, nos ofrecieron las herramientas necesarias para ejecutar esta idea de emprendimiento de una forma satisfactoria.

Ilse Milena Echeverría Orellano.

Yulieth Paola León Contreras.

Dasnelis María Ramos Carrascal.

Ketty Mercedes Salazar Hurtado

RESUMEN

Antiguamente la conciliación laboral y familiar no era un problema porque las mujeres se quedaban en casa mientras el hombre era quien aportaba el dinero en el hogar. Afortunadamente, esto ha cambiado y esta forma obsoleta de ver la sociedad está llegando a su fin. Una mujer puede ser madre y trabajadora. (Roldan, 2021). En pleno siglo 21, la mujer ya no solo se encarga del cuidado de los hijos y de los quehaceres del hogar, también provee para el sustento de familia. Esto ha traído como consecuencia toda una carrera de obstáculos en cuanto a la vida escolar de sus hijos.

Pensando en una de las preocupaciones de los padres de familia, en lo que respecta a logros académicos alcanzados por sus hijos; se creará el Centro Integral de Estudios Mi Lugar Favorito un centro integral de estudios para orientar a los niños en la realización de las tareas escolares.

Este centro de apoyo escolar pretende ser una ayuda para aquellos padres que se sienten interesados en que sus hijos alcancen los objetivos escolares, pero en los que ellos lastimosamente no pueden participar, dado a que sus horas laborales son extensas y agotadoras. La mayoría de estos padres buscan personas de confianza, capacitadas y con experiencia, que les ayuden en esta ardua pero tan gratificante tarea.

El centro Integral de Estudios Mi Lugar Favorito tiene como propósito brindar un servicio de refuerzo a niños desde 5 hasta los 12 años ,en las asignaturas básicas (matemáticas, lenguaje, inglés e informática), también a través de las actividades que se desarrollan se busca fortalecer habilidades a través de la lúdica promoviendo el juego y la recreación con los cuales se pretende potenciar el desarrollo motriz, social y comunicativo en los niños; y capacidades por medio de la gamificación utilizando herramientas digitales para la realización de las diferentes tareas académicas de los niños, esto lo permiten las diferentes plataformas educativas.

Se trabaja con los niños por niveles buscando que su aprendizaje sea integral y adecuado para satisfacer las necesidades que tienen en sus diferentes edades. Estos están organizados de la siguiente manera.

Nivel 1: Trabajaremos con los niños en edad de preescolar (una maestra).

Nivel 2: Niños de primero, segundo y tercer grado (una maestra)

Nivel 3: Cuarto y quinto grado (una maestra)

Nivel 4: Sexto y séptimo grado (una maestra).

Palabras claves:

Apoyar, herramientas digitales, potenciar.

Abstrac

Thinking about one of the concerns of parents, regarding the academic achievements of their children; "My Favorite Place" was created, a comprehensive study center to guide children in carrying out extra-class activities.

This school support center aims to be a help for those parents who feel interested in their children reaching the school goals, but who unfortunately cannot participate, given that their working hours are long and exhausting. Most of these parents are looking for trusted, trained, and experienced people to help them with this arduous but rewarding task.

My Favorite Place supports children from 5 to 12 years old, in basic subjects (mathematics, language, English and computer science) it also strengthens skills through play with activities that promote play and recreation with which it is intended to enhance the motor, social and communication development in children; and capabilities through gamification using digital tools to carry out the different academic tasks of children, this is allowed by the different educational platforms.

We work with children by levels seeking that their learning is comprehensive and adequate to meet the needs they have at their different ages. These are organized as follows.

Level 1: We will work with children of preschool age (a teacher).

Level 2: First, Second, and Third Graders (One Teacher)

Level 3: Fourth and Fifth Grade (One Teacher)

Level 4: 6th and 7th grade (one teacher).

Keywords: Support, digital tools, empower.

Contenido

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO 1: MARCO LEGAL Y NORMATIVO | 4 |
| CAPÍTULO 2: FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA | 6 |
| 2.1. Modelo de negocio | 6 |
| 2.2. Modelo Canvas..... | 6 |
| 2.2.1. Partes del modelo Canvas | 6 |
| 2.3. Método Lean Startup | 8 |
| 2.4. Lienzo de la propuesta de valor | 8 |
| 2.5. Ruta Early Adopters | 9 |
| 2.6. Mapa de Empatía | 10 |
| 2.7. Cliente | 10 |
| 2.8. Usuario..... | 10 |
| 2.9. Prototipado | 10 |
| 2.10. Hosting | 11 |
| 2.11. Q10 | 11 |
| 2.12. La nómina..... | 12 |
| 2.13. Refuerzo escolar | 12 |
| 2.14. Material de apoyo didáctico | 12 |
| 2.15. Centro de apoyo escolar/pedagógico | 12 |
| CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA | 14 |
| 3.1 Análisis general | 14 |
| 3.1. 1. Competidores directos | 14 |
| 3.1.2. Competidor Indirecto..... | 15 |
| 3.2. Análisis DOFA | 16 |
| CAPÍTULO 4: DESARROLLO METODOLÓGICO..... | 18 |
| 4.1. Problema | 18 |
| 4.2. Análisis de tendencia/ Benchmarking | 20 |
| 4.2.1. Kumon | 20 |
| 4.2.2. Superprof Colombia | 21 |
| 4.3. Ruta Early Adopters | 21 |
| 4.4. Hipótesis del modelo de negocio | 22 |
| 4.4.1. Hipótesis del problema..... | 22 |
| 4.4.2 En cuanto a la hipótesis del cliente | 23 |
| 4.4.3. La hipótesis del usuario..... | 23 |

| | |
|---|----|
| 4.5. Método de validación de las hipótesis | 23 |
| 4.5.1. Proceso de validación de la hipótesis del problema | 24 |
| 4.5.2. Conclusión validación de la hipótesis del problema..... | 25 |
| 4.5.3. Proceso de validación de la hipótesis del cliente..... | 25 |
| 4.5.4. Conclusión de los hallazgos Hipótesis del Cliente..... | 26 |
| 4.5.5. Validación de la hipótesis del usuario..... | 27 |
| 4.5.6. Conclusión de los hallazgos hipótesis del usuario..... | 28 |
| 4.6. Arquetipo de Clientes y Usuarios..... | 28 |
| 4.6.1. Clientes potenciales..... | 28 |
| 4.7. Mapa de empatía..... | 29 |
| 4.7.1. Clientes..... | 29 |
| 4.7.2. Usuarios..... | 31 |
| 4.8. Segmentación del mercado | 33 |
| 4.9. Propuesta de valor | 36 |
| 4.9.1. Propuesta de valor para los usuarios | 36 |
| 4.9.2. Propuesta de valor para los clientes..... | 38 |
| 4.10. Canales de difusión. | 38 |
| 4.10.1. Redes sociales..... | 39 |
| 4.10.2. Correo electrónico..... | 39 |
| 4.10.3. Página Web | 39 |
| 4.10.4. Folletos publicitarios..... | 39 |
| 4.10.5. Vallas publicitarias | 40 |
| 4.10.6. Cuñas radiales | 40 |
| 4.11. Relaciones con el cliente | 40 |
| 4.12. Actividades claves..... | 41 |
| 4.12.2. Comité académico | 41 |
| 4.12.4. Escuela para padres | 41 |
| 4.13. Recursos claves | 42 |
| 4.13.1. Recursos humanos | 42 |
| 4.13.2. Recursos físicos..... | 42 |
| 4.13.3. Recursos tecnológicos | 42 |
| 4.13.4. Recursos didácticos | 42 |
| 4.14. Socios claves..... | 42 |
| 4.14.1. Centro de Innovación y Emprendimiento-CIE..... | 43 |
| 4.14.3. Cámara de Comercio | 43 |
| 4.14.4. Instituciones Educativas..... | 43 |

| | |
|---|-----------|
| 4.15. Validación tracción comercial | 43 |
| 4.16. Conclusión de los hallazgos validación tracción comercial | 46 |
| 4.17. Diseño del Prototipo funcional | 46 |
| CAPÍTULO 5: PROTOTIPO FUNCIONAL MÍNIMO VIABLE | 48 |
| 5.1. Desarrollo del prototipo funcional mínimo viable | 48 |
| 5.1.2. Ruta de acceso del cliente | 49 |
| 5.1.3. Ruta de acceso del usuario | 49 |
| 5.3. Metodologías aplicadas | 50 |
| 5.3.1. Teoría constructivista | 50 |
| 5.3.2. Pedagogía Waldorf | 52 |
| 5.3.3. Método de andamiaje | 54 |
| 5.3.4. La gamificación | 54 |
| 5.4. Documento Guía: Derechos Básicos de Aprendizaje (DBA) | 54 |
| 5.4. Organigrama | 55 |
| 5.5. Rol del orientador | 61 |
| CAPÍTULO 6: ESTRUCTURA DE COSTOS Y ANÁLISIS | 62 |
| 6.1. Inversión inicial | 62 |
| 6.2. Costos fijos | 65 |
| 6.2.1. Nómina | 65 |
| 6.2.2. Otros costos fijos | 66 |
| 6.2.3. Costos variables | 66 |
| 6.3. Conclusión | 67 |
| 6.4. Análisis financiero | 68 |
| CONCLUSIÓN | 73 |
| ANEXOS | 74 |
| 1. Proceso De Validación De La Hipótesis Del Problema | 74 |
| 2. Proceso De Validación De La Hipótesis Del Cliente | 75 |
| 3. Proceso De Validación De La Hipótesis Del Usuario | 76 |
| 4. Proceso De Validación De La Hipótesis Del Logo | 76 |
| 5. Proceso De Validación De La Hipótesis De La Página Web | 78 |
| 6. Logo | 79 |
| 5. Creación Página Web | 79 |
| 6. Canales De Difusión | 80 |
| 7. Validación Tracción Comercial | 80 |
| REFERENCIAS | 83 |

Lista de ilustraciones

| | |
|--|----|
| Ilustración 1: Modelo de negocio Canvas..... | 8 |
| Ilustración 2: Lienzo de la propuesta de valor | 9 |
| Ilustración 3: Plataforma Q10..... | 11 |

Lista de imágenes

| | |
|--|----|
| Imagen 1:Matriz DOFA | 17 |
| Imagen 2 : Ruta Early Adopters competidor directo KUMON | 21 |
| Imagen 3: Ruta Early Adopters competidor indirecto, SPERPROF COLOMBIA..... | 22 |
| Imagen 4:Tablero de validación | 23 |
| Imagen 5: Mapa de empatía, clientes | 31 |
| Imagen 6: Mapa de empatía, usuarios | 33 |
| Imagen 7: Cifras de Educación Preescolar, Básica y Media a nivel Nacional..... | 33 |
| Imagen 8: Reporte SIMAT 2021..... | 34 |
| Imagen 9: Reporte GEOVISOR CNPV..... | 34 |
| Imagen 10: Variación porcentual de vivienda y hogares | 35 |
| Imagen 11: : población ocupada de Santa Marta | 35 |
| Imagen 12: población ocupada Santa Marta-según posición ocupacional..... | 36 |
| Imagen 13: Lienzo de la propuesta de valor usuarios. | 37 |
| Imagen 14.: Lienzo de la propuesta de valor, encaje del producto..... | 37 |
| Imagen 15: Lienzo de la propuesta de valor clientes..... | 38 |
| imagen 16: Ruta de acceso del cliente..... | 49 |
| Imagen 17: Ruta de acceso al usuario | 49 |
| Imagen 18 : Organigrama | 56 |

Lista de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1: Análisis de tendencias y benchmarking..... | 20 |
| Tabla 2: Encuesta a Centros de Apoyo..... | 24 |
| Tabla 3: encuesta a padres de familia..... | 26 |
| Tabla 4: encuesta a estudiante | 27 |
| Tabla 5: Encuesta Validación del Logo | 44 |
| Tabla 6: Encuesta Validación de Página Web..... | 45 |
| Tabla 7: Junta Directiva | 56 |
| Tabla 8 :funciones del Director..... | 57 |
| Tabla 9: Funciones del Comité Académico | 58 |
| Tabla 10: funciones del orientador | 59 |
| Tabla 11: funciones de secretaría | 60 |
| Tabla 12: funciones del asesorador | 61 |
| Tabla 13: Muebles y enseres | 62 |
| Tabla 14: Equipos de oficina | 63 |
| Tabla 15: Gastos..... | 64 |
| Tabla 16: Servicios públicos..... | 64 |
| Tabla 17: Nómina..... | 65 |
| Tabla 18: Otros costos | 66 |
| Tabla 19: Costos variables..... | 67 |
| Tabla 20 :Costos totales | 68 |
| Tabla 21 Punto de Equilibrio | 69 |
| Tabla 22: Punto de Equilibrio | 70 |

INTRODUCCIÓN

El Centro Integral de Estudios Mi Lugar Favorito se centrará en la zona urbana de la ciudad de Santa Marta, en la comuna 7 de la localidad 3 del departamento del Magdalena. La economía del sector está basada en el turismo, la pesca y el comercio.

Este centro va dirigido directamente al beneficio de la población entre las edades de 5 a 12 años y pertenecientes a los grados de la educación formal entre preescolar y segundo grado de la básica secundaria.

Actualmente, en nuestra sociedad se están brindando refuerzos escolares para los niños y niñas que ya se encuentran en la vida escolar en espacios no muy llamativos.

Reforzar académicamente es afianzar conocimientos. Según Córdova, Barrera (2019), los procesos de refuerzo escolar se dirigen a explorar los intereses de los estudiantes, a mejorar las metodologías de aprendizaje, a guiar en situaciones especiales entre otros. Por ende, la intención de este proyecto es que dicho conocimiento el estudiante lo obtenga de manera significativa, a través, de actividades lúdicas y utilizando las herramientas TIC; que logren que cada aprendizaje sea participativo e integral.

Con esta propuesta se quiere brindar a la comunidad estudiantil, espacios fuera de lo tradicional, donde el estudiante no solo refuerce su aprendizaje, sino que también llega a la construcción autónoma de este.

Las metodologías aplicadas contribuirán a que el estudiante deje a un lado esa rutina escolar que manejan diariamente y de manera amena logre desarrollar sus capacidades, competencias e intereses.

Además, se brindará al padre de familia o cuidador un lugar confiable, donde sus hijos estarán bajo la atención y supervisión de excelentes orientadores escolares; que son docentes con una buena formación.

El presente proyecto de Innovación y Emprendimiento se formuló como requisito de grado para obtener el título de Licenciadas en Educación Básica con Énfasis en Informática y Licenciadas en Educación Preescolar por la Universidad del Magdalena en Santa Marta, Colombia.

Este documento está organizado en seis capítulos que le permitirán comprender detalladamente cada uno de sus componentes.

En el primer capítulo se expone todo sobre las leyes y normas relacionadas con el tema del proyecto.

En el segundo capítulo está descrita la información que concierne a los métodos que hicieron posible que este proyecto se llevara a cabo.

En el tercer capítulo, está el análisis de industria, es decir la indagación de los competidores directos e indirectos que se encuentran en la ciudad para conocer la metodología y estrategias que implementan estos centros.

En el cuarto capítulo se enfatiza en la problemática que presentan los estudiantes y en las soluciones que como centro Integral de Estudios se le puede brindar, para contribuir en el mejoramiento de su aprendizaje y habilidades escolares, a través de la implementación de las TIC como herramientas enriquecedoras del proceso escolar.

El quinto capítulo, se refiere al Prototipo Funcional Mínimo Viable que desglosa todos los resultados arrojados durante la presentación a la comunidad del proyecto Centro Integral De Estudio Mi Lugar Favorito.

En el sexto capítulo se detalla toda la parte financiera.

Este proyecto surgió a partir de la participación en el evento denominado Kick off organizado por el CIE, en este, se recibieron las orientaciones necesarias para la creación de un proyecto de emprendimiento, luego cada tutor asignado expresaba cómo se podía ir sentando las ideas, que procesos y herramientas se debían usar y al finalizar cada reunión dejaban una tarea que sería revisada en la próxima sesión, también aclaraban dudas que se tuvieran.

Ya terminado lo anterior se comenzó el proceso de recolección de información y trabajo de campo; para esto se realizaron encuestas por medio de Google Forms que fueron enviadas a través de Whatsapp. Obtenidos los resultados que arrojaron los formularios se comenzó a perfeccionar las ideas que ya se tenían pensando en las necesidades que los posibles clientes presentaban, también se dio el “plus” de este proyecto que es el uso de las TIC en el proceso de enseñanza y aprendizaje. A partir de todo lo mencionado, se comenzó a presentar a los posibles clientes las propuestas que ya se tenían establecidas, por ejemplo: precio de inscripciones, precio de la mensualidad, el escudo del Centro Integral de Estudios, la página web, horarios y asignaturas a reforzar. Por medio de estadísticas que arrojaban el mismo sistema de Google Forms se pudo validar las ideas presentadas; pasando a la organización y redacción de este documento

CAPÍTULO 1: MARCO LEGAL Y NORMATIVO

La educación como lo señala la Constitución Política de Colombia de 1991, en su artículo N° 44. Son derechos fundamentales de los niños: la vida, la integridad física, la salud y la seguridad social, la alimentación equilibrada, su nombre y nacionalidad, tener una familia y no ser separados de ella, el cuidado y amor, la educación y la cultura, la recreación y la libre expresión de su opinión. Serán protegidos contra toda forma de abandono, violencia física o moral, secuestro, venta, abuso sexual, explotación laboral o económica y trabajos riesgosos. Gozarán también de los demás derechos consagrados en la Constitución, en las leyes y en los tratados internacionales ratificados por Colombia. La familia, la sociedad y el Estado tienen la obligación de asistir y proteger al niño para garantizar su desarrollo armónico e integral y el ejercicio pleno de sus derechos. Cualquier persona puede exigir de la autoridad competente su cumplimiento y la sanción de los infractores. Los derechos de los niños prevalecen sobre los derechos de los demás.

En el Artículo 67 de la misma Constitución se menciona que la educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura. La educación formará al colombiano en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia; y en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente.

El Estado, la sociedad y la familia son responsables de la educación, que será obligatoria entre los cinco y los quince años de edad y que comprenderá como mínimo, un año de preescolar y nueve de educación básica.

Corresponde al Estado regular y ejercer la suprema inspección y vigilancia de la educación con el fin de velar por su calidad, por el cumplimiento de sus fines y por la mejor formación moral, intelectual y física de los educandos; garantizar el adecuado cubrimiento del servicio y asegurar a los menores las condiciones necesarias para su acceso y permanencia en el sistema educativo.

En el Artículo 68, se establece que los particulares podrán fundar establecimientos educativos. La Ley establecerá las condiciones para su creación y gestión. La comunidad educativa participará en la dirección de las instituciones de educación.

La enseñanza estará a cargo de personas de reconocida idoneidad ética y pedagógica. La Ley garantiza la profesionalización y dignificación de la actividad docente. Los padres de familia tendrán derecho de escoger el tipo de educación para sus hijos menores.

En los establecimientos del Estado ninguna persona podrá ser obligada a recibir educación religiosa. Las integrantes de los grupos étnicos tendrán derecho a una formación que respete y desarrolle su identidad cultural.

La erradicación del analfabetismo y la educación de personas con limitaciones físicas o mentales, o con capacidades excepcionales, son obligaciones especiales del Estado.

Tras lo establecido por la Constitución Política, se expide la Ley 115 de 1994. Aquí se mencionan las normas generales que rigen el Sistema Educativo en Colombia, definiendo los fines y principios necesarios para satisfacer las necesidades de las personas, la familia y la sociedad.

En el artículo 1 de la Ley se establece su objeto el cual define que la educación es un proceso de formación permanente, personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos y de sus deberes. La presente Ley señala las normas generales para regular el Servicio Público de la Educación que cumple una función social acorde con las necesidades e intereses de las personas, de la familia y de la sociedad. Se fundamenta en los principios de la Constitución Política sobre el derecho a la educación que tiene toda persona, en las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra y en su carácter de servicio público.

CAPÍTULO 2: FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA

En este capítulo se desarrollarán diferentes conceptos claves que orientarán el desarrollo de este proyecto.

2.1. Modelo de negocio

Según Chesbrough y Rosenbloom (2001) citados por Martínez, E (2014, p. 8) “Un modelo de negocio consiste en articular la proposición de valor; identificar un segmento de mercado; definir la estructura de la cadena de valor; estimar la estructura de costes y el potencial de beneficios; describir la posición de la empresa en la red de valor y formular la estrategia competitiva”.

2.2. Modelo Canvas

El suizo Alexander Osterwader, The Business Model Ontology (2004) Citado por Ferreira (2015) define a Canva como una herramienta para el análisis de ideas de negocio, desarrollada por él. Es un método que describe de manera lógica la forma en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor.

2.2.1. Partes del modelo Canvas

A continuación, señalaremos cómo está conformada según lo descrito por Sánchez, Arellano (2017.p, 5), quienes lo especifican por bloques así:

2.2.1.1. Área Clientes.

Segmento de clientes: En esta parte se listan a los clientes o grupos de clientes, a los diferentes canales, a los tipos de relaciones, a los diferentes tipos de beneficios para la empresa y a lo dispuesto a pagar por diferentes aspectos de la oferta.

Proposición de valor: Se refiere a la razón por la cual los clientes escogen una empresa y no otra, a la propuesta que permite resolver problemas a los clientes y a los productos y

servicios que se ofrecerán a los clientes, además de la satisfacción y necesidades de los clientes.

Canales: Se refiere a la comunicación, distribución y venta. Es la que genera la interfaz entre la empresa y los clientes, además de ser los puntos de contacto en la experiencia del cliente. Este bloque es útil para que los consumidores conozcan la empresa, evalúen la propuesta, prueben, obtengan y califiquen.

2.2.1.2. Área Oferta.

Relación con los clientes: En este bloque la organización debe escoger el tipo de relación que desea mantener con su cliente, ya que las relaciones pueden ser personalizadas o automatizadas. Las relaciones pueden guiarse por distintas motivaciones: adquirir clientes, retener clientes, aumentar las ventas, y deben estar integradas con el resto del modelo de negocio.

2.2.1.3. Área Infraestructura.

Esquema de ingresos: Se refiere a las fuentes de recepción de los ingresos por la propuesta de valor que se ofrece. Representa las arterias del modelo de negocio, se plantea el ¿cómo prefieren pagar los clientes?

Recursos: Consiste en los recursos que se deben desplegar para hacer que el negocio funcione. Incluye recursos físicos, intelectuales, humanos y financieros. Pueden ser propios, arrendados o adquiridos de sus aliados clave.

Actividades: Hace referencia a las actividades que se realizan mediante la utilización de los recursos claves para producir la oferta de valor y para gestionar las relaciones con los clientes y los aliados.

Socios: Representan la red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocios. Se crean alianzas para optimizar el modelo de negocios, deducir riesgos o para adquirir recursos.

Estructura de costos: Se refiere a los costos en los cuales incurre la empresa para hacer funcionar el modelo de negocios, además de crear valor, entregar valor, mantener las relaciones con el cliente.

Ilustración 1: Modelo de negocio Canvas



Fuente: Universidad del Magdalena

2.3. Método Lean Startup

“El método lean startup es el sistema utilizado para pasar de proyecto a empresa poniendo el foco en las necesidades del cliente, contando con su retroalimentación para ir modificando el producto hasta desarrollar la versión final” (Carazo Janire, 2017).

2.4. Lienzo de la propuesta de valor

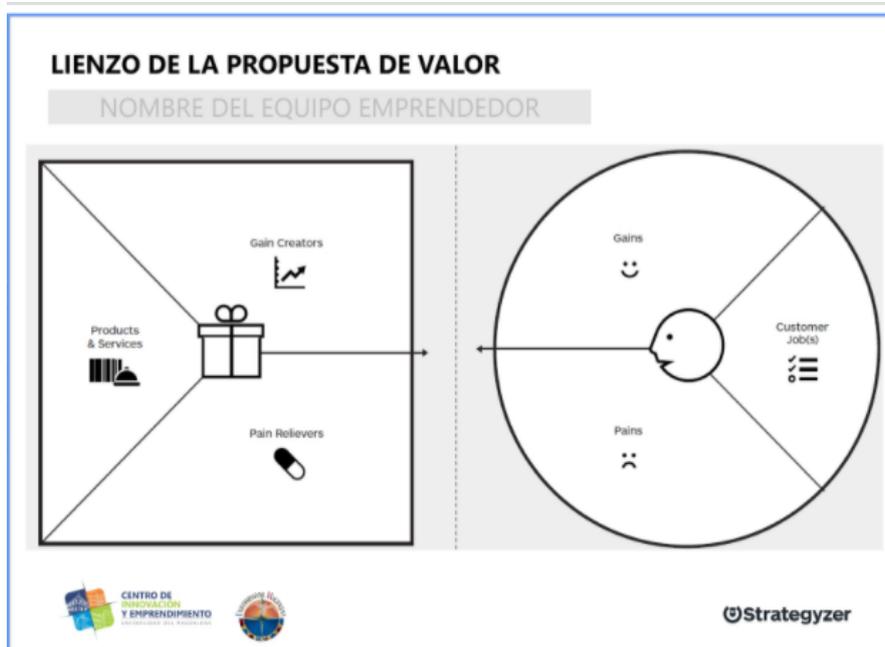
Como lo dice Betancourt, D. (2016) el lienzo de la propuesta de valor es una herramienta visual que permite definir o ajustar la propuesta de valor por medio de la conexión de las necesidades y deseos del cliente con la propuesta de valor. (párr, 05)

Alex Osterwalder (2014), citado por Betancourt (2016) dice que el lienzo consta de dos partes:

La parte de observar: Es el lado derecho del lienzo. Aquí se construyen las hipótesis basadas en el cliente, o dicho de otra forma lo que creemos que necesita y desea el cliente. También se denomina <Perfil del cliente.>

La parte de diseñar: El lado izquierdo. Aquí se plasman las hipótesis de valor a partir de tu producto o servicio y las hipótesis basadas en el cliente. Es el producto o servicio que creemos que va a satisfacer las necesidades y deseos del cliente. También se denomina <Mapa de valor>.

Ilustración 2: Lienzo de la propuesta de valor



Fuente: Universidad del Magdalena

2.5. Ruta Early Adopters

“Un Early Adopters es aquel que utiliza los nuevos productos de una determinada marca antes que la mayoría de los demás consumidores. Conocidos también como los primeros usuarios, proporcionan retroalimentación a la marca y la ayudan a refinar algunas características, por ejemplo: el diseño de un producto ``.(Carranza, A. 2021. Párr. 04).

2.6. Mapa de Empatía

Osterwalder y Pigneur (2011) citados por García, L (2019), definen el mapa de empatía como “una herramienta que facilita en gran manera, tener una idea de lo que el cliente quiere y busca en un producto o servicio, basándose en sus sentimientos y manera de comportarse dentro de una sociedad, potenciando el modelo de negocio y diseñando una propuesta de valor orientada al cliente”. (p. 07).

2.7. Cliente

El Diccionario de Marketing, de Cultural S. A. (2005), menciona el cliente como un término que define a la persona u organización que realiza una compra. Ya sea que compre en su nombre, y disfrute personalmente del bien adquirido, o compre para otro, como el caso de los artículos infantiles. También mencionan que es la parte más importante de la compañía.

Según el libro de Marketing de Clientes (2003) citado por Alpizar, A & Hernandez, L (2015, p. 19), se menciona lo siguiente: "La palabra cliente proviene del griego $\kappa\lambda\iota\epsilon\iota\tau\eta\varsigma$ antiguo y hace referencia a la persona que depende de. Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer".

2.8. Usuario.

Un usuario es aquel individuo que utiliza de manera habitual un producto, o servicio, y que siente beneficios y satisfacción al hacerlo, sin entrar tanto en la marca que hay detrás, sino en las gratificaciones que obtiene al utilizarlo (Rosario Peiró. 2020. Párr. 9).

2.9. Prototipado

El prototipado es “una práctica que consiste en desarrollar modelos de estudio con poco dinero y de forma rápida para descubrir el potencial y la viabilidad de propuestas de valor y modelos de negocio alternativos”. (Osterwalder, A. 2014).

2.10. Hosting

Según el portal web Hostingred (s.f) Hosting se refiere al servicio que permite que un sitio web permanezca en línea los 365 días del año, sin embargo, el Hosting no solamente sirve para hospedar un sitio web, sino que sirve para hospedar cualquier tipo de información, incluido aplicaciones, sistemas de correos, archivos, bases de datos etc. En pocas palabras si se trata de confiar la información en un proveedor externo, cualquiera que ella sea, se requiere este servicio.

2.11. Q10

Según Q10 Colombia, este es un software en la nube que apoya la gestión académica, administrativa y de educación virtual para las instituciones de educación.

Como solución integral orientada al servicio, genera un impacto positivo en el crecimiento y rentabilidad de su organización.

A continuación, se explica por medio de la siguiente imagen todos los servicios que brindan en materia de gestión de las diferentes gestiones que se dan en las instituciones.

Ilustración 3: Plataforma Q10



Fuente: Tomado de Q10.COM Colombia

2.12. La nómina

“Es un recibo en el que la empresa acredita el pago de las diferentes cantidades de dinero que conforman el sueldo de un trabajador (Susana Gill 2015).

2.13. Refuerzo escolar

El refuerzo escolar es una estrategia pedagógica que mejora el aprendizaje en los estudiantes y la calidad educativa institucional, reduciendo los niveles de deserción y aumentando las tasas de retención estudiantil (Romero, 2019, p. 9). Dicho lo anterior, el refuerzo escolar se puede tomar como una acción complementaria de las actividades que les dejan en las escuelas.

Es una dinámica en la cual se permiten reforzar aquellos conceptos que no son claros dentro de las clases habituales, permitiendo que los niños y las niñas realicen sus deberes de manera más abierta y personalizada Mayayo (como se citó en Garcia,2017). Además, Según García, (2017) dice que el refuerzo escolar permite dar una orientación al proceso de adecuación y formación. El refuerzo escolar busca integrar todo el mundo de las actividades no curriculares sin desligarse del mismo dando origen a estrategias novedosas para afianzar el aprendizaje.

2.14. Material de apoyo didáctico

“El material didáctico es aquel que reúne medios y recursos que facilitan la enseñanza y el aprendizaje. Suelen utilizarse dentro del ambiente educativo para facilitar la adquisición de conceptos, habilidades, actitudes y destrezas”. (Pérez y Garde 2008)

2.15. Centro de apoyo escolar/pedagógico

Es una organización educativa, cuyo objetivo es que, a partir de los conceptos pedagógicos, se logre dar respuestas a los desafíos de las épocas, diagnosticando, tratando y evaluando problemas de aprendizaje. (Tenecora, López, 2011 p.11)

Así mismo aluden en este son, Pico CMP, y Pernas M. (2009), ciertamente el estudio publicado en zona próxima revista del instituto de estudios en educación Universidad del Norte el centro de apoyo “es una atención a la diversidad, que va más allá de la reflexión atendiendo las dificultades que se presentan día a día en las instituciones educativas, esa que se ha convertido en un desafío para el docente y examina sus cualidades, fortalezas y habilidades con el fin de generar una reflexión en el docente de si está cumpliendo o no con su función”. Con lo anterior se evidencia lo necesaria y apropiada la existencia de estos centros de apoyo escolar.

Por otro lado, la Fundación San Cebrián (s.f) define el apoyo escolar como “el programa que está destinado a mejorar las perspectivas escolares de los alumnos con dificultades.

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

3.1 Análisis general

Se realizó una encuesta por medio de la herramienta de Google Forms a 30 centros de apoyo escolar en la ciudad de Santa Marta, con esta información se obtuvo que ninguno refuerza el aprendizaje a través de las TIC, y solo el 5% de los encuestados realiza actividades lúdicas a los niños, el 95% restante lo hace con una metodología tradicionalista o con módulos educativos como es el caso de Kumon.

3.1. 1. Competidores directos

3.1.1.1. Kumon.

Se encuentra ubicado en la Av. El Libertador #23 - 32, Santa Marta. Tienen servicio para niños y niñas de 4 años hasta los 14, manejan diferentes precios y estos dependen del grado académico del estudiante. Ellos manejan módulos para el aprendizaje de los temas y solo refuerzan las áreas básicas como las matemáticas, el castellano y el inglés. El segmento de clientes son estudiantes de diferentes sectores de la ciudad. Manejan su propia página Web y también software para las clases virtuales que estas son ocasionalmente, dado a la pandemia mundial actual.

3.1.1.2. Centro Integral de Estudios (CIE).

Se encuentra ubicado en Cra 32 No. 26B-31 barrio Mamatoco Santa Marta. Se refuerza a los estudiantes de la básica primaria y básica secundaria en las áreas básicas, también a estudiantes universitarios con trabajos y cálculo integral. El servicio se prestaba en la institución, pero dada la pandemia actual los docentes se dirigen a la casa de los estudiantes.

3.1.1.3. Centro Cultural y de Capacitación Caja de Compensación Familiar del Magdalena (Cajamag).

Cajamag es la caja de compensación familiar del Magdalena, una corporación de derecho privado sin ánimo de lucro, que pertenece al Sistema del Subsidio Familiar y al Sistema de Protección y Seguridad Social.

Esta corporación tiene una sede de apoyo a niños y niñas con necesidades especiales, se encuentra ubicada en la calle 23 No. 7-78 Santa Marta, ofrecen refuerzo a niños de preescolar y básica primaria que tienen alguna discapacidad ya sea física o cognitiva, trabajan de la mano con profesionales de la salud.

3.1.1.4. Melcris.

Se encuentra ubicado en la calle 46b #26-62 localidad Rincones de Santa Cruz, en la ciudad de Santa Marta. Ofrecen estudios dirigidos personalizados, a niños desde el grado preescolar hasta la básica secundaria.

3.1.2. Competidor Indirecto

3.1.2.1. Niños Felices.

Se encuentra ubicado en la carrera 12 # 2- 27 Apt 2, barrio Bonda en la ciudad de Santa Marta. Ofrece refuerzo escolar para niños de primaria. Cuenta con pocos cupos, el espacio es reducido, no es visible, cuenta con una tutora. El segmento de clientes son los habitantes de la comunidad. La docente tiene estudios tecnológicos. No manejan la tecnología.

3.1.2.2. Pequeños Gigantes.

Se encuentra ubicado en la Carrera 29 #29f-10, barrio Santa Ana. Dan refuerzo escolar para niños y niñas de primaria y bachillerato, cuenta con una tutora, no se realiza trabajo extra clase si no que se enfocan en avanzar al niño en las áreas requeridas. El segmento de clientes son estudiantes del sector.

3.1.2.3. Vamos Aprender.

Es un Centro de Estudios dirigidos que refuerza las áreas básicas como la matemática y el castellano, a estudiantes desde el preescolar hasta la básica primaria. El segmento de clientes son los niños del mismo sector.

3.1.2.4. Superprof Colombia.

Es una página Web informativa que ofrece refuerzo escolar para niños de primaria y bachillerato, de manera presencial y virtual. Cobran cuota de suscripción, y el método de enseñanza es dinámico.

3.2. Análisis DOFA

Teniendo en cuenta la información recolectada por las encuestas realizadas en diferentes barrios de esta ciudad, se pudo determinar que son pocos los centros de apoyo que cuentan con una documentación legal para realizar esta labor de apoyar las actividades o tareas que se dan en las aulas de clases.

Por otro lado, muchos de los docentes que ofrecen este tipo de servicios solo cuentan ya sea con formación secundaria, o normalistas y generalmente sus usuarios son familiares o estudiantes de la Institución donde ejercen como profesores.

La mayoría de estos centros se dedican al refuerzo de las materias básicas, como castellano, matemáticas y algunas veces el inglés; el costo del curso varía según el grado académico del estudiante y el estrato socio-económico donde se encuentra ubicado el centro; además los docentes utilizan sus propias casas o la de sus estudiantes para brindar dicho servicio y esto no favorece el aprendizaje dado que el espacio es muy reducido.

El Centro Integral de Estudios Mi Lugar Favorito tendrá el mismo costo para todos los estudiantes y contará con licenciadas altamente capacitadas en el área de preescolar, básica primaria y bachillerato, además las instalaciones contarán con amplio espacio que permitirá un óptimo aprendizaje, que será orientado a través de las TIC y teniendo como estrategia pedagógica la lúdica y la recreación; esto con el fin de fortalecer las habilidades de los niños.

Imagen 1:Matriz DOFA



Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 4: DESARROLLO METODOLOGICO

4.1. Problema

Actualmente en el sector educativo se han presentado un sin número de dificultades que lleva a los niños a la deserción escolar; Liliana Romero (2019), comenta que “la deserción en la escuela afecta a los niños y niñas, que por diversos factores se ven obligados a interrumpir sus estudios o posponerlos; Por ejemplo, el trabajo infantil (una solución para ayudar a sus familias en situaciones económicas precarias), repitencia de años académicos, problemas personales y familiares, desmotivación o desinterés por su educación y problemas de tipo cognitivo y psicológico, entre otros; ocasionando bajo rendimiento académico, visibilizando problemas de aprendizaje y generando desmotivación desde los primeros años de escolaridad. Lo anterior conlleva a buscar estrategias para mejorar el proceso de educación de muchos niños y jóvenes de nuestra ciudad.

Otra dificultad, es que existen padres o acudientes responsables de los niños y niñas que laboran y no cuentan con una persona o un centro que afiance el aprendizaje en los estudiantes y reciban una educación complementaria después de la escuela que permita seguir desarrollando habilidades y capacidades en los educandos. Cabe resaltar que estos padres o acudiente que trabajan, dedican mucho tiempo a sus cuestiones laborales, por lo que, al final del día tienen poco tiempo para ayudar a sus hijos con las tareas de la escuela. En caso de ayudar a su hijo a realizar las tareas escolares puede suceder que, los niños no logren entender. Teniendo en cuenta que ya están cansados y muchas veces no han dormido durante el día para que el cuerpo y la mente estén en mejores condiciones para el aprendizaje. Sadeh, Gruber y Raviv (cómo se citó en Cladellas et al, 2011) dicen que un sueño adecuado desempeña un papel crítico en el desarrollo del cerebro, en el aprendizaje y en la consolidación de los recuerdos y que este repercute en la conducta, el rendimiento escolar y en la regulación emocional.

Por otra parte, y no menos importante se haya que estudios realizados en Santa Marta por el DANE en febrero -abril 2021 donde dice que la tasa global de participación de la ciudadanía de es del 57,5 % y la tasa de ocupación son del 48,4 %.

La población ocupada en Santa Marta en el mes de febrero -abril (2020 -2021) fue de 194 miles de personas. Teniendo en cuenta lo anterior se concluye que gran parte de los hogares samarios los padres o responsable de los niños en edades escolares se encuentran laborando, por ende, es probable que estos niños no tienen quien los oriente en casa de una manera adecuada y en horarios favorables para el aprendizaje. En el indicador del mercado por el DANE también se refleja información de los trabajos que tienen algunos samarios según las ramas de actividad como lo es; el comercio y reparación de vehículos, construcción e industrias manufactureras entre otras. Con esto conocemos que el trabajo sería de 8 horas de trabajo mínimas, donde estos padres de familia llegan a casa de noche y agotados para empezar ayudar a sus hijos en las tareas y demás actividades con relación a sus estudios.

Por otro lado, está la dificultad de tener escasos centros que refuercen el aprendizaje en esta ciudad y que implementen estrategias TIC para desarrollar las habilidades cognitivas, motoras y comunicativas desde la etapa inicial. Se comprueba la poca oferta de estos centros en la ciudad de Santa Marta, con la búsqueda realizada tanto en la Web como en las comunidades de la ciudad, pues no se identificó ningún centro que brinde un servicio integral para las edades iniciales; se encontró que la mayoría solo refuerza a los niños en escritura y matemáticas, en otros agregan el inglés, pero sin profundizar, el espacio de alguno de estos es reducidos y tampoco usan las TIC al momento de enseñar. La educación no puede ignorar el avance que ha tenido la tecnología en los últimos tiempos, pues se ha convertido en una necesidad humana, además cuenta con múltiples estrategias para el aprendizaje con las cuales se puede motivar al estudiante, claro está sin que se pierda el sentido de enseñar, por esto se debe tener presente para enriquecer aún más este proceso.

4.2. Análisis de tendencia/ Benchmarking

Con la herramienta del análisis de tendencia se reconoció muy puntualmente el comportamiento en el mercado sobre los centros de refuerzo en la ciudad y como estos se comportan en el mismo, ya sea de manera directa e indirecta.

En la tabla 1 se evidencia detalladamente.

Tabla 1: Análisis de tendencias y benchmarking

| Variables | Nombre del Competidor | Problema o Necesidad | Segmento de Cliente | Propuesta de Valor | Tecnología |
|--------------|-----------------------|--|---|---|--|
| Competidores | | | | | |
| Directos | Kumon | No manejan la tecnología | Estudiantes pertenecientes a la básica primaria y básica secundaria en la ciudad de Santa Marta | Los módulos educativos teniendo en cuenta la edad del estudiante y metodología única. | Página Web, software |
| Indirectos | Superprof Colombia | No cuentan con un espacio adecuado para las clases | Estudiantes desde la primaria hasta profesional, de cualquier ciudad de Colombia | Cualquier horario, la oferta y demanda es a nivel Nacional. | Página Web, herramientas tecnológicas como Meet. |

Fuente: elaboración propia.

Según lo anterior se tiene como competidor directo:

4.2.1. Kumon

Como lo dice en su página oficial, Kumon es una metodología que busca incentivar en el niño la autonomía a la hora de estudiar para fortalecer el potencial de aprendizaje de cada uno. Por medio de un proceso de aprendizaje planeado e individualizado. El método Kumon

estimula en el alumno el gusto por aprender y a sentirse seguro. Se encuentran en varios países como, Chile, Argentina, Colombia etc.

Su propuesta de valor está centrada en la metodología educativa que es llamada el Método Kumon, son ejercicios de cálculo en hojas sueltas de papel combinado con un método de autoestudio que permite a los niños avanzar por sí mismos. También tiene unos puntos fuertes como lo es el estudio en casa, la orientación individualizada, el estudio autodidacta y el material didáctico (módulos).

Por otro lado, está el competidor indirecto

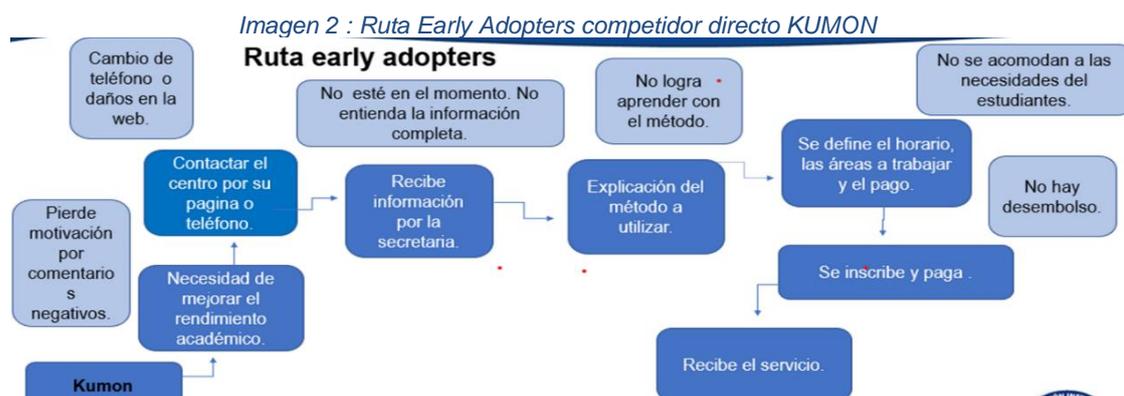
4.2.2. Superprof Colombia

Es una plataforma de educación conformada por más de diez millones de profesores de todo el mundo. Sus objetivos principales son compartir el conocimiento, despertar la curiosidad y permitir aprender con toda la garantía.

La propuesta de valor que ellos tienen es que, sus estudiantes aprenden desde casa, y los preparan para pruebas como, TOEFL, IELTS y CAE entre otras.

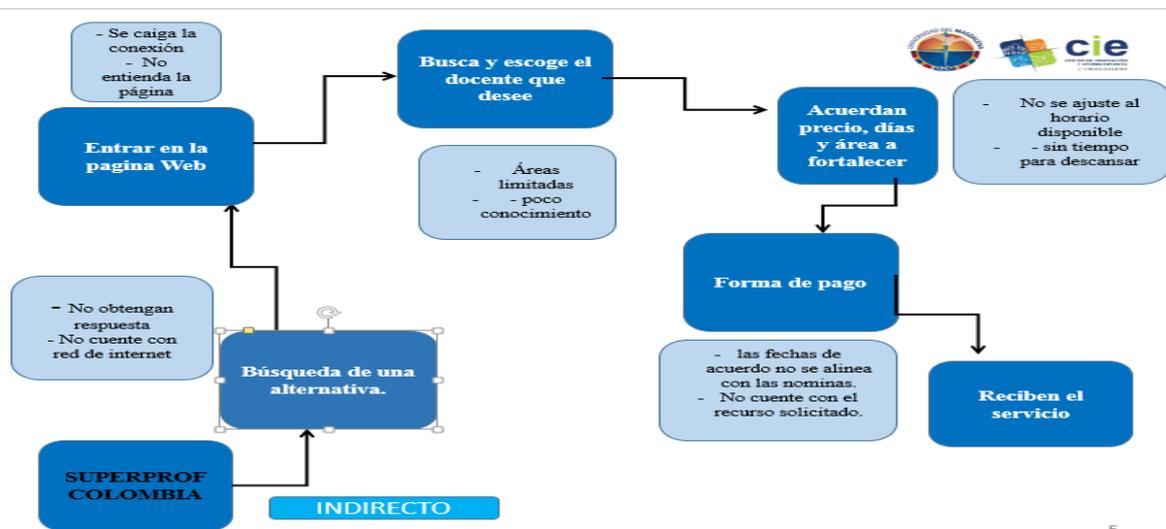
4.3. Ruta Early Adopters

Se desarrolló la ruta con el competidor directo y el indirecto donde se analizaron las posibles reacciones de los clientes frente a todo el proceso que debe tener para la adquisición del servicio, quedando de la siguiente manera



Fuente: elaboración propia

Imagen 3: Ruta Early Adopters competidor indirecto, SPERPROF COLOMBIA



Fuente: Elaboración propia

4.4. Hipótesis del modelo de negocio

Se mostrará a continuación cada una de las hipótesis planteadas inicialmente.

La hipótesis planteada para poder comprobar el problema o necesidad existente en el mercado fue:

4.4.1. Hipótesis del problema

Escasos centros de refuerzo que implementen estrategias TIC para desarrollar las habilidades cognitivas, motoras y comunicativas desde la etapa inicial hasta los 12 años.

Lo anterior dado a la exhaustiva (pero sin resultados) búsqueda en la Web de la existencia de centros con estas características, también por el conocimiento y experiencia de diferentes docentes que se han dedicado a lo largo de ejercer la docencia a realizar apoyo escolar en horarios fuera de su trabajo en las diferentes instituciones que además comentan que la mayoría de niños a los cuales refuerzan son alumnos de la escuela en que ejerce su profesión y el lugar de estudio es la casa del docente o la casa de los niños.

4.4.2 En cuanto a la hipótesis del cliente

Padres de familia o acudientes que tienen escaso tiempo para orientar a sus hijos en actividades escolares ya que por sus extenuantes horarios laborales no cuentan con el tiempo necesarios para orientar a sus hijos en sus actividades escolares.

4.4.3. La hipótesis del usuario

Cabe mencionar que nuestros usuarios no son los mismos clientes pues en este caso quien recibiría el servicio son los hijos de nuestros clientes en ese orden.

Niños que presentan dificultades para el desarrollo de las actividades escolares, además desean aprender a través de las TIC, la lúdica y la recreación.

Surge esta hipótesis por el conocimiento aportado en el transcurso de la carrera y experiencia con nuestros familiares y amigos que durante mucho tiempo hemos escuchado, que los niños necesitan de un orientador para las actividades escolares, pues a estos se les facilita aprender con estrategias pedagógicas que sean atractivas y acordes a su edad.

4.5. Método de validación de las hipótesis

Las herramientas utilizadas para validar las hipótesis del modelo de negocio fueron el tablero de validación y las encuestas en línea, realizadas en el formulario de Google Drive; obteniendo la información necesaria para comprobar la hipótesis planteada.

Imagen 4: Tablero de validación



Fuente: elaboración propia

4.5.1. Proceso de validación de la hipótesis del problema

Para poder validar, se realizó una encuesta a 30 centros de refuerzo a través del recurso digital Google Forms, en el cual las preguntas fueron encaminadas a las características del servicio que ellos prestan.

A continuación, se muestra algunas preguntas realizadas a los encuestados que nos dará paso a la validación de la hipótesis del problema.

Tabla 2: Encuesta a Centros de Apoyo

| |
|--|
| Encuesta a centros de apoyo |
| Edad: |
| Ocupación: |
| Preguntas |
| ¿Cuál es su nivel de formación académica actual? |
| ¿Cuánto tiempo tiene de haber creado su centro de apoyo escolar? |
| ¿Con cuántos niños cuenta su centro de apoyo actualmente? |
| ¿Cuáles áreas académicas fortalecen en su centro de apoyo? |
| ¿Qué servicios adicionales ofrece su centro de apoyo? |

| |
|---|
| ¿Qué tipo de estrategia de enseñanza/aprendizaje utiliza en su centro de apoyo? |
| ¿Su centro maneja la misma tarifa de costo para todos los niveles académicos? |

Fuente: Elaboración propia

4.5.2. Conclusión validación de la hipótesis del problema

Los resultados arrojados por la encuesta realizada a 30 centros de refuerzo no formales en la ciudad de Santa Marta en el mes de diciembre del año 2020 (Anexo 1), demostraron que solo el 20% de los encuestados tienen un nivel de estudios profesional y el 80% tienen un nivel de formación técnica; su función es reforzar las áreas básicas desde el nivel de preescolar hasta la básica secundaria con un promedio no mayor a diez estudiantes cada uno, además que el 50% de estos encuestado no ofrecen servicios adicionales y que tiene diferentes tarifas según el nivel académico de los estudiantes. Por último, se observó que ninguno de estos centros implementa las TIC como estrategia para potencializar el proceso de enseñanza y aprendizaje, lo cual permite validar la hipótesis del problema.

4.5.3. Proceso de validación de la hipótesis del cliente

Se realizó una encuesta a 61 padres de familia de la ciudad de Santa Marta a través del recurso digital Google Forms, cada gráfica se hizo de forma detallada con el fin de recolectar información que sirva como base para el proyecto.

Tabla 3: encuesta a padres de familia

| Encuesta a padre de familia |
|--|
| Edad: |
| Ocupación: |
| Preguntas |
| ▪ ¿Cuál es su estrato socioeconómico? |
| ▪ ¿Cuánto es el ingreso económico mensual en su hogar? |
| ▪ ¿Usted tiene hijos? |
| ▪ ¿Quién se encarga de ayudar a su hijo(a) en las actividades extra clases? |
| • ¿Usted es padre o madre de familia? |
| • ¿Cree usted que un centro de apoyo escolar puede ayudar a fortalecer las habilidades o cualidades de los niños? |
| • ¿Cree que el deporte es fundamental para superar la timidez y potenciar las habilidades sociales? |
| • ¿Cree usted que tener una intensidad horaria extra de clases podría mejorar el desempeño académico, aumentar habilidades cognitivas y tecnológicas de los niños? |
| • ¿Cree usted conveniente y útil que su hijo/a reciba una orientación académica y recreativa extra? |
| • ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensual por un apoyo académico para sus hijos? |
| • ¿Le gustaría ser parte de Mi Lugar Favorito? |

Fuente: Elaboración propia

4.5.4. Conclusión de los hallazgos Hipótesis del Cliente

Con los resultados arrojados por la encuesta realizada en la ciudad de Santa Marta a 61 padres de familia o acudientes en el mes de diciembre del año 2020 (Anexo 2). Se Validó la siguiente hipótesis:

Padres de familia o acudientes que tienen escaso tiempo para orientar a sus hijos en las actividades escolares por sus extenuantes horarios laborales, por consiguiente, no se fortalecen las habilidades y capacidades de los niños.

4.5.5. Validación de la hipótesis del usuario

Para la validación de la hipótesis del usuario, se realizó una encuesta en línea a través de Google Forms a 66 estudiantes de diferentes instituciones educativas de la ciudad de Santa Marta, a los cuales se le formularon las siguientes preguntas:

Tabla 4: encuesta a estudiante

| |
|---|
| Encuesta a estudiantes |
| Edad: |
| Ocupación: |
| Preguntas |
| ¿Actualmente en qué grado esta? |
| ¿Tiene o ha tenido dificultades para la realización de las actividades de su escuela? |
| ¿En cuál o cuáles áreas ha presentado dificultades? |
| ¿Quién le orienta en la realización de las actividades escolares? |
| ¿Le gustaría tener un profesor que le oriente en la realización de las tareas que dejan para la casa? |
| ¿Qué actividades realiza en su tiempo libre? |
| ¿Desea realizar actividades lúdicas o deportivas durante su tiempo libre? |
| ¿Tienes conocimiento de las herramientas TIC? ¿Podría decir cuáles? |
| ¿Cuál es el nombre del último libro que leyó? |

Fuente: Elaboración propia

4.5.6. Conclusión de los hallazgos hipótesis del usuario

Los resultados arrojados por la encuesta realizada a 66 estudiantes de instituciones formales tanto privadas como públicas en la ciudad de Santa Marta en el mes de enero del año 2021(Anexo 3), demostraron evidencia suficiente para afirmar y validar que existen estudiantes de 5 a 12 años que desean tener un docente u orientador que les guíe en sus tareas escolares.

Esto se da porque en sus casas no cuentan con el apoyo que ellos necesitan y requieren para obtener un buen desempeño académico.

A partir del análisis realizado se pudo comprobar la siguiente hipótesis:

Se evidenció que en la ciudad de Santa Marta existen estudiantes que presentan dificultades para el desarrollo de las actividades escolares, además desean aprender a través de las TIC, la lúdica y la recreación, ya que los niños manifiestan haber tenido dificultad en su aprendizaje durante su escolaridad; también se observa gran interés por aprender a través de las TIC y de una manera divertida, que sea diferente a la escuela, también ellos desean realizar actividades diferentes en su tiempo libre.

4.6. Arquetipo de Clientes y Usuarios

4.6.1. Clientes potenciales

Son padres de familia que tienen poco tiempo para orientar a sus hijos en labores escolares dentro de la ciudad de Santa Marta.

4.6.1.1. Motivaciones.

Familias que se preocupan por la formación académica de sus hijos entre las edades de 5 a 12 años que se encuentran estudiando en alguna institución educativa formal ya sea pública o privada, también desean que los niños aprovechen el tiempo libre aprendiendo a manejar la tecnología para mejorar su conocimiento.

4.6.1.2. Necesidades.

Que sus hijos aprovechen bien el tiempo libre, desarrollen adecuadamente sus habilidades, ser partícipes del aprendizaje de sus niños y tener una persona de confianza con los conocimientos requeridos que los oriente.

4.6.2. Usuarios potenciales

Son niños que presentan dificultades para el desarrollo de las actividades escolares, además desean aprender a través de las TIC, la lúdica y la recreación dentro de la ciudad de Santa Marta.

4.6.2.1. Motivaciones.

Niños desde los 5 hasta los 12 años que les gusta aprender y mejorar su desarrollo cognitivo, social, lingüístico entre otras, también que les interese la tecnología.

4.6.2.2. Necesidades.

Que los orienten en sus tareas, para alcanzar los logros del año escolar y terminarlo de manera satisfactoria.

4.7. Mapa de empatía.

Con esta herramienta se pudo tener una idea de lo que el cliente y el usuario quiere, para brindarle un servicio que realmente esté necesitando. Se obtuvo por medio de los seis aspectos relacionados a los sentimientos del ser humano que contiene el mapa de empatía, quedando de la siguiente manera:

4.7.1. Clientes

4.7.1.1. Dolores.

Para los padres de familia y acudientes es muy frustrante y triste no saber cómo desarrollar las habilidades de sus hijos, así como también orientarlos exitosamente en las

actividades escolares, pues se encuentran trabajando para sostener el hogar por esta razón también, en muchas ocasiones no pueden ser partícipes del proceso de aprendizaje de los niños y no pueden estar pendiente de que aprovechen bien el tiempo libre.

4.7.1.2. Alegrías.

Cuando sus hijos exploran su aprendizaje y lo llevan más allá de lo esperado, ganando reconocimiento por el buen desempeño académico.

4.7.1.3. ¿Con quién más nos identificamos?

Padres de familia que tienen poco tiempo para orientar a sus hijos en las labores escolares.

4.7.1.4. ¿Qué necesitan hacer?

Buscar un centro de refuerzo que ayude a sus hijos a desarrollar habilidades; donde los guíen en sus tareas escolares; además les genere confianza.

4.7.1.5. ¿Que ven?

La adecuada orientación que el docente ofrece y los espacios confiables para dejar a sus hijos.

4.7.1.6. ¿Qué dicen?

Que son buenos los centros de refuerzo y que sus hijos merecen tener una excelente educación.

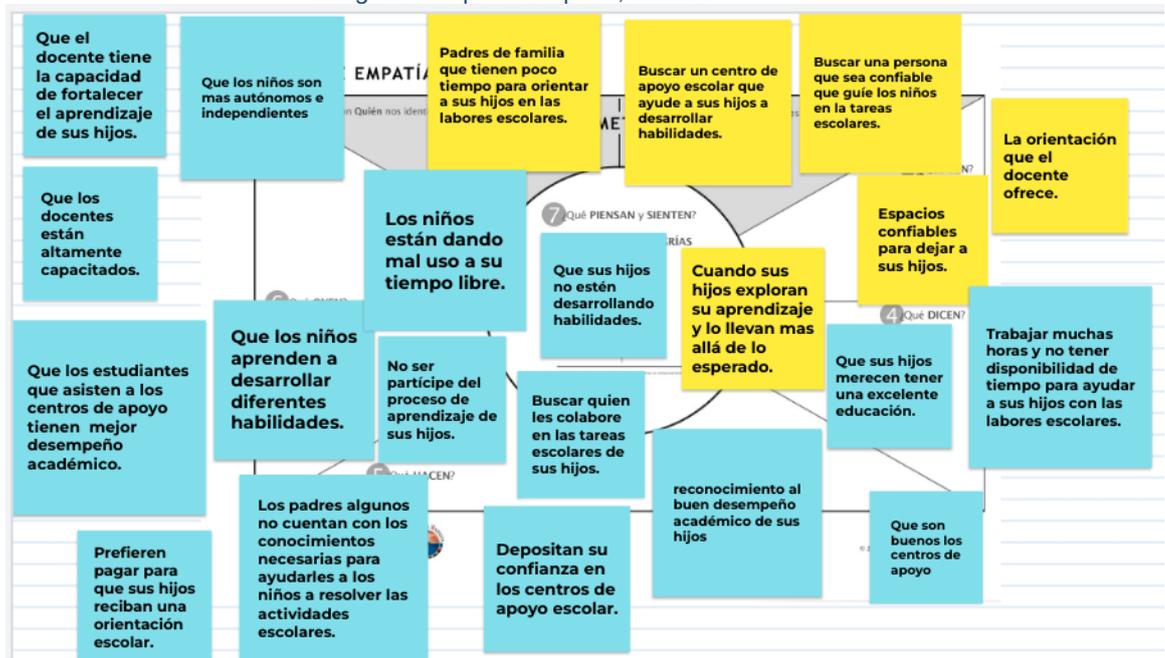
4.7.1.7. ¿Qué hacen?

Trabajan muchas horas al día y no tienen tiempo suficiente para ayudar a sus hijos en las tareas escolares, por lo cual prefieren pagar para que estos reciban una orientación escolar adecuada, por una persona de confianza.

4.7.1.8. ¿Qué oyen?

Que los estudiantes que asisten a los centros de refuerzo sobrepasan su desempeño académico, se vuelven autónomos en su aprendizaje, desarrollan diferentes habilidades y que los docentes están altamente capacitados.

Imagen 5: Mapa de empatía, clientes



Fuente: Elaboración propia.

4.7.2. Usuarios

4.7.2.1. Dolores.

No tener una persona que les ayude a la realización de sus actividades escolares, por lo que no cuentan con la ayuda necesaria para superar sus dificultades académicas, terminando sin alcanzar los logros requeridos con respecto a su año escolar.

4.7.2.2. Alegrías.

Tener una persona que los oriente en sus actividades, para poder responder con los compromisos escolares, además recibir reconocimiento por buen desempeño en cada una de las áreas.

4.7.2.3. ¿Con quién más nos identificamos?

Estudiantes entre las edades de 5 a 12 años aproximadamente que no cuentan con acompañamiento académico en casa.

4.7.2.4. ¿Qué necesitan hacer?

Realizar sus actividades escolares al lado de una persona que los oriente adecuadamente.

4.7.2.5. ¿Que ven?

Un lugar para fortalecer su proceso de aprendizaje, recibiendo orientación adecuada y dinámica.

4.7.2.5. ¿Qué dicen?

Los horarios son favorables para el aprendizaje y son espacios que les posibilita mejorar sus notas académicas.

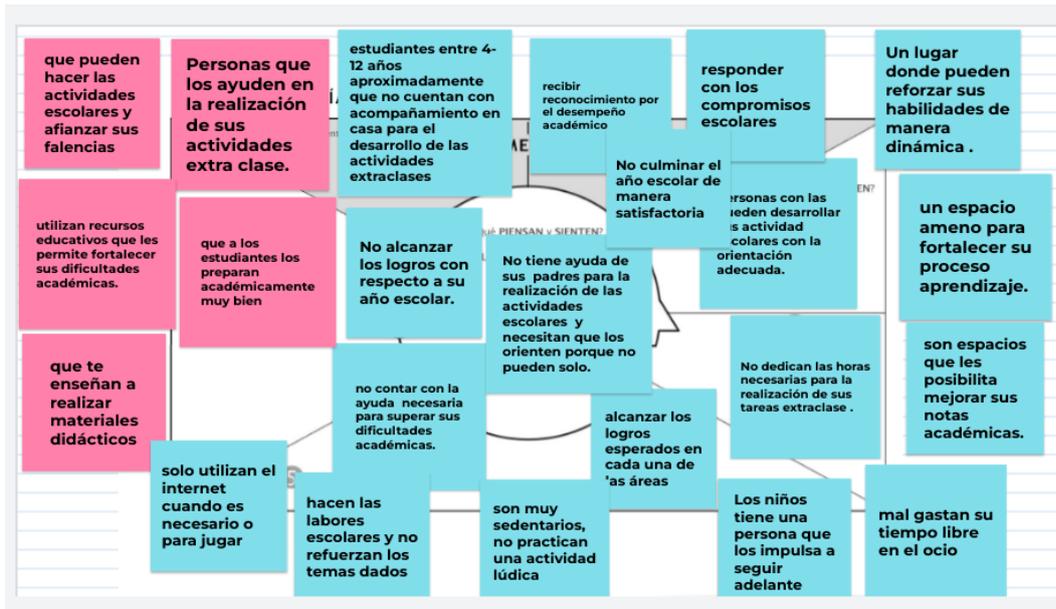
4.7.2.6. ¿Qué hacen?

Son sedentarios, no practican actividades lúdicas, hacen sus tareas, pero no aprenden, malgastan su tiempo libre en el ocio.

4.7.2.7. ¿Qué oyen?

Que los estudiantes afianzan el conocimiento a través del repaso y la orientación profesional y también aprovechan su tiempo libre.

Imagen 6: Mapa de empatía, usuarios



Fuente: Elaboración propia

4.8. Segmentación del mercado

El mercado focal de los usuarios (estudiantes) al cual se dirige el presente proyecto se va orientando con el análisis del documento del Ministerio de Educación (MEN) denominado "caracterización partes interesadas (grupos de valor de interés) 2021 V.9. Del cual se sustrae información del número de estudiantes matriculados en los grados desde Preescolar hasta la Educación Básica Media.

Imagen 7: Cifras de Educación Preescolar, Básica y Media a nivel Nacional.



Fuente: Min educación 09/06/21

De lo anterior se obtiene que a nivel Nacional hay diez millones ciento nueve mil doscientos noventa y cinco (10 '109.295) estudiantes pertenecientes a los grados desde el Preescolar hasta la Básica Media.

En cuanto al nivel distrital tiene que en abril del 2021 según el (MEN) en el documento de seguimiento a matrículas basado en Registro SIMAT, en este mencionan que en la ciudad de Santa Marta hubo un total de ciento veinticinco mil novecientos ochenta y nueve (125.989) estudiantes matriculados tanto en Instituciones formales como en las no formales.

Imagen 8: Reporte SIMAT 2021

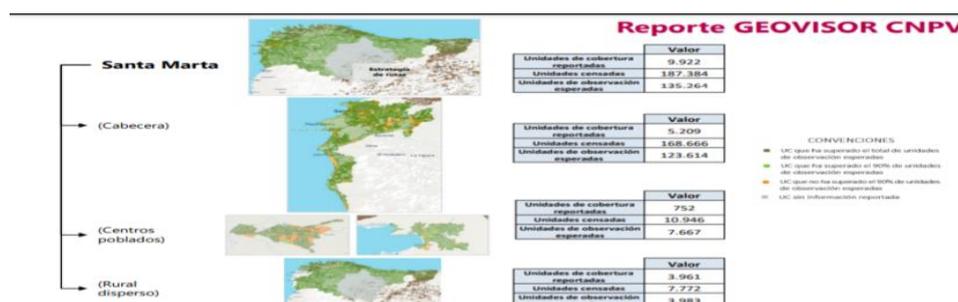
| ENTIDAD TERRITORIAL | Matrícula Abril 30 de 2021 (Reporte SIMAT) | | | |
|---------------------|---|----------------------|------------|---------|
| | Oficial | Contratada reportada | No Oficial | Total |
| SANTA MARTA | 97.706 | 4.254 | 24.029 | 125.989 |

Fuente: Min educación 20/05/21

También está el mercado focal de los clientes (padres y madres que trabajan).

Según el censo que se realizó en el 2018, el DANE (2019), en su documento de Resultados Censo Nacional de Población y Vivienda, dice que en la ciudad de Santa Marta hay un marco sensual de ciento treinta y siete mil novecientos seis (137.996) que equivale al 132,7% de viviendas en la ciudad.

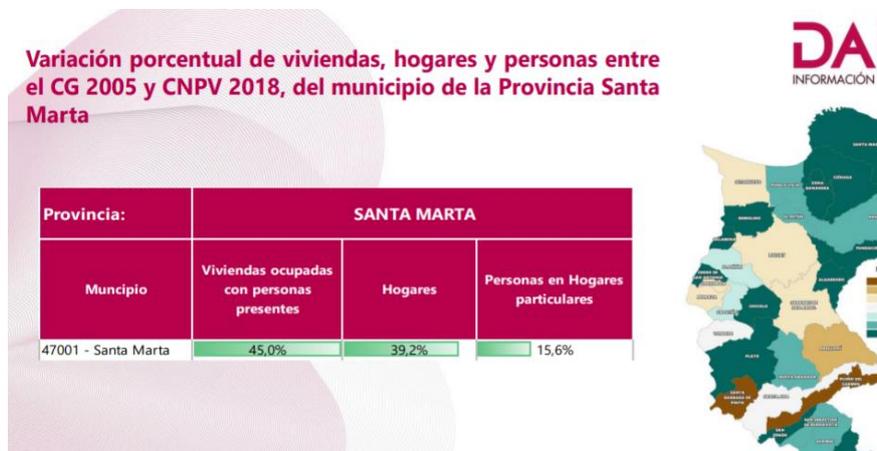
Imagen 9: Reporte GEOVISOR CNPV



Fuente: Min educación, DANE 2019

Más adelante en el mismo documento (P.15) se menciona el porcentaje de hogares, 39.2%, en cuanto a las personas en hogares particulares se evidencia un 15,6% este porcentaje también equivale al año 2018.

Imagen 10: Variación porcentual de vivienda y hogares



Fuente: Min educación, DANE 2019

Por otro lado, está el documento del DANE Mercado Laboral del 2021, donde se especifica la cantidad de población que se encuentra trabajando, y detallan el tipo de trabajo realizado, estos datos corresponden a la ciudad de Santa Marta

Imagen 11: población ocupada de Santa Marta

INFORMACIÓN PARA TODOS
Distribución porcentual, variación y contribución a la variación de la población ocupada, según ramas de actividad
 Febrero - abril 2021

| Rama de actividad | Distribución (%) | Variación (%) | Contribución (p.p) |
|---|------------------|---------------|--------------------|
| Santa Marta | 100,0 | 18,4 | 18,4 |
| Comercio y reparación de vehículos | 23,3 | 24,1 | 5,4 |
| Construcción | 10,3 | 50,0 | 4,0 |
| Industrias manufactureras | 7,2 | 37,2 | 2,3 |
| Otras ramas* | 19,0 | 11,4 | 2,3 |
| Actividades artísticas, entretenimiento recreación y otras actividades de servicios | 10,2 | 13,6 | 1,4 |
| Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana | 11,8 | 9,9 | 1,3 |
| Actividades profesionales, científicas, técnicas y servicios administrativos | 7,1 | 12,9 | 1,0 |
| Transporte y almacenamiento | 11,1 | 5,9 | 0,7 |

Fuente: Min educación, DANE 2021

Imagen 12: población ocupada Santa Marta-según posición ocupacional

INFORMACIÓN PARA TODOS

Distribución porcentual, variación y contribución a la variación de la población ocupada, según posición ocupacional

Febrero - abril 2021

| Posición ocupacional | Distribución (%) | Variación (%) | Contribución (p.p) |
|------------------------------|------------------|---------------|--------------------|
| Santa Marta | 100,0 | 18,4 | 18,4 |
| Trabajador por cuenta propia | 62,5 | 31,5 | 17,7 |
| Otras posiciones* | 11,9 | 23,9 | 2,7 |
| Obrero, empleado particular | 25,6 | -6,2 | -2,0 |

Fuente: Min educación, DANE 2021

En las imágenes (11 y 12) se evidencia el tipo de empleo que está ejerciendo la población, tales como: Comercio, construcción, industrias, obrero, empleado particular, entre otras.

4.9. Propuesta de valor

Para este apartado se utilizó la herramienta lienzo de la propuesta de valor, con la que se dio respuesta al tema de validación. También se contrapuso las necesidades del segmento de clientes y usuarios con la propuesta de valor.

Con esta herramienta se establece el comportamiento que debe seguir el cliente, el esfuerzo para lograr los objetivos propuestos, los dolores que presenta y las ganancias que obtiene; igualmente, se presentan las soluciones para aliviar esos dolores identificados, y finalmente suministrar al cliente un servicio completo para su beneficio.

4.9.1. Propuesta de valor para los usuarios

Centro Integral de Estudios “Mi Lugar Favorito” para el mejoramiento del proceso académico.

De los estudiantes en Santa Marta con una estrategia pedagógica que tiene como objetivo estimular, desarrollar, contribuir y fortalecer las habilidades de forma lúdica con el uso de las TIC para el fortalecimiento del aprendizaje de los estudiantes.

Lo anterior se obtiene por medio de la encuesta de Google Forms, realizada a 66 estudiantes de los grados quinto, sexto y séptimo de la ciudad de Santa Marta; en la cual se evidenció los principales atributos del servicio (Imagen 12 y 13).

Imagen 13: Lienzo de la propuesta de valor usuarios.



Fuente: Elaboración propia

Imagen 14.: Lienzo de la propuesta de valor, encaje del producto



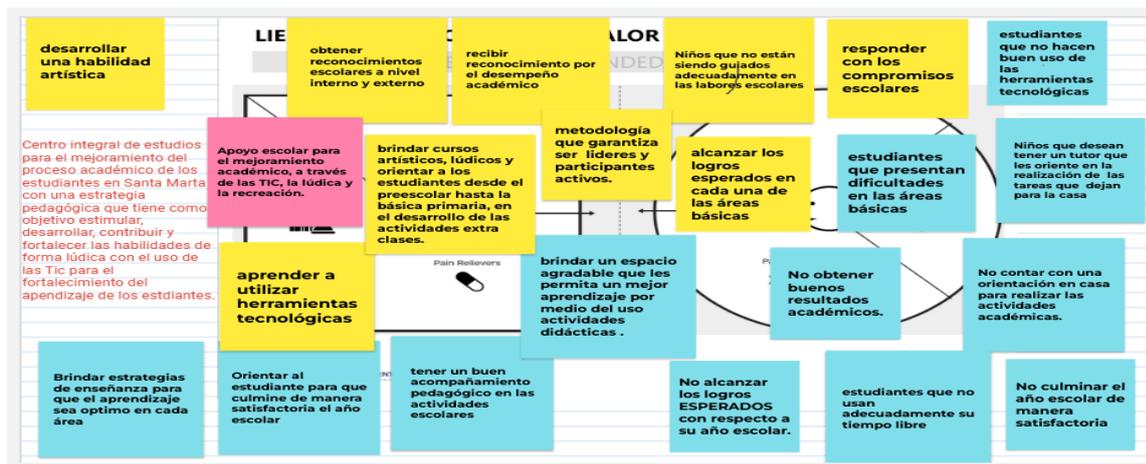
Fuente: Elaboración propia.

4.9.2. Propuesta de valor para los clientes

Centro Integral de Estudio Mi Lugar Favorito un centro confiable, con docentes capacitados para la enseñanza a través de las TIC, la lúdica y la recreación.

Lo anterior se evidencia con la encuesta a 61 padres de familia en la ciudad, donde revelan la importancia de tener una persona confiable para la orientación de las actividades escolares de sus hijos. (Imagen 13 y 14).

Imagen 15: Lienzo de la propuesta de valor clientes.



Fuente: Elaboración propia

4.10. Canales de difusión.

El presente proyecto de negocio establece diferentes canales de difusión, con el propósito de dar a conocer al público objetivo (según el segmento de cliente), el servicio que ofrece.

Se utilizarán las redes sociales, en estas se harán publicaciones informativas y llamativas de las metodologías utilizadas; también el correo electrónico donde el cliente podrá obtener información del servicio y posibles promociones; otro es la Página web del centro educativo, en el que se encuentran todos los datos necesarios para la comprensión del mismo; por otro lado están los medios físicos como los folletos publicitarios y las vallas publicitarias para llegar a más personas de la ciudad; por último las cuñas radiales con la intención de impactar a los oyentes

4.10.1. Redes sociales

Las redes sociales se han consolidado como herramientas de comunicación dentro de la sociedad, a través de las cuales, tanto individuos como empresas, han logrado proyectar, informar, compartir o difundir información con públicos o grupos específicos". (Harold Hütt, 2012). Por lo tanto, tenemos:

Tik Tok: <https://vm.tiktok.com/ZMemYFLE7/>

Instagram:

https://www.instagram.com/invites/contact/?i=1bwtwdki9srjz&utm_content=lapyr15

Facebook: <https://www.facebook.com/apoyoescolar.milugarfavorito>

4.10.2. Correo electrónico

Este se utilizará para la comunicación formal con el cliente en temas como entrega de documentos requeridos y retroalimentación de avances.

milugarfavoriito@gmail.com

4.10.3. Página Web

Como actualmente esta herramienta es muy utilizada por los usuarios. La hemos tomado para incrementar la productividad en la empresa, a fin de que las personas conozcan, interactúen y confíen en nuestros servicios. (Anexo 5)

https://mi-lugar-favorito4.webnode.com.co/?_ga=2.181338340.23427463.1636048384-691879991.1628100939

4.10.4. Folletos publicitarios

Christiansen y Bjerre (2001), citados por Gázquez y otro (2010) indican que "el folleto publicitario forma parte de la comunicación masiva del remitente(s), tiene un mínimo de cuatro páginas y va dirigido a consumidores o empresas". Por tal razón se utilizará este medio para llegar a las instituciones educativas públicas y privadas de la ciudad de Santa Marta.

4.10.5. Vallas publicitarias

Como es una "herramienta visual para promocionar y publicitar una marca y por medio del uso de elementos visuales grandes ubicados en puntos estratégicos en vías y calles de la ciudad" (Vásconez, 2015); serán una pieza clave del canal de difusión pues estas se ubicarán en lugares estratégicos de la ciudad de San Marta tales como: el parqueadero del Centro Comercial Buenavista Santa Marta, que cuenta con un novedoso formato de Valla Giratoria; también en la avenida libertador con carrera 20 esquina, una de las principales vías de la ciudad con alto tráfico.

4.10.6. Cuñas radiales

Como la cuña radial es un anuncio auditivo se pretende atrapar la atención de los clientes y usuarios objetivos, impactando con anuncios que destaquen lo más relevante del servicio prestado por el centro de apoyo. (Anexo 6).

4.11. Relaciones con el cliente

Para esto se utilizó la estrategia de captación "Get- Keep- Grow" que consiste en conocer el cliente potencial. Ésta tiene diferentes formas en su estructura pues, depende del canal de comunicación que se tenga con el cliente. En este caso se aplicó la forma física.

Get:

Asesoramiento personalizado sobre el servicio: La secretaria se encarga de recibir el cliente brindando información de primera mano, generando confianza y seguridad al mismo.

Keep:

Informe de avances del proceso académico de los estudiantes: Se enviará quincenalmente al correo del cliente, describiendo detalladamente el proceso que ha tenido el estudiante (usuario).

Buzón de sugerencias: Este se contrata en las instalaciones del centro, el cliente podrá depositar ya sea su queja, o sugerencia en físico.

Realización del índice Customer Effort Score (CES): Se hará a la semana de estar recibiendo el servicio con el fin de conocer el esfuerzo que está realizando el cliente.

Encuesta de satisfacción con la Customer Satisfaction Score (CSAT): Cada trimestre se le enviará al cliente a su correo electrónico, con el fin de conocer su nivel de satisfacción.

Grow:

Descuento del 5% en la inscripción: Aplica cuando el cliente al momento de inscribir el usuario, entrega el folleto publicitario.

4.12. Actividades claves

Las actividades que se llevarán a cabo para el buen progreso del Centro Integral de estudio Mi Lugar Favorito son las siguientes:

4.12.1 Ficha Personal del estudiante: Se realiza con el fin de identificar las falencias del estudiante y elegir el modelo pedagógico apropiado para satisfacer sus necesidades académicas. Este se realiza al estudiante antes de comenzar a recibir el servicio.

4.12.2. Comité académico

Se realiza una reunión extraoficial con el consejo académico, cuando el estudiante (usuario) presenta alguna irregularidad ya sea académica o conductual.

4.12.3 Proyectos lúdico-pedagógicos

Con esta estrategia se acompaña y orienta al estudiante (usuario) para encontrar respuesta a las necesidades que ellos tienen de manera más asertiva.

4.12.4. Escuela para padres

Con esta lo que se pretende es proporcionar a los padres de familia (clientes) información para concienciar acerca de la importancia de su presencia en el aprendizaje de los niños (usuarios), también para ofrecer pautas para el aprendizaje en casa y el manejo de la tecnología.

4.13. Recursos claves

Está conformado por tres tipos.

4.13.1. Recursos humanos

Lo conforman las maestras quienes dirigirán todo el proceso educativo y formativo, la secretaría se encargará de todo el proceso de sistematización, diligenciamiento y archivo de toda la información concerniente y el personal de servicios generales que se encargará de labores de limpieza y atención al personal directivo.

4.13.2. Recursos físicos

Aquí se incluyen todos esos equipos y herramientas que permiten que se logren los objetivos día tras día y que son indispensables para realizar todas las labores de forma satisfactoria.

4.13.3. Recursos tecnológicos

De estos hacen parte los computadores y las tabletas que permitirán llevar toda la información administrativa y otros serán para realizar las actividades escolares con los niños.

4.13.4. Recursos didácticos

Se encuentran todos aquellos elementos que serán de apoyo para las actividades de enseñanza y aprendizaje, por ejemplo: juegos de mesa, materiales de experimentos según se dé la necesidad, mapas y todo lo relacionado con papelería. (Anexo 7)

4.14. Socios claves

Son todas las personas jurídicas que ayudarán a llevar este proyecto a un final satisfactorio.

4.14.1. Centro de Innovación y Emprendimiento-CIE

Se encargaron de guiar y orientar de manera personalizada sobre todo el proceso del proyecto, también de ofrecer pautas para el diseño efectivo del mismo.

4.14.3. Cámara de Comercio

Estas son personas jurídicas sin ánimo de lucro, de carácter corporativo y gremial, sujetas en la ejecución de todos sus actos de administración, gestión y contratación al derecho privado, las cuales tienen como fines defender y estimular los intereses generales del empresariado en Colombia, y llevar los registros mercantil, de las entidades sin ánimo de lucro y el registro único de proponentes delegados legalmente, sin que formen parte integrante de la administración pública ni al régimen legal aplicable a las entidades que forman parte de la misma. Por tal motivo hace parte de los socios claves.

Por otro lado, se buscará a través de ellos obtener los beneficios Ley Pro joven que permite estar exentos del pago en la expedición de la Matrícula Mercantil en la primera renovación de este registro para el centro.

4.14.4. Instituciones Educativas

Se tendrán convenios con estas instituciones educativas ya sean formales e informales o en su defecto privadas o públicas, para dar capacitación a los docentes de planta un sábado de cada mes en horario diurno. Estas serán para ampliar el conocimiento del uso de las TIC para la enseñanza y aprendizaje, también con el fin de brindar estrategias para implementar en el aula.

4.15. Validación tracción comercial

Una definición de esta es “Métrica que muestra cómo de bien (o mal) estás llevando al mercado tu modelo de negocio y cómo está siendo aceptado éste por tus clientes.” (Javi Cánovas, 2018).

Las características del servicio ofrecido son: El aprendizaje se adquiere a partir de las TIC; se refuerzan habilidades blandas a partir de la lúdica y la recreación; se trabaja con los niños dependiendo del grado en que se encuentre el estudiante o de los resultados del diagnóstico; se aplican tres metodologías de enseñanza diferentes, para cubrir las necesidades individuales de cada niño y niña; se realiza un informe mensual del proceso de aprendizaje del estudiante que se hará entrega por correo electrónico; se informa sobre las categorías de atención que son, asistencia personal y asistencia personal exclusiva; se brindan vacaciones y escuela para padres. Se nota el interés por parte de los padres de familia y los niños sobre el servicio.

Para conocer si el servicio era pertinente y aceptado por la comunidad se realizó una encuesta en Google Forms a 66 familias de la ciudad de Santa Marta en el mes de abril del 2021, la cual no fue validada porque los resultados obtenidos no fueron los esperados.

La encuesta se aplica por segunda vez, con preguntas enfocadas en lograr obtener la información necesaria para llegar a la validación. Esta vez se logró recoger los datos requeridos y se cumplió con el objetivo.

Tabla 5: Encuesta Validación del Logo

| |
|---|
| Encuesta para la validación del logo |
| Edad: |
| Ocupación: |
| Preguntas |
| <ul style="list-style-type: none"> • Observa los siguientes imagotipos, selecciona uno y a continuación responde las siguientes preguntas. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Según el imagotipo seleccionado ¿Qué es lo primero que piensas al verlo? |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo identificas el diseño del imagotipo que escogiste? |

| |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Pensando en el imago tipo en general, ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su opinión? |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tan atractivo a la vista es el imago tipo que seleccionó? |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué le inspira el diseño y los colores del imago tipo escogido? |
| <ul style="list-style-type: none"> • Según el imago tipo que seleccionó, considera usted ¿Qué la imagen y la frase están relacionadas? |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tan visible vería usted el imago tipo en el mercado? |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué cambios le harías al imago tipo que seleccionaste? |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6: Encuesta Validación de Página Web

| |
|---|
| Encuesta para la validación de la página web |
| Edad: |
| Ocupación: |
| Preguntas |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué impresión tuvo al mirar por primera vez la página? |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué le inspira los colores de esta página? |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Le resulta llamativo el diseño de la página Web? |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Le pareció fácil la navegación por la página Web? |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cree que la información que aporta la página Web es clara, completa y suficiente para saber de nuestros servicios? |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Si su respuesta anterior fue no, escriba por favor lo que usted considere que faltó? |

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Califica el diseño de la página Web, donde 1 corresponde a la mínima valoración y 5 a la máxima. |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo considera la página Web? |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué le cambiaría a la página Web? |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Le gustaría volver a visitar nuestra página Web? |

Fuente: Elaboración propia

4.16. Conclusión de los hallazgos validación tracción comercial

Los resultados arrojados por la encuesta realizada a 66 hogares samarios demostraron evidencia suficiente para afirmar que los padres y cuidadores confían en los centros de apoyo; creen que las TIC es una buena manera de enseñar en la actualidad; que el deporte y la recreación son fundamentales para superar la timidez y ser personas con habilidades comunicativas; piensan, es útil que los niños reciban una orientación académica por parte de docentes capacitados. Se evidencio gran aceptación e interés por adquirir el servicio además por ser parte de este.

Por otro lado, se observó una inclinación por gran parte de los encuestados con un 51.1% por el valor que cancelarían para adquirir el servicio de 100.000 - 130.000 mil pesos colombianos para adquirir el servicio que integre la lúdica, la recreación y tenga como prioridad enseñar a través de las TIC.

4.17. Diseño del Prototipo funcional

Con el objetivo de conocer los conceptos de los clientes y los usuarios sobre los centros de Refuerzo escolares se realizaron como se ha referenciado una serie de encuestas a través de formularios en líneas.

Más tarde, se pasa a la creación del logo (Anexo 6). Este proceso fue un poco más largo dado que primero se diseñó uno, pero luego se le hicieron algunos cambios como el color del fondo y algunas imágenes complementarias, quedó el actual. Este fue realizado por una de las integrantes del proyecto

Posteriormente, se trabajó en la creación de una página web (Anexo 5) donde se da a conocer todos los servicios que se ofrecen, las áreas que se refuerzan y los niveles que se tendrán según las edades de los niños. Esta página web se creó con la plataforma Webnode que es un sistema de creación de páginas web en línea.

Con la finalidad de tener experiencias de cómo se sentirían los usuarios frente al servicio prestado en el Centro Integral de Estudio Mi Lugar Favorito. Se realizó de manera preliminar una serie de actividades lúdicas y de tipo cognitivas con diecinueve niños en edades de 5 a 12 años.

En la primera actividad se llevó a cabo el juego como un canal de aprendizaje y desarrollo motriz. Esta actividad se realizó en un espacio abierto, aquí los niños siguieron las orientaciones de cada docente y realizaron un circuito de obstáculos, propiciando que los niños a través del juego sean capaces de construir su aprendizaje; el interactuar con otros niños lo hacen comprender cómo es su entorno social y su realidad. (Anexo7).

En la segunda se trabajó ejercicios matemáticos y de lectoescritura; estas actividades fueron realizadas en un espacio cerrado; teniendo en cuenta la teoría de Waldorf.

Organizados en grupos de trabajo los niños participaron en eventos como obras de teatro, lecturas de cuentos, juegos matemáticos, construcción de imágenes entre otros. (Anexos 7)

Semanas más tarde se realizó una tercera actividad para implementar la gamificación; y comprobar que esta ayuda a cambiar las conductas de los niños tanto en los salones de clases como fuera de estos; además que es una forma de afianzar los conocimientos, retroalimentar el aprendizaje, atraer la motivación o el interés en un tema, la confianza en sí mismo y las ganas de superación constante; porque aquí se premian los logros obtenidos. En este tercer momento se implementaron herramientas TIC utilizando diversas plataformas colaborativas, como lo son:

Cerebriti: Es una plataforma de juegos educativos generados por los propios usuarios para poner a prueba sus conocimientos. La aplicación puede ayudar a los estudiantes de Primaria y Secundaria a reforzar conocimientos a través de la elaboración de los juegos y su participación de una manera amena y divertida.

Kahoot: Es una herramienta gratuita que permite a profesores y compañías enseñar temas de estudio de forma divertida o entretenida, con puzzles o cuestionarios.

Educaplay: Es una plataforma web que le permite a los docentes crear diferentes tipos de actividades educativas multimedia, mediante diferentes escenarios o actividades tales como crucigramas, sopa de letras, adivinanzas, dictados, entre otras.

Durante estas actividades los niños no solo se mostraron prestos a participar, sino que estuvieron muy animados durante todo ese lapso, es decir se tuvo una gran acogida por su parte hasta el deseo de que le siga haciendo estas actividades. (Anexo 7).

CAPÍTULO 5: PROTOTIPO FUNCIONAL MÍNIMO VIABLE

Para llevar a cabo el ingreso de un estudiante al Centro Integral de Estudios Mi Lugar Favorito, se debe seguir una serie de pasos con el fin de que esta entrada sea de forma satisfactoria tanto para el cliente que en este caso son los padres de familia, como para sus niños quienes serían nuestros usuarios.

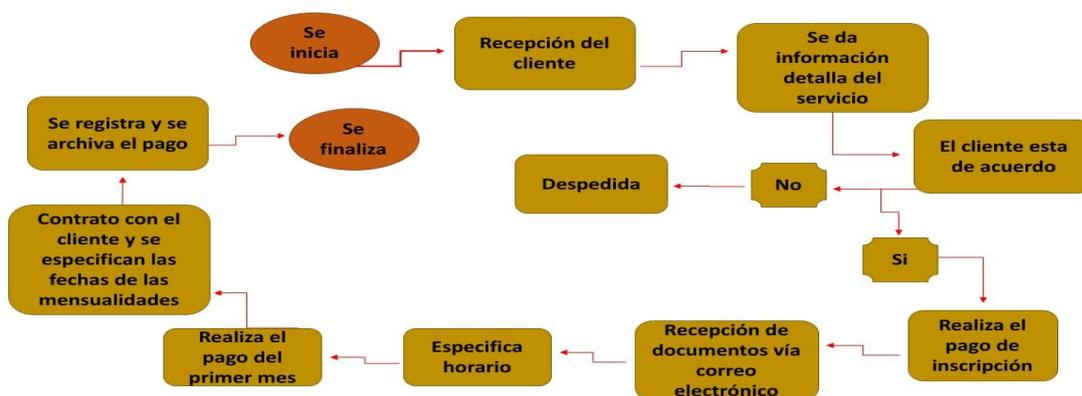
5.1. Desarrollo del prototipo funcional mínimo viable

El diseño del prototipo funcional mínimo viable fue desarrollado por el equipo de trabajo del Centro Integral de Estudios Mi Lugar Favorito, con el fin de organizar la información sobre las características del servicio prestado por este.

5.1.2. Ruta de acceso del cliente

La ruta de ingreso de un posible cliente a la sede, se desarrolla de una forma muy formal, dado que primero se realiza la recepción de este, luego recibe información detallada del servicio, si el posible cliente no tiene interés de ser parte del Centro Integral de Estudios Mi Lugar Favorito, se despide pero, si este está de acuerdo pasa a realizar el pago de la inscripción, se continúa con el envío de la documentación del estudiante que se realiza a través del correo electrónico y se establece una fecha y un medio de pago del primer mes; por este mismo medio se cita al cliente y al usuario para fijar las fechas de pago y el horario de clases del niño. Al final se registra el contrato y se archiva.

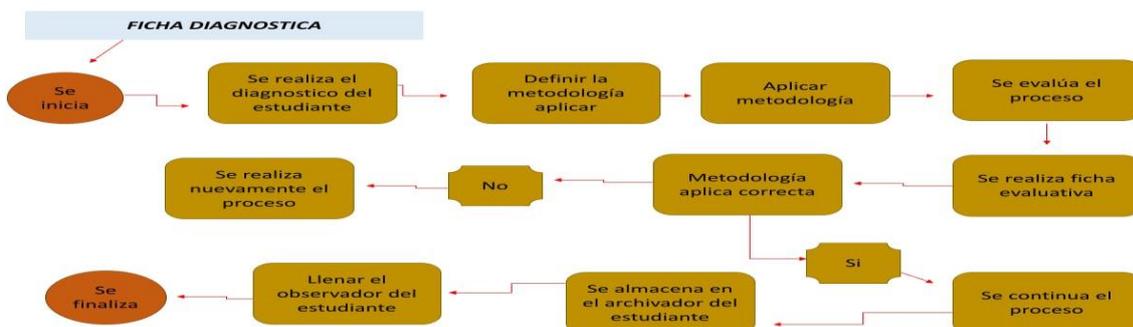
imagen 16: Ruta de acceso del cliente



Fuente: Elaboración propia

5.1.3. Ruta de acceso del usuario

Imagen 17: Ruta de acceso al usuario



Fuente: Elaboración propia.

Al momento de ingresar un estudiante a las instalaciones, a este se le realizará una prueba; para poder diagnosticar las debilidades y fortalezas académicas que presenta con la ficha personal del estudiante, a partir de esta se aplica una de las metodologías ofrecidas por la institución (Anexo 7).

Luego de haber pasado 3 meses se evalúa el proceso del estudiante, es decir para conocer cuál ha sido el avance que ha tenido durante este tiempo; si se presenta un caso donde la metodología aplicada no ha sido favorable para el aprendizaje del niño, se realiza nuevamente un diagnóstico, y se cambia de metodología, pero si el caso es que el estudiante muestra excelentes resultados, se continúa con esta y se registra en el observador del estudiante, al final, del trimestre el orientador a cargo se comunica con el padre de familia del alumno y le muestra los resultados obtenidos.

5.3. Metodologías aplicadas

5.3.1. Teoría constructivista

5.3.1.1. ¿Qué es el constructivismo?

El constructivismo “es la idea que mantiene que el individuo, tanto en los aspectos cognitivos y sociales del comportamiento como en los afectivos, no es un mero producto del ambiente ni un simple resultado de sus disposiciones internas, sino una construcción propia que se va produciendo día a día como resultado de la interacción entre esos dos factores” (Carretero, 1997, P. 4).

En cuanto al rol del estudiante en el constructivismo Driver, R (1978), afirmó que el alumno asume el papel esencialmente activo para aprender. Nos dice, además, que este enfoque metodológico está basado en las siguientes características:

- ✓ La importancia de los conocimientos previos, de las creencias y de las motivaciones de los estudiantes.

- ✓ El establecimiento de relaciones entre los conocimientos para la construcción de mapas conceptuales y la ordenación semántica de los contenidos de memoria (construcción de redes de significado)
- ✓ Capacidad de construir significados a base de reestructurar los conocimientos que se adquieren de acuerdo con las concepciones básicas previas del aprendiz.
- ✓ Los estudiantes auto aprenden dirigiendo sus capacidades a ciertos contenidos y construyendo ellos mismos el significado de esos contenidos que han de procesar. (Quiñones, 2014, párr. 7-8).

También el Dr. Quiñones (2014), en su libro “El rol del maestro en un esquema pedagógico constructivista” menciona las formas de constructivismo y las características del maestro constructivista.

5.3.1.2. Formas de constructivismo.

- ✓ Exógeno. La adquisición del conocimiento consiste en la reconstrucción del mundo externo, que influye en las opiniones por medio de la experiencia, exposición a modelos y la enseñanza. El conocimiento es tan preciso como refleja la realidad exterior.
- ✓ Endógeno: El conocimiento proviene de lo ya aprendido y no directamente de las interacciones con el medio. No es un espejo del mundo exterior, sino que se desarrolla por medio de la abstracción cognoscitiva.
- ✓ Dialéctico: El conocimiento proviene de la interacción del individuo y su entorno. Las construcciones no están ligadas invariablemente al mundo externo ni son puras elaboraciones de la mente, sino que reflejan las consecuencias de las contradicciones mentales que resultan de las interacciones con el medio (párr. 10-12).

5.3.1.3. Características del maestro constructivista.

- ✓ Estimula y acepta la iniciativa y autonomía (independencia) del educando.

- ✓ Utiliza información de fuentes primarias, además de recursos materiales físicos, interactivos y manipulables.
- ✓ Usa terminología cognitiva, a saber: clasificar, analizar, predecir, crear, inferir, deducir, elaborar, pensar, etcétera.
- ✓ Permite que el estudiante dirija el aprendizaje, cambie la estrategia y cuestione el contenido.
- ✓ Investiga la comprensión de conceptos que tienen sus alumnos, previo a compartir con ellos su propia comprensión de los conceptos.
- ✓ Fomenta el diálogo y la colaboración entre los alumnos, los alumnos y el maestro.
- ✓ Estimula la curiosidad e interés del estudiante a través de preguntas amplias y valorativas; igualmente, induce al alumno a inquirir. h. Insiste en que el educando repiense, elabore y complete su respuesta inicial.
- ✓ Crea situaciones y experiencias que “contradigan” la hipótesis original, a fin de estimular la reflexión.
- ✓ Permite al estudiante “pensar” antes de contestar.
- ✓ Provee tiempo al estudiante para establecer relaciones y crear metáforas.
- ✓ Alimenta la curiosidad de los estudiantes a través del uso frecuente del modelo de aprendizaje. (párr. 15)

5.3.2. Pedagogía Waldorf

Según Adela Vizcaíno (2020), esta pedagogía surgió así: el filósofo austríaco Rudolf Steiner (1861 – 1925) recibió como encargo de los propietarios de la fábrica de tabacos Waldorf-Astoria, la creación de una escuela para los hijos de sus trabajadores, en Stuttgart, Alemania. La escuela libre Waldorf, que abrió sus puertas en 1919, se caracterizaba por ser abierta, ya que recibía alumnos de diferentes contextos escolares, mixta y por ofrecer un plan de estudios para realizarse durante doce años. Esta propuesta enriqueció el movimiento de la pedagogía activa, se difundió dentro y fuera de Europa. De acuerdo al reporte del

Movimiento Internacional de escuelas Waldorf, a finales de la década de los ochentas ya había 220 centros infantiles aplicando esta pedagogía y en algunos lugares de Estados Unidos abarcaba tanto el ámbito público como el privado (párr. 1-2).

Por otro lado, Alba Gualda (2018), menciona que la metodología Waldorf se basa en lo siguiente:

la realización de dinámicas que fomentan el aprendizaje cooperativo e individualizado en donde los alumnos y alumnas pasan a ser sujetos activos de su propio aprendizaje. La integración y la participación total de las familias, adaptación al alumno según su proceso madurativo, son algunas de las claves de este método, a diferencia de la homogeneización y estandarización, a excepción de los alumnos con algún tipo de trastorno de aprendizaje, del sistema educativo tradicional (párr. 2).

También Alba Gualda (2018), habla sobre las etapas educativas en la Pedagogía Waldorf, debido a que esta se imparte desde edades muy tempranas, concretamente desde los 0 hasta los 21 años y divididas en tres etapas: Jardín de infancia, edad escolar y edad joven y adulta.

Primera etapa, Jardín de Infancia (de 0 a 7 años): se centra en el desarrollo de la psicomotricidad fina y gruesa, la habilidad viso-espacial y conocimiento del entorno físico que les rodea. Para conseguir esto, las escuelas Waldorf, crean ambientes que dan cabida a la gamificación, a la cocina y a diversos talleres (párr. 7).

Segunda etapa, edad escolar (de 7 a 14 años): esta fase gira en torno a la creatividad y la imaginación. El docente debe impartir las áreas de matemáticas, idiomas o conocimiento del medio a través de juegos o invención de historias que fomenten la creatividad (párr. 8).

Tercera etapa, edad joven y adulta (de 14 a 21 años): aquí se trata de cimentar su personalidad y se motiva el espíritu crítico. En esta etapa, los educadores deben motivar a los alumnos para que emitan juicios de valor sobre el mundo que los rodea. (párr. 9).

5.3.3. Método de andamiaje

Aporta que la relación entre docente y estudiante sea la mejor al satisfacer las necesidades del educando. Lee, Fields (2017), en su libro define el andamiaje como: una mano que da el docente al estudiante permitiéndoles la confianza en sí mismo para el logro de sus objetivos, el docente pasa a ser moderador velando en que no vayan ni muy rápido ni muy lento, sino que se mantengan acorde a la línea por lo que aplica esta metodología con la filosofía clic donde se reflejan 101 técnicas de aprendizaje para que este sea placentero (P. 23)

5.3.4. La gamificación

Se toma la definición de Dueñas y Jurado (2017) que dice: la gamificación es una incorporación dinámica que se orienta al aprendizaje en el alumno con el fin de que su tiempo transcurra de manera diferente en los que la participación juega un papel importante en el proceso de formación de los niños formando un espacio virtual en el aula aplicando el uso de diferentes herramientas educativas, motivándolos a ser mejores ya que les ofrece recompensas al que conteste mejor acerca de un tema específico. De esta manera se tendrá un estudiante activo en su aprendizaje.

5.4. Documento Guía: Derechos Básicos de Aprendizaje (DBA)

Se estará trabajando de la mano con el documento del Ministerio de Educación Nacional (MEN) denominado Derechos Básicos de Aprendizaje (DBA, 2017), que son los conocimientos mínimos que debe tener un estudiante en cada grado académico. Los propósitos de estos son:

- Las niñas y los niños construyen su identidad en relación con los otros; se sienten queridos, y valoran positivamente pertenecer a una familia, cultura y mundo. Pretende que los maestros ayuden a los niños a formar su propia identidad, que le ayudemos a sentirse amados por su familia y todos los que le rodean, además que se sientan aceptados en medio de la sociedad que los rodea.

- El segundo las niñas y los niños son comunicadores activos de sus ideas, sentimientos y emociones; expresan, imaginan y representan su realidad. Busca que los educadores guíen enseñen y orienten a los niños a expresar lo que siente y piensan conforme lo quieran hacer, usando el cuerpo, la música, el dibujo entre otros.
- El tercero las niñas y los niños disfrutan aprender; exploran y se relacionan con el mundo para comprenderlo y construirlo. Con este propósito se busca que el hecho de aprender para los niños vaya lleno de experiencias gratificante, que exploren todo lo que está a su alrededor a través de sus propios sentidos y de las herramientas que los maestros le demos.

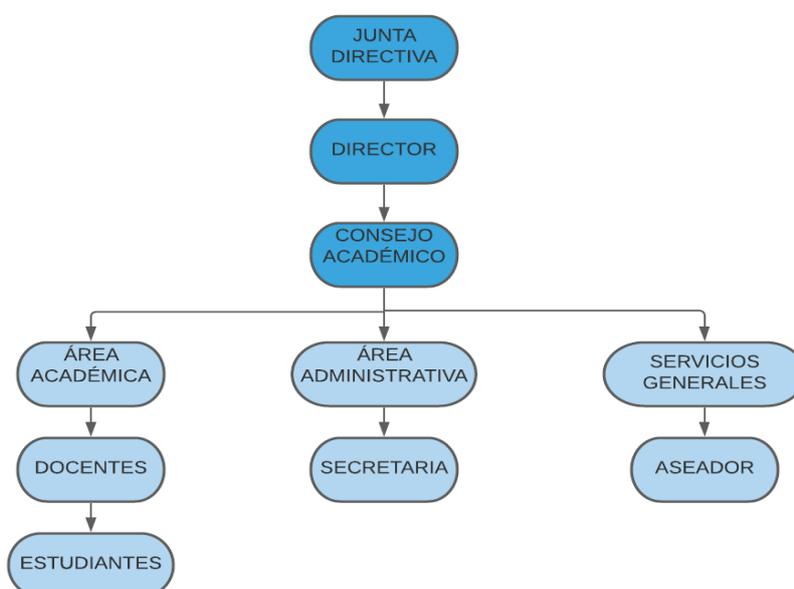
Este documento es un conjunto de enunciados que siguen una estructura luego subyacen de ellos un grupo de evidencias que se pueden dar derivadas de esa primera estructura o enunciado y los ejemplos, estos nos ayudarán a cumplir con los propósitos que ya fueron anunciados anteriormente.

En cuanto a la educación básica los DBA están organizados por asignaturas de forma consecutiva en grados, esto permite que sea de fácil comprensión tanto para el maestro y padres como para aquellos agentes que son claves para el campo educativo. Se encuentra para las áreas básicas como lo son: ciencias sociales, ciencias naturales, matemáticas y lenguaje.

5.4. Organigrama

Se presenta de forma gráfica la estructura de cómo está organizado el Centro Integral de Estudio, donde se evidencia cada cargo y la forma en que se conectan con los equipos de trabajo.

Imagen 18 : Organigrama



Fuente: elaboración propia.

Tabla 7: Junta Directiva

| JUNTA DIRECTIVA | |
|--|--|
| CARGO | FUNCIONES |
| Director Personal administrativo Orientadores | <input type="checkbox"/> Contratar y despedir al personal. <input type="checkbox"/> Ofrecer capacitación al personal, en caso de que sea necesario. <input type="checkbox"/> Obtener los recursos necesarios para el funcionamiento de la institución. <input type="checkbox"/> Establecer presupuestos que permitan administrar estos recursos en la mejor manera posible. |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Llevar la contabilidad de los ingresos y egresos de la institución. <input type="checkbox"/> Desarrollar un código de conducta para la institución, basado en valores éticos y morales. <input type="checkbox"/> Velar por el cumplimiento de este código. |
|--|---|

Fuente: elaboración propia.

Tabla 8 :funciones del Director

| DIRECTOR | |
|-----------------|---|
| CARGO | FUNCIONES |
| DIRECTOR | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Presidir la junta directiva, Comité Académico del centro de apoyo. <input type="checkbox"/> Representar el centro ante las autoridades educativas y la comunidad. <input type="checkbox"/> Formular planes anuales de acción y de mejoramiento de calidad y dirigir su ejecución. <input type="checkbox"/> Dirigir el trabajo de los equipos docentes <input type="checkbox"/> Realizar el control sobre el cumplimiento de las funciones. <input type="checkbox"/> Participar en la definición de perfiles para la selección del personal docente y en su selección definitiva. <input type="checkbox"/> Distribuir las asignaciones académicas y demás funciones de docentes y administrativos a su cargo. |

Fuente: elaboración propia

Tabla 9:Funciones del Comité Académico

| CARGO | FUNCIONES |
|---|--|
| <p>Director</p> <p>Docentes</p> | <ul style="list-style-type: none"> ☐ Integrar los comités para las comisiones de evaluación periódica del rendimiento de los alumnos y supervisar el proceso general de su evaluación. ☐ Liderar la orientación pedagógica del centro de apoyo y participar en la evaluación de este. ☐ Recibir reclamos sobre la evaluación por parte de los alumnos y decidir sobre ellos. ☐ Supervisar el proceso académico a través de las reuniones de orientadores para evaluar el rendimiento y fijar políticas sobre las actividades complementarias. ☐ Organizar las actividades complementarias de retroalimentación de los contenidos. ☐ Favorecer, con los profesores de los diferentes niveles la integración de actividades complementarias con el fin de lograr un aprendizaje integral para satisfacer debidamente los logros. |

Fuente: elaboración propia.

Tabla 10: funciones del orientador

| ORIENTADORES | |
|--------------|--|
| CARGO | FUNCIONES |
| Orientadores | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Cumplir con la jornada laboral establecida. <input type="checkbox"/> Emplear las metodologías definidas en el centro para afianzar los saberes. <input type="checkbox"/> Utilizar técnicas de trabajo dinámicas, activas, vivenciales y que lleven a poner en práctica los conocimientos adquiridos. <input type="checkbox"/> Controlar la asistencia y exigir puntualidad a los estudiantes en la clase. <input type="checkbox"/> Ser puntual por la organización y ejecución de las actividades que le sean encomendadas. <input type="checkbox"/> Evaluar periódicamente a sus estudiantes, y gestionar el observador del estudiante, teniendo en cuenta lo arrojado por la evaluación. <input type="checkbox"/> Cumplir con el horario de atención a padres de familia. <input type="checkbox"/> Informar al director si presenta alguna eventualidad con un estudiante o un padre de familia. <input type="checkbox"/> Responder por los materiales y equipos que se le sean confiados. <input checked="" type="checkbox"/> Asistir puntualmente a las reuniones de docentes programadas en el centro de apoyo. |

Fuente: elaboración propia

Tabla 11: funciones de secretaría

| SECRETARÍA | |
|------------|--|
| CARGO | FUNCIONES |
| | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Gestionar la secretaría del centro y organizar el correo entrante y saliente, el mantenimiento de registros, la atención al cliente. <input type="checkbox"/> Gestionar la administración y la economía del centro, siguiendo las instrucciones de la dirección. <input type="checkbox"/> Gestionar los libros contables <input type="checkbox"/> Levantar el acta de las reuniones <input type="checkbox"/> Gestionar y controlar el personal de administración y servicios, velando por el cumplimiento de la jornada y las tareas establecidas. <input type="checkbox"/> Agenda las citas con las familias y organizar sustituciones de personal ausente. <input type="checkbox"/> Revisar y organizar la información de los docentes y estudiantes del centro. <input type="checkbox"/> Revisar y organizar la información de los docentes y estudiantes del centro. |

Fuente: elaboración propia

Tabla 12: funciones del aseedor

| ASEADOR (A) | |
|-------------|---|
| CARGO | FUNCIONES |
| ASEADOR (A) | <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Mantener las instalaciones del Centro de apoyo en buen estado, organizado y aseado.<input type="checkbox"/> Velar por la buena presentación de las instalaciones del Centro.<input type="checkbox"/> Informar un daño de la planta física o cualquier eventualidad del Centro.<input type="checkbox"/> Cumplir con las labores que le sea encomendadas. |

Fuente: elaboración propia.

5.5. Rol del orientador

En el Centro Integral de Estudios Mi Lugar Favorito el orientador será el encargado de identificar las necesidades académicas de cada uno de sus estudiantes; para luego encaminarse hacia un óptimo aprendizaje.

El estudiante podrá desarrollar la capacidad de reconocer cuáles son sus falencias y cómo puede convertirlas en fortalezas. Es decir, que tomará las decisiones adecuadas en pro de su aprendizaje.

CAPÍTULO 6: ESTRUCTURA DE COSTOS Y ANÁLISIS

6.1. Inversión inicial

A continuación, se relacionan los requerimientos de inversión inicial (equipos, muebles, enseres y productos de aseo). Todos estos se adquirirán de contado.

Tabla 13: Muebles y enseres

| MUEBLES Y ENSERES | | | | |
|-------------------|--|------------------------|----------------|-------------|
| CANTIDAD | MUEBLES | PROVEEDOR | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
| 8 | Sillas azules pequeñas marca rimax | Cacharrería Claudia | \$ 15.00 | \$ 120.00 |
| 24 | Sillas blancas grandes marca rimax | Cacharrería Claudia | \$ 34.00 | \$ 816.00 |
| 2 | Mesas plásticas cuadradas pequeñas marca rimax | Remates el rey | \$ 48.50 | \$ 97.00 |
| 6 | Mesas plásticas cuadradas grandes marca rimax | Remates el rey | \$ 58.00 | \$ 348.00 |
| 4 | Escritorios para docentes | Homecenter | \$ 159.00 | \$ 639.60 |
| 4 | Tableros | Carpintería | \$ 84,00 | \$ 84,00 |
| 4 | Estantes | Homecenter | \$ 99,90 | \$ 99,90 |
| 1 | Baúl Multiuso grande | Remates el rey | \$ 188.00 | \$ 188.00 |
| 1 | Archivador de documentos | Homecenter | \$ 779.90 | \$ 779.90 |
| 4 | Escritorios para docentes | Mercado libre | \$ 17.00 | \$ 17.00 |
| 4 | Perforadoras | Tauro | \$ 9.25 | \$ 37.00 |

| | | | | |
|---|-----------|-------|--------------|---------------------|
| 4 | Grapadora | Tauro | \$ 8.99 | \$ 35.96 |
| | | | TOTAL | \$ 3.865.060 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14: Equipos de oficina

| EQUIPOS DE OFICINA | | | | |
|---------------------------|--------------------------|------------------|-----------------------|---------------------|
| CANTIDAD | EQUIPO | PROVEEDOR | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
| 1 | Computador portátil | San Andresito | \$ 1.600.000 | \$ 1.600.000 |
| 1 | Escritorio de oficina | Home center | \$ 159.90 | \$ 159.90 |
| 1 | Impresor marca hp | Compulago | \$ 520.00 | \$ 520.00 |
| 2 | Computador de mesa | Compulago | \$ 1.231.000 | \$ 2.462.000 |
| 2 | Televisor pantalla plana | Olímpica | \$ 880.00 | \$ 1.760.000 |
| | | | TOTAL | \$ 6.501.900 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15: Gastos

| GASTOS | | | |
|-----------------|------------------------------------|--------------|--------------------|
| | PRODUCTOS PARA EL ASEO | | |
| CANTIDAD | GASTOS | VALOR | VALOR TOTAL |
| 1 | Paquete de bolsa de basura mediana | \$ 2.000 | \$ 2.000 |
| 1 | Blanqueador de 2000ml | \$ 2.900 | \$ 2.900 |
| 1 | Desinfectantes para piso Rapi | \$ 3.500 | \$ 3.500 |
| 1 | jabón líquido para manos | \$ 4.000 | \$ 4.000 |
| 1 | Rollo de papel higiénico x 12 | \$ 18.999 | \$ 18.999 |
| 1 | Toalla de baño marca canon | \$ 45.000 | \$ 45.000 |
| 4 | toallas para manos | \$ 2.000 | \$ 8.000 |
| 1 | Trapero | \$ 4.999 | \$ 4.999 |
| 1 | Escoba | \$ 3.899 | \$ 3.899 |
| 4 | Gel Antibacterial | \$ 12.000 | \$ 48.000 |
| 4 | Alcohol del grande JGB | \$ 10.000 | \$ 40.000 |
| | | TOTAL | \$ 181.297 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16: Servicios públicos

| SERVICIOS PUBLICOS | | |
|---------------------------|-------------------------|--------------------|
| CANTIDAD | Gastos | VALOR TOTAL |
| 1 | Agua potable | \$ 25.000 |
| 1 | Servicio de gas natural | \$ 10.000 |
| 1 | Energía eléctrica | \$ 120.000 |

| | | |
|---|----------------------|-------------------|
| 1 | Telefonía e internet | \$ 120.000 |
| 1 | Publicidad | \$ 120.000 |
| | TOTAL | \$ 395.000 |

Fuente: Elaboración propia.

6.2. Costos fijos

6.2.1. Nómina

La nómina estará conformada por 2 docentes Licenciados en Educación Preescolar, 2 docentes Licenciados en Educación Básica con Énfasis en Informática y una persona encargada del aseo general del Centro Integral de Estudio Mi Lugar Favorito.

Tabla 17: Nómina

| NÓMINA | | | | |
|-----------------|--|--|----------------------------|---------------------------------|
| CANTIDAD | COSTOS | Valor contrato individual (mensual) | Tiempo del contrato | Valor total del contrato |
| 1 | Sueldo de Lic. En preescolar Dasnelis Ramos | \$ 1.000.000 | 12 meses | \$ 12,000.000 |
| 1 | Sueldo de Lic. En preescolar Yulieth De León | \$ 1.000.000 | 12 meses | \$ 12,000.000 |
| 1 | Sueldo de Lic. En Informática Ilse Echeverría | \$ 1.000.000 | 12 meses | \$ 12,000.000 |

| | | | | |
|---|--|--------------|--------------|--------------------------|
| 1 | Sueldo de Lic. En Informática Ketty Salazar | \$ 1.000.000 | 12 meses | \$ 12,000.000 |
| 1 | Aseadora | \$ 400.000 | 12 meses | \$ 4,800.000 |
| | | | TOTAL | \$ 52,800.000 |

Fuente: Elaboración propia

6.2.2. Otros costos fijos

Lo costos fijos serán el alquiler del local y el Hosting y dominio.

Tabla 18: Otros costos

| OTROS COSTOS | | | | |
|--------------|--------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| CANTIDAD | COSTOS | Valor unitario (mensual) | Tiempo de pago | Valor total anual |
| 1 | Alquiler del local | \$ 750.000 | 12 meses | \$ 9,000.000 |
| 1 | Hosting y dominio | \$ 120.000 | 12 meses | \$ 1,440.000 |
| | | | TOTAL | \$ 10,440.000 |

Fuente: Elaboración propia

6.2.3. Costos variables

Conformado por la psicóloga educativa y la plataforma de Q10.

:

Tabla 19: Costos variables.

| COSTOS VARIABLES | | | | |
|-----------------------------|---------------------|-------------------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| CANTIDAD | COSTOS | Valor unitario (mensual) | Frecuencia de pago | Valor total anual |
| 1 | Psicóloga educativa | \$ 300.000 | 3 meses | \$ 1,200.000 |
| 1 | Plataforma Q10 | \$ 490.000 | 6 meses | \$ 980.000 |
| | | | TOTAL | \$ 2,180.000 |

Fuente: Elaboración propia

La psicóloga presentará sus servicios trimestralmente, con el fin de realizar intervenciones, tanto con los estudiantes, como con los profesores y a los padres de familias, con el fin de mejorar el rendimiento académico, reforzar conductas positivas y de aquellos que presentan serias dificultades de aprendizaje.

6.3. Conclusión

La estructura de costos se divide en costos fijos y costos variables.

Los costos fijos que son todos los que permanecerán invariables ante cualquier cambio que se presente en Centro Integral de Estudios Mi Lugar Favorito y los costos variables se modifican mes a mes de acuerdo al volumen de venta que en nuestro caso son el número de estudiantes.

Tabla 20 :Costos totales

| COSTOS TOTALES | VALOR | PORCENTAJE |
|-----------------------------|----------------------|-------------------|
| COSTOS FIJOS | \$ 70,941.900 | 95.4 % |
| COSTOS VARIABLES | \$ 2,380.000 | 4.6 % |
| TOTAL ANUAL | \$ 73,321.900 | 100% |

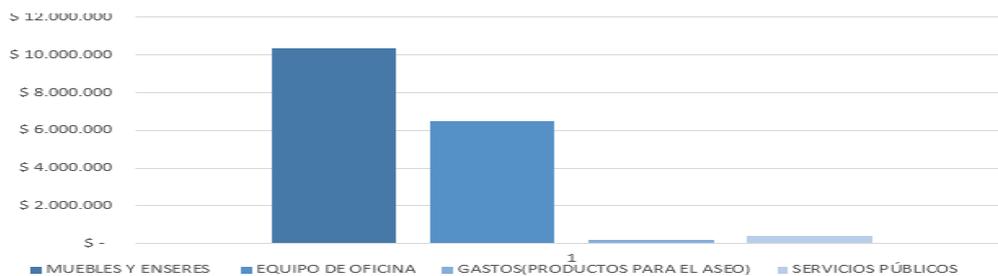
Fuente: Elaboración propia

6.4. Análisis financiero

Teniendo en cuenta lo importante de la Estructura de Costos es primordial hacer un análisis del proceso que se ha venido llevando a cabo mes a mes para tener claridad de todos los bienes con que cuenta una empresa para manejar los recursos, considerando que se estima un servicio productivo el cual tiene como propósito organizar de manera eficaz todo lo que se lleva a cabo una producción en un negocio y verificar a tiempo oportuno si hay alguna falla para corregirla.

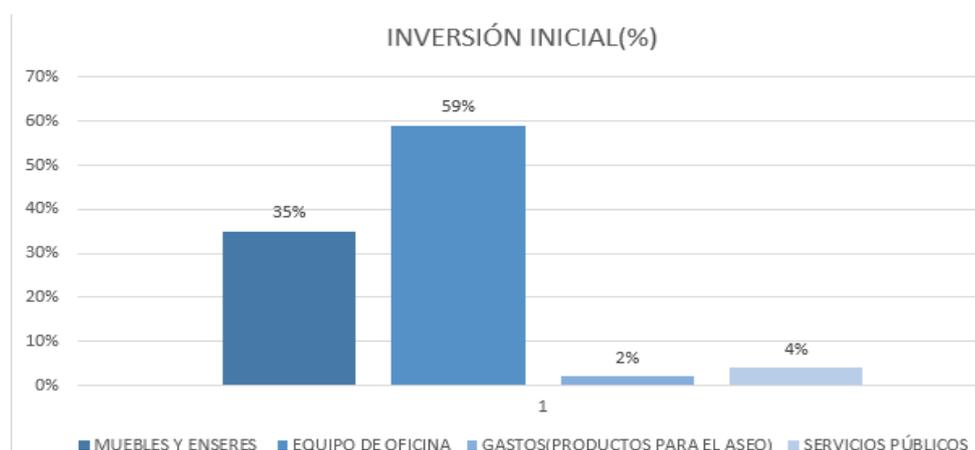
Por lo anterior la estructura de costo del Centro Integral de Estudios Mi Lugar Favorito está estructurado de la siguiente:

Gráfica 1:Inversión Inicial en pesos



Fuente de elaboración: propia

Gráfica 2: Inversión Inicial en porcentaje



Fuente de elaboración: propia

Para el funcionamiento del Centro Integral de Estudio, se necesitará una inversión inicial de \$10.366.960(diez millones trescientos sesenta y seis mil novecientos sesenta). Dentro de las cuales se representa de la siguiente manera: 1) muebles y enseres \$ 3.865.060 (tres millones ochocientos sesenta y cinco mil sesenta pesos), Equipos de oficina \$6.501.900, Gastos \$181.297, servicios públicos 395.000, y lo cual representa una participación sobre la inversión inicial de 35%, 59%, 2% y 4% respectivamente.

Bajo el análisis estadístico de la población samaria, y con base a los resultados de las encuestas realizadas en el ejercicio de validación, se estima que de manera inicial se podrán captar un total de 94 (noventa y cuatro) estudiantes, los cuales se convertirán en usuarios.

Esto arrojando un margen positivo por encima del punto de equilibrio, el cual dentro de los ejercicios financieros da como resultado un total de cuarenta y nueve (49) estudiantes. Tal como se representa en el siguiente recuadro:

Tabla 21 Punto de Equilibrio

| Punto de equilibrio | | |
|---------------------|----------|--------------------------------------|
| Valor Equilibrio | Cantidad | Costos Fijos y Variables (mensuales) |
| \$ 5.333.305 | 49 | \$ 5.516.610 |

Fuente de elaboración: propi

Gráfica 3: Punto de Equilibrio



Fuente de elaboración: propia.

Tabla 22: Punto de Equilibrio

| | A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M |
|---|---|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 |
| | | VALOR | VALOR | VALOR | VALOR | VALOR | VALOR | VALOR | VALOR | VALOR | VALOR | VALOR | VALOR |
| 1.1 Salario de Docentes | | | | | | | | | | | | | |
| Lic. En preescolar Dasmelis Ramos | | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 |
| Lic. En preescolar Yuleith de Leon | | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 |
| Lic. Básica con énfasis en informática Ketty Salazar | | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 |
| Lic. Básica con énfasis en informática Ise Echeverría | | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000 |
| 1.2. Equipo de oficina | | | | | | | | | | | | | |
| 1.1 Computador portátil | | \$ 1.600.000 | | | | | | | | | | | |
| 1.1 Escritorio de oficina | | \$ 153.900 | | | | | | | | | | | |
| 1.1 Impresor marca hp | | \$ 520.000 | | | | | | | | | | | |
| 2.1 Computador de mesa | | \$ 2.462.000 | | | | | | | | | | | |
| 2.1 Televisor pantalla plana | | \$ 1.760.000 | | | | | | | | | | | |
| 1.3. otros costos fijos | | | | | | | | | | | | | |
| Aseadora | | \$ 500.000 | \$ 500.000 | \$ 500.000 | \$ 500.000 | \$ 500.000 | \$ 500.000 | \$ 500.000 | \$ 500.000 | \$ 500.000 | \$ 500.000 | \$ 500.000 | \$ 500.000 |
| Alquiler de local | | \$ 750.000 | \$ 750.000 | \$ 750.000 | \$ 750.000 | \$ 750.000 | \$ 750.000 | \$ 750.000 | \$ 750.000 | \$ 750.000 | \$ 750.000 | \$ 750.000 | \$ 750.000 |
| papelera | | \$ 50.000 | \$ 50.000 | \$ 50.000 | \$ 50.000 | \$ 50.000 | \$ 50.000 | \$ 50.000 | \$ 50.000 | \$ 50.000 | \$ 50.000 | \$ 50.000 | \$ 50.000 |
| Hosting y Dominio | | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 |
| TOTAL COSTOS FIJOS DEL MES | | \$ 11.921.900 | \$ 5.420.000 |
| 2. Costos de Variables | | | | | | | | | | | | | |
| 2.1 Psicóloga educativa | | \$ 300.000 | | | \$ 300.000 | | | \$ 300.000 | | | \$ 300.000 | | |
| 2.2. Plataforma educativa | | | | | | | | | | | | | |
| Q10 | | 490.000 | | | | | | 490.000 | | | | | |
| 2.3. Otros costos de variable | | | | | | | | | | | | | |
| TOTAL COSTOS VARIABLES | | \$ 790.000 | | | \$ 300.000 | | | \$ 790.000 | | | \$ 300.000 | | |
| 3. Gastos fijos | | | | | | | | | | | | | |
| Servicios Públicos | | | | | | | | | | | | | |
| Agua potable | | \$ 25.000 | \$ 25.000 | \$ 25.000 | \$ 25.000 | \$ 25.000 | \$ 25.000 | \$ 25.000 | \$ 25.000 | \$ 25.000 | \$ 25.000 | \$ 25.000 | \$ 25.000 |
| Servicio de gas natural | | \$ 10.000 | \$ 10.000 | \$ 10.000 | \$ 10.000 | \$ 10.000 | \$ 10.000 | \$ 10.000 | \$ 10.000 | \$ 10.000 | \$ 10.000 | \$ 10.000 | \$ 10.000 |
| Energía eléctrica | | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 | \$ 120.000 |

Fuente de elaboración: propia.

Dentro los costos fijos que estarán en el Centro Integral de Estudios Mi lugar favorito hace parte el sueldo de cada maestra por un valor de un millón de pesos mensual (\$1.000.000) que al año arroja un total de cuarenta y ocho millones (\$48.000.000), la aseadora cuenta con un sueldo de cuatrocientos mil pesos mensuales (\$400.000) que

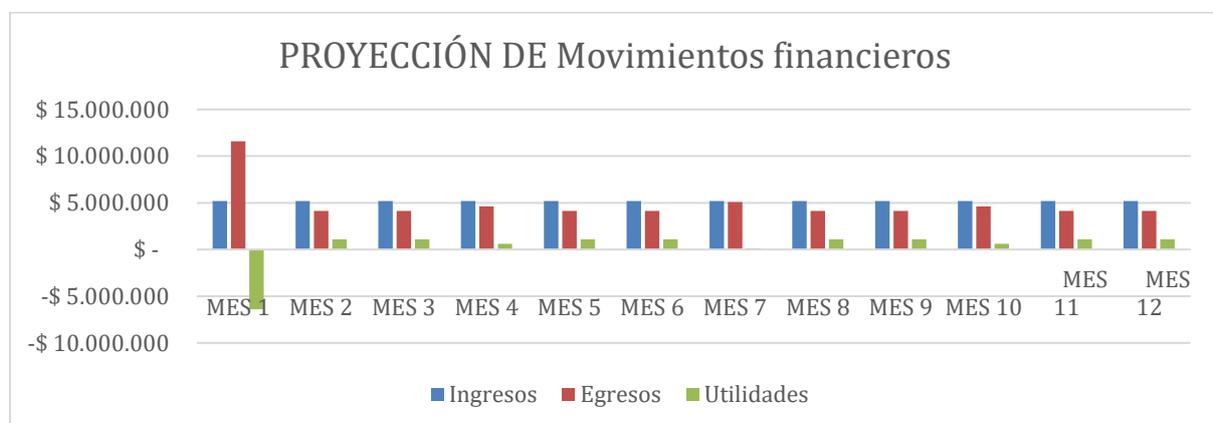
representados en el año da un valor de cuatro millones ochocientos mil pesos (\$4.800.000) dando un total de cincuenta y dos millones ochocientos mil pesos al año(52.800.000).

Por otro lado, el alquiler del local tiene un valor de setecientos cincuenta mil pesos (\$750.000) mensual que al año da nueve millones de pesos (\$9.000.000), Hosting y dominio se va a utilizar para la página web y tiene un valor de ciento veinte mil pesos mensuales (\$120.000) que al año da un millón cuatrocientos cuarenta mil pesos (1.440.000) para un total anual de Diez millones cuatrocientos cuarenta mil pesos (10.4440.000)

Los costos variables está la psicóloga, representa de carácter trimestral por un valor de trescientos mil pesos (\$300.000), los cuales representado al año es un valor de un millón doscientos mil (\$1.200.000) y está la plataforma Q10 por valor de dos millones ciento ochenta mil pesos (\$2.180.000), para un total anual de tres millones trescientos ochenta mil pesos, que representa el 4.64% de los ingresos la cual va a permitir tener una actualización presente en los estudiantes.

Los ingresos para el primer año de funcionamiento se proyectan a \$ 62.426.667 lo que indica que la utilidad será de \$ \$3.639.579 que corresponden al 6% del total de los ingresos recibidos en el año 1 de operación.

Gráfica 4 : Proyección Movimientos financieros



Fuente de elaboración: propia

Las utilidades proyectadas para el primer mes, serían inferior a la cantidad de egresos que se realizarán, por lo tanto, se requiere tener un capital base adicional de la inversión inicial por valor de seis millones de pesos (\$6.000.000) para que el resto de meses no se afecte el flujo de caja.

La rentabilidad varía a medida que se incremente el número de estudiantes lo cual es la meta a futuro crecer como institución.

Después de realizar el ejercicio financiero se pudo visualizar que económicamente es viable.

CONCLUSIÓN

Para concluir, el Centro Integral de Estudios Mi lugar Favorito nace al ver los padres insatisfechos por el poco tiempo que pueden brindarles a sus hijos para la realización de las actividades escolares, y el bajo desempeño académico de muchos niños. Como solución se propone una idea innovadora que pretende llegar a estas personas brindándoles ese servicio que les permita tener tranquilidad al saber que sus hijos cuentan con un excelente grupo de apoyo, que a su vez lo niños estarán felices de estar recibiendo ayuda con sus actividades escolares de manera lúdica y con la participación de herramientas TIC en su aprendizaje.

En este centro recibirán asistencia personalizada, es decir, se tendrá en cuenta la edad de cada niño y sus formas de aprendizaje más eficaces y su grado escolar. Es por eso que la atención se desarrollará por niveles que van desde el nivel1 hasta el nivel 4; cada nivel contará con la atención de un docente profesional.

Es importante mencionar que todo este proceso tuvo un trabajo minucioso de investigación para conocer lo que piensan los posibles clientes y usuarios por medio de encuestas que ayudaron a validar hipótesis, costos de mensualidad, necesidades de los niños y todos aquellos datos que se debían recibir del entorno.

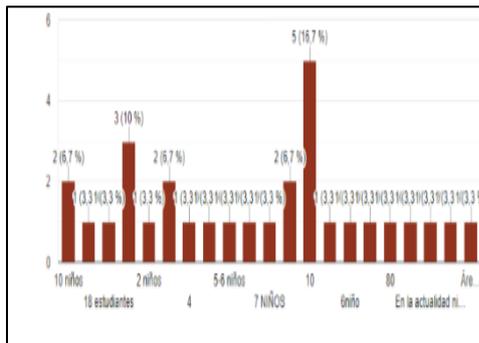
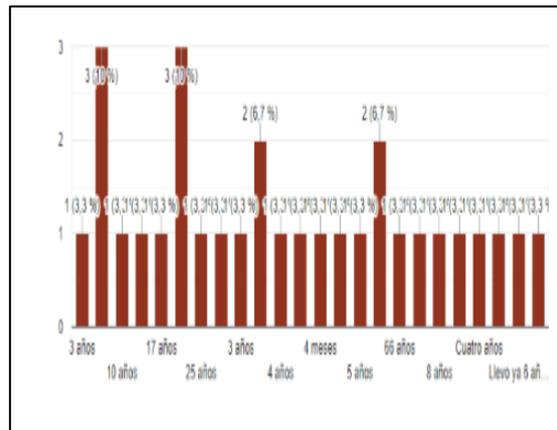
También es preciso expresar que la creación de este proyecto de emprendimiento e innovación denominado Centro Integral de Estudios Mi Lugar Favorito, se realiza con el fin de aportar a la calidad educativa en el distrito de Santa Marta, ya que los estudiantes recibirán una formación académica integral que los llevará a tener habilidades y capacidades para ser personas competentes a nivel personal y social.

ANEXOS

1. Proceso De Validación De La Hipótesis Del Problema

¿Cuál es su nivel de formación académica actual?

| RESPUESTAS | ENCUESTADOS | % |
|---------------|-------------|-----|
| BACHILLER | 6 | 20% |
| TÉCNICO | 9 | 30% |
| TECNÓLOGO | 6 | 20% |
| UNIVERSITARIO | 6 | 20% |
| PROFESIONAL | 3 | 10% |



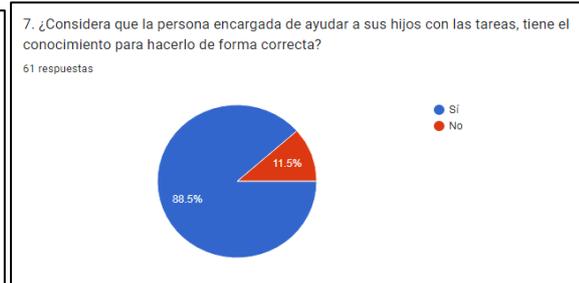
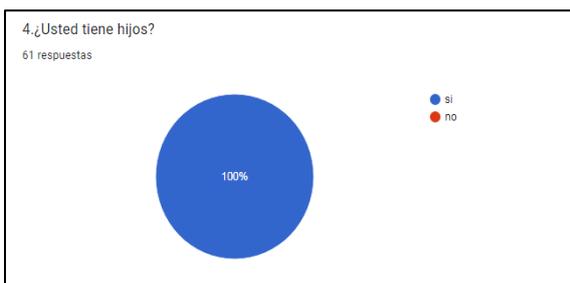
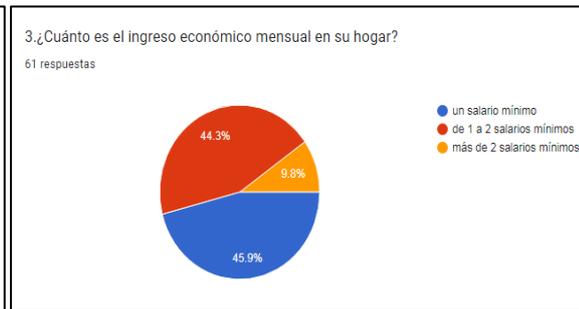
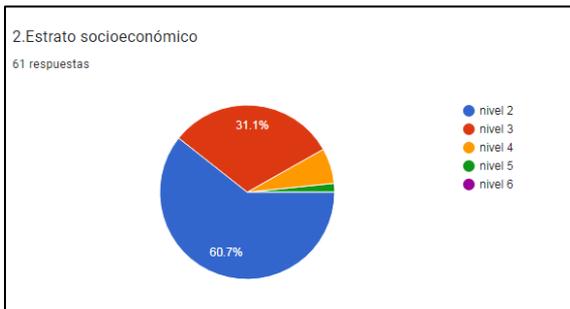
| RESPUESTAS | ENCUESTADOS | % |
|-------------|-------------|-------|
| MATEMÁTICA | 9 | 30% |
| LENGUAJE | 9 | 30% |
| INGLÉS | 5 | 16,6% |
| SOCIALES | 2 | 6,6% |
| NATURALES | 2 | 6,6% |
| RELIGIÓN | 1 | 3,3% |
| ARTÍSTICA | 1 | 3,3% |
| INFORMÁTICA | 1 | 3,3% |
| ÉTICA | 1 | 3,3% |

| RESPUESTAS | ENCUESTADOS | % |
|------------------------------|-------------|-------|
| ACTIVIDADES DINÁMICAS | 8 | 26,6% |
| LA LÚDICA | 8 | 26,6% |
| ACTIVIDADES ORGANIZACIONALES | 6 | 20% |
| APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO | 5 | 16,6% |
| ESTRATEGIAS AFECTIVAS | 3 | 10% |

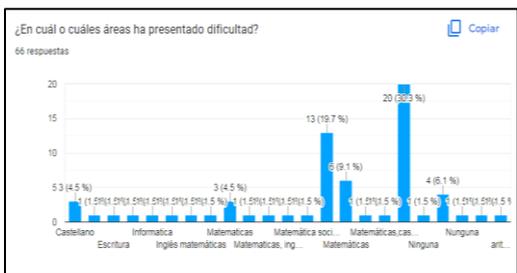
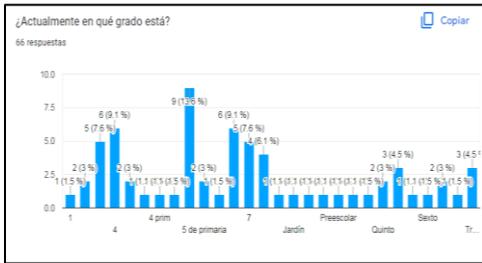
| RESPUESTAS | ENCUESTADOS | % |
|------------|-------------|-------|
| NO | 17 | 56,6% |
| SI | 13 | 43,3% |

| RESPUESTAS | ENCUESTADOS | % |
|------------|-------------|-------|
| NO | 17 | 56.6% |
| SI | 13 | 43.3% |

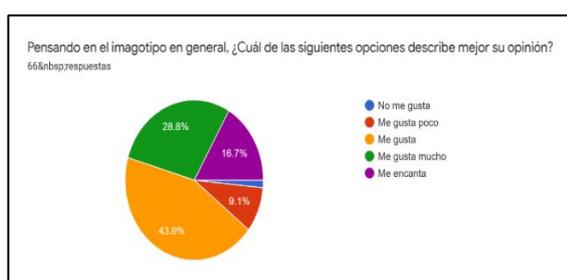
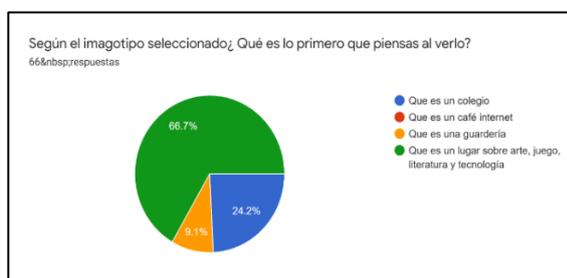
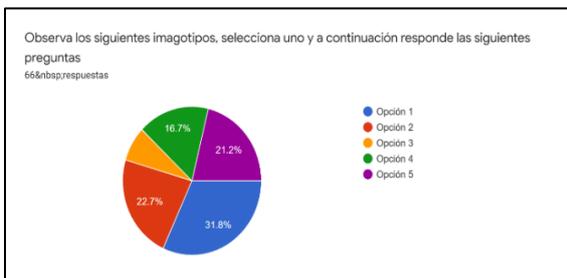
2. Proceso De Validación De La Hipótesis Del Cliente

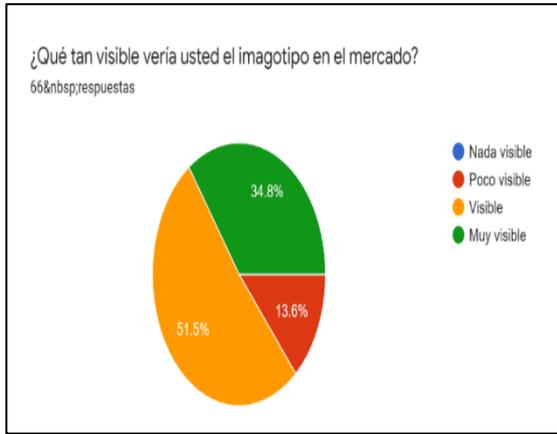
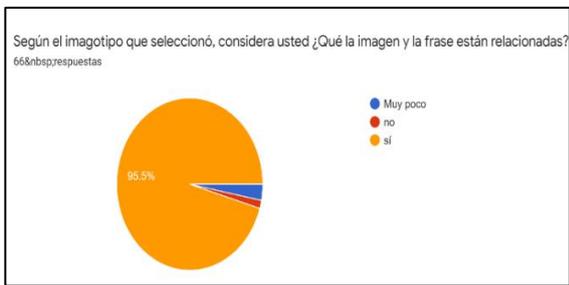
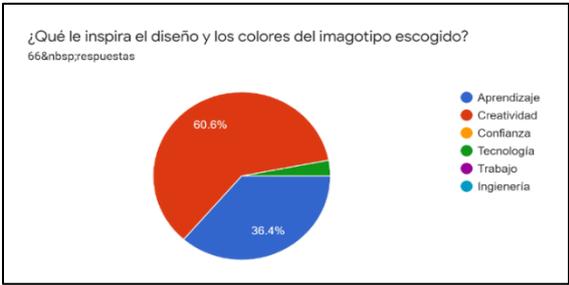
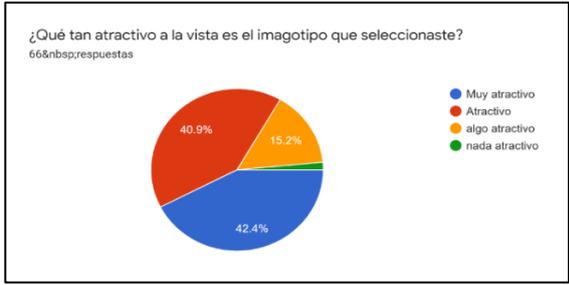
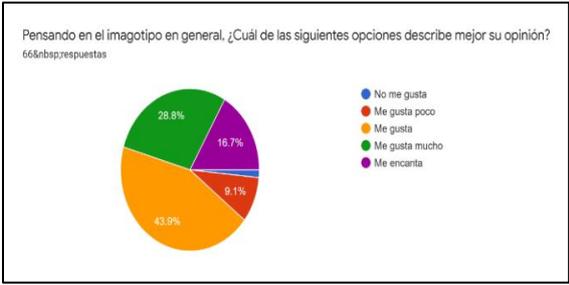


3. Proceso De Validación De La Hipótesis Del Usuario



4. Proceso De Validación De La Hipótesis Del Logo



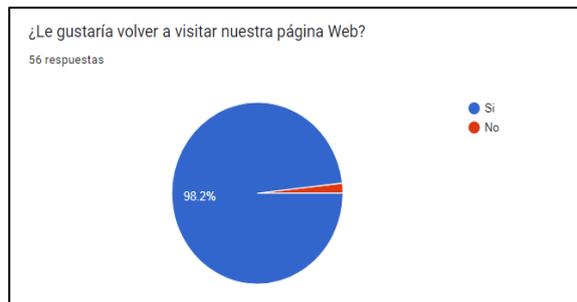
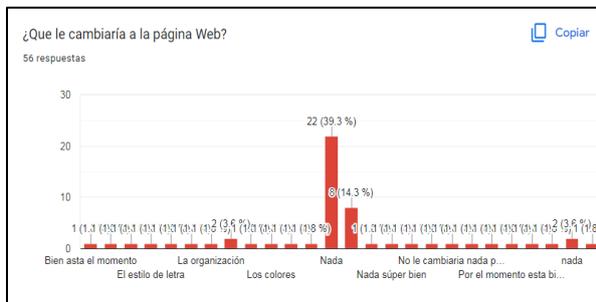
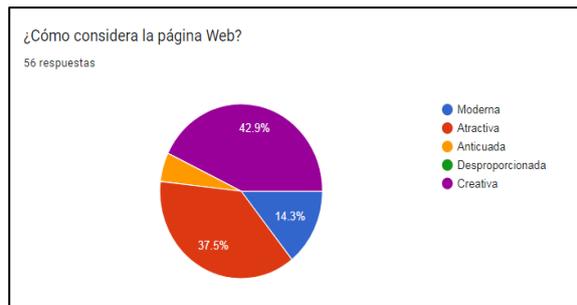
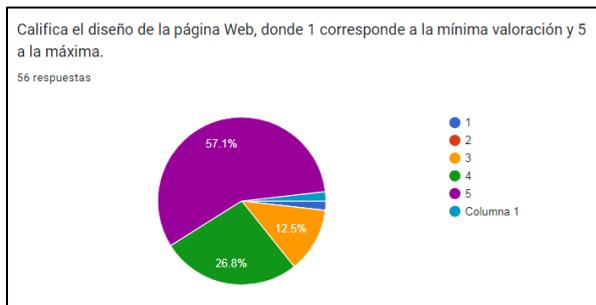
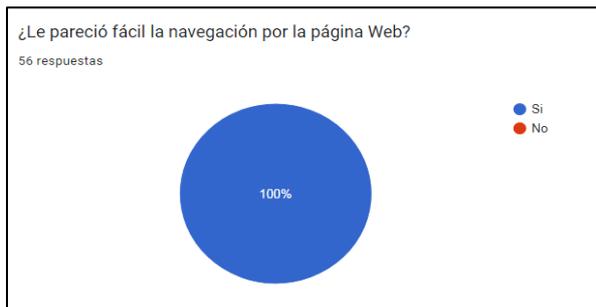
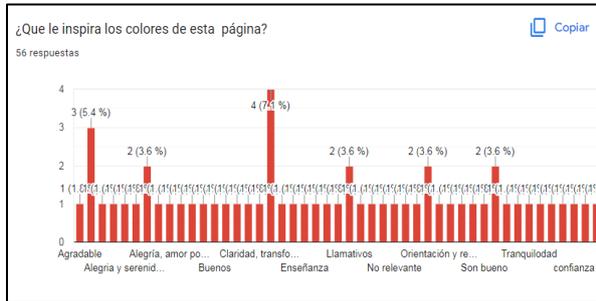


¿Qué cambios le haría al imagotipo que seleccionaste?

| | | |
|----------------|----|-------|
| Ninguno | 25 | 37.8% |
| Colores | 17 | 25.7% |
| Letra | 11 | 16.6% |
| Fondo | 13 | 19.6% |

Fuente: Elaboración propia

5. Proceso De Validación De La Hipótesis De La Página Web



Fuente: Elaboración Propia

6. Logo



5. Creación Página Web



Actividades, Juegos sencillos acompañamiento se Y fáciles para desarrolla Las encuentran en Dimensiones en cada uno de Los niños De la etapa preescolar.



Conformado por niños de los grados 1° a 3° de la básica primaria.



Se orientan a niños de grado 4° y 5° De la básica primaria. los grados 6° y 7° de la básica



La orientación o Realiza a niños que se Secundaria.

Fuente: Elaboración propia

6. Canales De Difusión

| Ciudad - Etal | TEMPRANO ES MAS BACANO LUNES A VIERNES - 6:00 A 10:00 AM | | | | | | PROGRAMACION MUSICAL LUNES A DOMINGO - 10:00 AM - 10:00 PM | | | | | | LAS 20 LATINAS SABADOS - 10 A 12:00 M | | | | REMOTOS LUNES A SABADOS | |
|-----------------------|---|---------|---------|---------|---------|---------|---|---------|---------|---------|---------|---------|--|---------|---------|-----------|----------------------------|--|
| | 18" | 20" | 30" | Normal | Mix | W/Ves | 18" | 20" | 30" | Normal | Mix | W/Ves | 18" | 20" | 30" | Normal | Mix | |
| Bogotá - 108.9 | 340.000 | 402.000 | 620.000 | 470.000 | 340.000 | 394.000 | 320.000 | 304.000 | 440.000 | 340.000 | 402.000 | 620.000 | 470.000 | 340.000 | 394.000 | 4.220.000 | 5.420.000 | |
| Medellín - 104.8 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 337.000 | 270.000 | 320.000 | 394.000 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 320.000 | 4.220.000 | 5.420.000 | |
| Cali - 104.8 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 337.000 | 270.000 | 320.000 | 394.000 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 320.000 | 4.220.000 | 5.420.000 | |
| Barranquilla - 92.1 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 337.000 | 270.000 | 320.000 | 394.000 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 320.000 | 4.220.000 | 5.420.000 | |
| Bucaramanga - 97.7 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 337.000 | 270.000 | 320.000 | 394.000 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 320.000 | 4.220.000 | 5.420.000 | |
| Renele - 102.7 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 337.000 | 270.000 | 320.000 | 394.000 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 320.000 | 4.220.000 | 5.420.000 | |
| Santagene - 93.8 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 337.000 | 270.000 | 320.000 | 394.000 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 320.000 | 4.220.000 | 5.420.000 | |
| Ragué - 94.8 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 337.000 | 270.000 | 320.000 | 394.000 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 320.000 | 4.220.000 | 5.420.000 | |
| Montería - 92.1 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 337.000 | 270.000 | 320.000 | 394.000 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 320.000 | 4.220.000 | 5.420.000 | |
| Palmira - 93.8 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 337.000 | 270.000 | 320.000 | 394.000 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 320.000 | 4.220.000 | 5.420.000 | |
| Itania - 102.8 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 337.000 | 270.000 | 320.000 | 394.000 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 320.000 | 4.220.000 | 5.420.000 | |
| Villavieja - 93.7 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 337.000 | 270.000 | 320.000 | 394.000 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 320.000 | 4.220.000 | 5.420.000 | |
| Sonolte - 101.8 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 337.000 | 270.000 | 320.000 | 394.000 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 320.000 | 4.220.000 | 5.420.000 | |
| Santa Rosa - 97.1 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 337.000 | 270.000 | 320.000 | 394.000 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 320.000 | 4.220.000 | 5.420.000 | |
| Sucre - 94.7 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 337.000 | 270.000 | 320.000 | 394.000 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 320.000 | 4.220.000 | 5.420.000 | |
| Villavicencio - 102.8 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 337.000 | 270.000 | 320.000 | 394.000 | 320.000 | 382.000 | 540.000 | 394.000 | 300.000 | 320.000 | 4.220.000 | 5.420.000 | |

Fuente: página web Olímpica Estéreo

7. Validación Tracción Comercial







Elaboración Propia

FICHA PERSONAL DEL ESTUDIANTE



Nombre: _____
 Fecha de Nacimiento: _____ Lugar: _____
 Nacionalidad: _____ Teléfono: _____
 Dirección: _____
 E. P.S.: _____
 Otros teléfonos de contacto: _____
DATOS FAMILIARES:
 Apellidos y nombre del Padre: _____
 C.C.: _____ Profesión: _____
 Teléfono Móvil: _____ Correo Electrónico: _____
 Apellidos y nombre de la Madre: _____
 C.C.: _____ Profesión: _____
 Teléfono Móvil: _____ Correo Electrónico: _____
OTROS DATOS:
 Grado que cursa: _____
 Nivel en el que se matricula: _____ Horario: _____
 Colegio de procedencia: _____
 Número de Hermanos: _____ Lugar que ocupa entre ellos: _____
 Convivencia de otras personas en el hogar familiar: _____
DATOS MÉDICOS:
 Estado General de Salud: _____
 Vacunaciones: _____
 Observaciones médicas significativas: _____

Fuente: Elaboración Propia

Observador del Estudiante.

| Informe N° | |
|--------------------------------------|----------------------------------|
| Fecha | _____ |
| Descripción del desarrollo académico | _____ _____ _____ _____ |
| Convivencia escolar | _____ _____ |
| Orientaciones y/o recomendaciones | _____ _____ |

Firma del orientador: _____
 Firma del Acudiente: _____

Fuente: Elaboración propia

REFERENCIAS

Alfonsina, G.G. (2008). La recreación en la niñez: “conceptualización, características y aportes desde la recreación al desarrollo de los niños”. Universidad

Nacional de Mar del Plata. Argentina.

http://nulan.mdp.edu.ar/1811/1/gregorio_ag_2008

Alpizar y otros. (2015). Estudio de mercado para determinar el nivel de satisfacción del cliente en estelares mueblerías, 2015. Universidad Autónoma Del Estado

De México. Tejupilco. México.

<http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/62621/TESIS%20YA%20AL%201.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ámbar, Diana Y Martos, M. Alberto (2017). Ámbitos Y Funciones De Los Orientadores Para La Mejora Educativa En Secundaria En Con Textos Retantes. Una

Mirada Cruzada Entre Orientadores Y Directivos. Profesorado. Revista De Currículum Y Formación De Profesorado, 21 (4), 419-437. [Fecha De Consulta 24 De Junio De 2021]. Issn: 1138-414x. Disponible En:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56754639022>

Barrero, M.(Julio,2012). Software informático para la gestión del proceso administrativo en la Escuela Básica Nacional “Dr. Leonardo Ruiz Pineda”,

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chapín. [Tesis de Ingeniería informática no publicada]. <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0093361/intro.pdf>

Betancourt, D. F. (18 de octubre de 2016). Lienzo de propuesta de valor: El canvas para ajustar tu oferta y aumentar tu demanda. Recuperado el 28 de octubre

de 2021, de Ingenio Empresa: www.ingenioempresa.com/lienzo-de-propuesta-de-valor.

Carazo, J. (30 de mayo, 2017). Método Lean Startup. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/metodo-lean-startup.html>

Carranza, A. (12 de Abril del 2021). Conoce cómo hacer un lienzo Early Adopter y potenciar tu propuesta de valor. <https://www.crehana.com/pe/blog/negocios/lienzo-early-adopter/>

Cesar, C (2014). ¿Qué ES EL CONSTRUCTIVISMO? Revista Andina de Educación,2 (1), 25-28. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Cesar-Coll-2/publication/48137926_Que_es_el_constructivismo/links/53eb30a20cf2fb1b9b6afb55/Que-es-el-constructivismo.pdf

Consultado el 4 de octubre de 2021.https://www.mineducacion.gov.co/1759/articulos-341813_archivo_pdf_educacion_inicial.pdf

Dr. Modesto Neco Quiñones. (2005).El rol del maestro en un esquema pedagógico constructivista. México. Recuperado de:

https://cmapspublic.ihmc.us/rid=1H8857D52-26KGC0K-16Z4/el_rol_del_maestro_en_un_esquema_pedagogico_constructivista.pdf

Emilia Martínez Rodríguez (2014). El Modelo de Negocio como base del éxito empresarial: una revisión teórica. Universidad De Almería. Almería. España.

[Http://Repositorio.Ual.Es/Bitstream/Handle/10835/3662/3537_EL%20MODELO%20DE%20NEGOCIO%20COMO%20BASE%20DEL%20EXITO%20EMPRESARIAL-UNA%20REVISION%20TEORICA%20.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y#:~:Text=Concepto%20de%20modelo%20de%20negocio.,-En%20los%20%20C3%Baltimos&Text=Seq%20Ban%20Osterwalder%20Morris%20y%20Magretta.Negocio%20de%20una%20empresa%20espec%20Adfica.&Text=El%20concepto%20est%20A1%20revisado%20y%20explicado%20por%20varios%20autores.](http://Repositorio.Ual.Es/Bitstream/Handle/10835/3662/3537_EL%20MODELO%20DE%20NEGOCIO%20COMO%20BASE%20DEL%20EXITO%20EMPRESARIAL-UNA%20REVISION%20TEORICA%20.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y#:~:Text=Concepto%20de%20modelo%20de%20negocio.,-En%20los%20%20C3%Baltimos&Text=Seq%20Ban%20Osterwalder%20Morris%20y%20Magretta.Negocio%20de%20una%20empresa%20espec%20Adfica.&Text=El%20concepto%20est%20A1%20revisado%20y%20explicado%20por%20varios%20autores.)

Ferreira,Diana (2015).Cooperativismo y Desarrollo. El modelo Canvas en la formulación de proyectos. Volumen 24(número 107).[p.12].

<https://doi.org/10.16925/co.v23i107.1252>

Garcia Garnica, Alejandro Y Taboada Ibarra, Eunice Leticia. Teoría De La Empresa: Las Propuestas De Coase, Alchian Y Demsetz, Williamson, Penrose Y

Nooteboom. Econ: Teor. Práct [Online]. 2012, N.36 [Citado 2021-06-17], Pp.9-42.

Disponible En: [Http://Www.Scielo.Org.Mx/SciELO.Php?Script=Sci_Arttext&Pid=S0188-33802012000100002](http://Www.Scielo.Org.Mx/SciELO.Php?Script=Sci_Arttext&Pid=S0188-33802012000100002)

Gualda, C. A (2018). ¿Qué es la pedagogía Waldorf? Alternativas a la educación convencional. Revista digital INESEM. 958 050 205 / 660 488 247. Recuperado

de <https://revistadigital.inesem.es/educacion-sociedad/pedagogia-waldorf/>

Jiménez, B. (2002). Lúdica y recreación. Colombia: Magisterio libro la promoción del desarrollo integral un desafío del siglo XXI para América Latina Juan Emilio

Cheyre Santiago de Chile, abril 2015

<http://centroestudiosinternacionales.uc.cl/images/publicaciones/publicaciones->

[ceiuc/Libro_desarrollo_integral_30_03_15.pdf](http://centroestudiosinternacionales.uc.cl/images/publicaciones/publicaciones-ceiuc/Libro_desarrollo_integral_30_03_15.pdf)

Luis S, A. (2012). Las clasificaciones en las empresas. Revista de la Facultad de Ciencias Contable. . 20 (38).139-153. Recuperado de

file:///D:/Descargas/LAS_CLASIFICACIONES_EN_LAS_EMPRESAS.pdf

Ministerio De Educación Y Formación Profesional, Orientaciones Y Protocolo Para La Evaluación Del Periodo De Prueba Del Docente Orientador Que Se Rige

Por El Estatuto De Profesionalización Docente (Decreto Ley 1278 De 2002). Bogotá, D.C. Febrero De 2012. Subdirección De Referentes Y Evaluación De La Calidad Educativa.

Ministerio de Educación. Documento N. 21 De La Educación Inicial 2014.

Ministerio de Educación. Seguimiento de matrículas. Actualizado el 20 de Mayo de 2021.

https://www.mineduacion.gov.co/1759/w3-article-402948.html?_noredirect=1

Molina Contreras, D. L. (2004). Concepto de orientación educativa: diversidad y aproximación. Revista Iberoamericana De Educación, 35(1), 1-22. Recuperado

de <https://doi.org/10.35362/rie3512924>

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G. Y Smith, A (2014). Diseñando la propuesta de valor. Recuperado de <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Disenando-la-propuesta-de-valor-Alexander-Osterwalder-Yves-Pig.pdf>

Plascecia-Cueva, Tania, Beltrán-Cruz Ariana, Uso de las tic como herramienta de aprendizaje para alumnos de nivel superior.(2016). El uso de las TIC

Como herramienta de aprendizaje para alumnos de nivel superior. .Proceding T-X1.volumen 11 (7). Uso de las TICs como herramienta de aprendizaje para alumnos de nivel superior. 13-23. <https://vdocumento.com/reader/full/los-retos-de-la-docencia-ante-las-nuevas-caracteristicas-tomo-11pdf-ecorfan>

Ramírez-Salas, W. (2019). ¿Qué, cómo y con qué enseñamos? Acta Académica, 55(Noviembre), 19-38. Recuperado a partir de

<http://revista.uaca.ac.cr/index.php/actas/article/view/113>

Romero, L.A (2019). El Refuerzo Escolar Como Herramienta Pedagógica Para Mejorar La Calidad De Los Aprendizajes Y Disminuir El Fracaso Escolar, En La

Institución Educativa Santiago De Las Atalayas. Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/46353/el%20refuerzo%20escolar%20como%20herramienta%20pedag%20gica%20para%20mejorar%20la%20calidad%20de%20los%20aprendizajes%20y%20disminuir%20el%20fracaso%20escolar%20en%20la%20instituci%20n%20educativa%20santiago%20de%20las%20atalayas.pdf>

Rosario Peiró (08 de junio, 2020). Usuario [Entrada de Blog]. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/usuario.html>

Sanchez, M, Arellano. A (2017) ciencias administrativas, utilización del modelo de diagnóstico canvas en el análisis de un caso de la industria farmacéutica en

México (núm. 9).(p.5),recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/5116/511653847003/511653847003.pdf>

Uriarte. J.(2020,9 de marzo).Definición y características del correo electrónico. Enciclopedia de características. <https://www.caracteristicas.co/correo-electronico/>

Vizcaíno, R. (2020,Julio 04). ¿Cómo surgió la pedagogía Waldorf? Internacional Montessori Instituto Barcelona <https://montessorispace.com/blog/pedagogia-waldorf/>