



Escuela de Administración
Graduate School of Business (Rosario GSB)

Intelligame

Proyecto Aplicado Empresarial

Natalia Ramírez Bustos

Bogotá

2023



Escuela de Administración
Graduate School of Business (Rosario GSB)

Intelligame

Proyecto Aplicado Empresarial

Natalia Ramírez Bustos

Jorge Andrés Restrepo

Maestría en Emprendimiento e Innovación (MEI)

Escuela de Administración

Mayo 29 de 2023

Bogotá, Colombia

2023

Tabla de contenido

Preliminares.....	v
Agradecimientos	vi
Dedicatoria.....	vii
Declaración de originalidad y autonomía.....	viii
Declaración de exoneración de responsabilidad.....	ix
Lista de figuras	x
Lista de tablas	xi
Abreviaturas.....	xii
Glosario	xiii
Palabras clave	xiv
Inteligencias múltiples, Diseño Universal para el Aprendizaje	xiv
Abstract.....	i
Keywords.....	i
1. Introducción	1
2. Concepto de negocio.....	3
2.1 Descripción de la idea de negocio.....	3
2.2 Portafolio de productos y/o servicios	6
2.3 Fuentes de ingresos	12
2.4 Portafolio de clientes	13
2.5 Posicionamiento en el mercado	14
3. Descripción de los elementos organizacionales del emprendimiento.....	21
3.1 Propiedad y junta directiva (estructura organizacional)	27

3.2 Recursos humanos y/o empleados que requiere el emprendimiento	28
3.4 Procesos de negocio.....	30
3.5 Aspectos legales a considerar para la puesta en marcha del emprendimiento	31
Es un permiso estatal que se concede a la institución privada para ejercer sus funciones, brindando eficacia, eficiencia y calidad al sistema educativo.....	37
4. Descripción de las operaciones requeridas por el emprendimiento	41
4.1 Instalaciones que requiere el emprendimiento	42
4.2 Infraestructura tecnológica y de TIC requerida por el emprendimiento	45
4.3 Descripción de los requerimientos de producción y distribución del emprendimiento.....	45
4.4 Estrategias de financiación del emprendimiento	46
4.5 Plan financiero del emprendimiento.....	47
5. Estrategia para el relacionamiento con los clientes y grupos de interés	49
5.1 Estrategia de marca (Branding)	49
5.2 Gestión de las comunicaciones y las relaciones públicas del emprendimiento.....	52
5.3 Proceso de ventas y servicios	56
5.4 Plan de mercadeo.....	58
5.4.1 Investigación de mercado	58
5.4.2 Barreras de entrada	62
5.4.3 Amenazas y oportunidades	62
5.4.4 Competidores claves	63
5.4.5 Precios.....	67
5.4.6 Canales de distribución.....	69
5.5 Red de contactos	71
Referencias bibliográficas	72

Preliminares

Agradecimientos

Agradezco a mi hermana y a mis papás por ser quienes promovieron mis sueños, por los consejos que me dan a diario y me ayudan a mejorar cada día, les agradezco por haber inculcado en mí principios y valores.

Agradezco a la Universidad del Rosario y a sus docentes por haberme permitido hacer parte de la Maestría en Emprendimiento e Innovación y por brindarme una experiencia llena de aprendizajes que traerán muchos beneficios a nivel personal y profesional.

Dedicatoria

El presente trabajo de grado lo dedico inicialmente a mi familia que ha estado para mí en cada paso que doy, una familia que me inspira a crecer cada día más. Dedico este trabajo a todas las personas que me han acompañado en este proceso el cuál es un gran paso en mi vida.

También quiero dedicar este trabajo final a la Universidad del Rosario por la inspiración que nos da la motivación a emprender y a innovar, gracias por permitirme cumplir un sueño más, por tener un equipo docente tan preparado y tan dedicado en tanto dentro de las clases como fuera de estas.

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el presente Proyecto Aplicado Empresarial (PAE), en la modalidad de proyecto de emprendimiento (plan de negocio) por mi propia cuenta y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este PAE no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

A handwritten signature in black ink that reads "Natalia Ramírez B". The signature is written in a cursive style and is underlined.

Natalia Ramírez Bustos

Firmado en Bogotá, D.C. el 18 de octubre de 2022

Declaración de exoneración de responsabilidad

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

A handwritten signature in black ink that reads "Natalia Ramírez B". The signature is written in a cursive style and is underlined.

Natalia Ramírez Bustos

Firmado en Bogotá, D.C. el 18 de octubre de 2022

Lista de figuras

<i>Figura 1. Inteligencias múltiples</i>	7
<i>Figura 2. Portafolio de servicios</i>	8
<i>Figura 3. Mapa de empatía</i>	15
<i>Figura 4. Plan de mercadeo</i>	16
<i>Figura 5. Tasa de repitencia en Cundinamarca</i>	18
<i>Figura 6. Número de repitentes escolares</i>	20
<i>Figura 7. Camvas Model</i>	26
<i>Figura 8. Mínimo Producto Viable</i>	27
<i>Figura 9. Mapeo de talento 3x3</i>	30
<i>Figura 10. Nombre en el RUES</i>	31
<i>Figura 11. Plano Intelligame Center</i>	44
<i>Figura 12. Idea de rincón de aprendizaje</i>	44
<i>Figura 13. Mapa estratégico</i>	50
<i>Figura 14. Diagrama de las 5 fuerzas de Porter</i>	51
<i>Figura 15. Propuesta de mejora</i>	52
<i>Figura 16. Página principal de Intelligame Center</i>	53
<i>Figura 17. Nuestros programas</i>	54
<i>Figura 18. Contáctanos</i>	55
<i>Figura 19. Logo Intelligame Center</i>	56
<i>Figura 20. Embudo de conversión</i>	57
<i>Figura 21. Mapa de experiencia del cliente</i>	59
<i>Figura 22. Análisis DOFA de Intelligame Center</i>	63
<i>Figura 23. Curva de valor</i>	64
<i>Figura 24. Red de contactos</i>	71

Lista de tablas

<i>Tabla 1. Prototipo de la planeación</i>	9
<i>Tabla 2. Flijo de caja</i>	12
<i>Tabla 3. Balance general</i>	13
<i>Tabla 4. Tasa de reprobación y deserción</i>	17
<i>Tabla 5. Aspectos legales de Intelligame Center</i>	32
<i>Tabla 6. Matriz de riesgos</i>	42
<i>Tabla 7. Gastos Intelligame Center</i>	46
<i>Tabla 8. Estado de resultados de pérdida y ganancias</i>	47
<i>Tabla 9. Flujo de caja, método indirecto</i>	48
<i>Tabla 10. Rotación de inventario</i>	48
<i>Tabla 11. Balance general</i>	48
<i>Tabla 12. Aumento de volumen y de precio por año</i>	49
<i>Tabla 13. Ficha técnica de la encuesta</i>	60
<i>Tabla 14. Plan de recopilación de datos de Intelligame Center</i>	65
<i>Tabla 15. Plan de recopilación de datos de Little Genius</i>	65
<i>Tabla 16. Plan de recopilación de datos de RIIE</i>	66
<i>Tabla 17. Análisis competitivo</i>	66
<i>Tabla 18. Estrategia de precios</i>	68
<i>Tabla 19. Evaluación de canales de distribución</i>	69

Abreviaturas

MEN: Ministerio de Educación Nacional

IM: Inteligencias múltiples

Anexos

Los anexos se encuentran al final del documento, en estos se encuentran las evidencias de las encuestas realizadas.

Glosario

- **Inteligencia espiritual:** Capacidad de plantearse preguntas profundas. (Andrade, 2015)
- **Inteligencia interpersonal:** Capacidad de conocer e influir en las demás personas. (Andrade, 2015)
- **Inteligencia intrapersonal:** Capacidad de conocerse a uno mismo, fortalezas y emociones propias. (Andrade, 2015)
- **Inteligencia kinestésica-corporal:** Capacidad de controlar, coordinar y expresarse a través del cuerpo. (Andrade, 2015)
- **Inteligencia lingüística:** Capacidad para expresarse a través del lenguaje hablado o escrito. (Andrade, 2015)
- **Inteligencia lógico-matemática:** Capacidad para trabajar con números, hacer cálculos, resolver problemas matemáticos, poseen pensamientos lógicos. (Andrade, 2015)
- **Inteligencias múltiples:** Consideradas como un enfoque de la cognición humana que puede someterse a contrastes de tipo empírico. (Gardner, 2015)
- **Inteligencia musical:** Habilidad de captar sonidos, ritmos y tonos. (Andrade, 2015)
- **Inteligencia naturalista:** Capacidad de distinguir plantas, animales y tener respeto hacia el ecosistema. (Andrade, 2015)
- **Inteligencia visual-espacial:** Habilidad de reconocer la transformación de un elemento a otro. (Andrade, 2015)
- **Ambientes híbridos de aprendizaje:** Son escenarios académicos y corporativos para hacer referencia a la presencia de las modalidades cara a cara (presencial) y en línea (no presencial), en la propuesta formativa de ambientes híbridos de aprendizaje. (Rojotse, 2021).

Resumen ejecutivo

Intelligame Center

Intelligame Center es un espacio pedagógico diseñado para niños y niñas que se encuentren entre 5 y 12 años de edad, este espacio ofrece un servicio de refuerzos académicos donde podrán mejorar su proceso de aprendizaje por medio de asesorías en tareas escolares, comprendiendo y potenciando sus inteligencias múltiples y despertando su interés en diversas áreas. Intelligame Center hace refuerzos académicos y complementos de distintas prácticas pedagógicas a través del juego y de la diversión enfocándose en las inteligencias múltiples de cada niño o niña. Este centro pedagógico cuenta con una ventaja competitiva ya que en la actualidad aunque que existen herramientas y actividades que trabajan las inteligencias múltiples, no hay un espacio en el que se puedan identificar y potenciar los tipos de inteligencias múltiples de los niños y niñas. El objetivo de Intelligame Center es identificar las inteligencias múltiples de los niños y niñas de 5 a 12 años y trabajar a partir de ellas potenciando sus habilidades y mejorando su rendimiento académico. Como oportunidad de mercado se encuentran los padres y las madres de estrato medio-alto que vivan por la Sabana de Bogotá haciendo énfasis en Cajicá, Chía y Tabio. A esto se suma que los padres desconocen las inteligencias múltiples de sus hijos o hijas, con el estudio realizado se identificó que estos padres y madres están dispuestos a inscribir a sus hijos en este centro para conocer y potenciar las inteligencias múltiples. Los costos por sesión varían, ya que van desde los 50.000 COP pero Intelligame cuenta con diferentes planes como lo es el plan hermanos, planes por sesión, mensual, trimestral y semestral. Este emprendimiento brinda un aporte en pro al proceso educativo de los niños y las niñas y les genera motivación al momento de aprender.

Palabras clave

Inteligencias múltiples, Diseño Universal para el Aprendizaje.

Abstract

Intelligame Center

Intelligame Center is a pedagogical space designed for children between 5 and 12 years old, this space offers academic reinforcement service where they can improve their learning process through homework counseling, understanding and enhancing their multiple intelligences and awakening their interest in different areas. Intelligame Center provides academic reinforcement and pedagogical practices complements through games and fun, focusing on the multiple intelligences of each child. This pedagogical center has the competitive advantage that currently, despite the existence of tools and activities that work on multiple intelligences, there is no space that identifies and enhances the multiple intelligence types on children. The objective of Intelligame Center is to identify the multiple intelligences of children from 5 to 12 years old and work from them, enhancing their skills and improving their academic performance. The market opportunity is, parents of middle-high stratum who live in Sabana of Bogotá like Cajicá, Chía and Tabio. Parents are unaware of the multiple intelligences of their children, with the study conducted it was identified that these parents are willing to enroll their children in this center to learn and enhance multiple intelligences. The costs per session vary since they range from 50,000 COP but Intelligame has different plans, there is the sibling plan, plans per session, monthly, quarterly and semiannual. This venture contributes to the educational process of children and generates motivation to learn.

Keywords

Multiple Intelligences, Universal Design for Learning

1. Introducción

Como licenciada en pedagogía infantil tuve que enfrentar diferentes obstáculos, entre estos, me encontré con la participación y motivación de los estudiantes durante las clases, en las diferentes áreas académicas los estudiantes demostraban tener preferencias respecto a las distintas áreas y actividades que tomaban, pero era evidente que no todas las clases motivaban a todos los estudiantes por igual. Por ejemplo, cuándo los niños están aprendiendo matemáticas, uno de estos niños no posee la inteligencia lógico-matemática, el niño tendrá dificultades durante su proceso de aprendizaje en esta área. Los profesores deberían buscar estrategias para minimizar estas dificultades y potenciar las inteligencias múltiples de cada alumno.

Es importante mencionar ¿Qué es la inteligencia? “La inteligencia es considerada como un potencial biopsicológico. Es decir, que todos los miembros de la especie poseen el potencial para ejercer un conjunto de facultades intelectuales de las que la especie es capaz” (Gardner, 2015, p. 63). Intelligame Center se orienta a las inteligencias múltiples puesto que “la teoría de las inteligencias múltiples se ha desarrollado como un enfoque de la cognición humana que puede someterse a contrastes de tipo empírico” (Gardner, 2015, p. 51).

Cabe mencionar que las inteligencias múltiples tienen 3 etapas en el desarrollo, la primera etapa es considerada “en bruto” ya que ésta es intrínseca, la segunda etapa es la simbólica en la que las habilidades se empiezan a desarrollar con ayuda del contexto de cada niño y cada etapa de desarrollo se potencia más cada inteligencia, la última etapa es en la que los jóvenes eligen sus carreras profesionales. En este orden de ideas, algunas instituciones y centros educativos realizan actividades potenciando diferentes dimensiones de los niños pero dejan a un lado el desarrollo de las inteligencias múltiples. El sentido pedagógico de Intelligame center se enfoca en ayudar a los niños y niñas a comprender su naturaleza, sus competencias, habilidades y límites.

Es importante aclarar que las actividades que desarrolla este centro educativo abarca las inteligencias múltiples ya que potencia en los niños las competencias para desarrollar un rol en la comunidad y comprender sus habilidades y capacidades, las cuales se irán

mejorando progresivamente de acuerdo al proceso de desarrollo de cada individuo hasta que logre ser consciente y pueda llegar a comprender y relacionarse con los demás. Además de esto, se recalca que la segunda sección de la Ley 115 de 1994 establece que se deben desarrollar las formas de expresión durante la edad preescolar, “el desarrollo de la capacidad para adquirir formas de expresión, relación y comunicación y para establecer relaciones de reciprocidad y participación, de acuerdo con normas de respeto, solidaridad y convivencia”. El objetivo de Intelligame Center es identificar las inteligencias múltiples de los niños y niñas de 5 a 12 años y trabajar a partir de ellas potenciando sus habilidades y mejorando su rendimiento académico.

Respecto a los métodos de validación de Intelligame, se ejecutaron encuestas y entrevistas, se tomó en cuenta el punto de vista de padres quienes afirmaron apoyar este emprendimiento ya que es visto como un aporte positivo para la educación, los beneficios de este emprendimiento son educativos, ya que aportan potencialmente en el proceso de desarrollo integral de niños y niñas. El alcance de este proyecto es aumentar un 45% en ventas de sesiones y planes para los próximos 5 años, se busca iniciar con un aproximado de 10 niños inscritos para que en 5 años hayan más de 25 niños inscritos, además de esto se busca tener una participación actual del mercado del 15% lo cual implica incrementar las ventas para obtener un mayor porcentaje de ventas a diferencia de otras empresas de la industria, se espera crecer un 5% cada año en ventas.

Este documento desarrolla una estructura en la que inicialmente se describe el concepto de negocio, abordando las características que lleva una descripción de la idea, posterior a eso, se desarrolla la descripción de los elementos organizacionales del emprendimiento, seguido de este, se encuentra la descripción de las operaciones requeridas por el emprendimiento y finalmente se aborda la estrategia para el relacionamiento con los clientes y el grupo de interés.

2. Concepto de negocio

2.1 Descripción de la idea de negocio

Intelligame es un establecimiento educativo, el servicio que ofrece este negocio se enfoca en apoyar procesos educativos a través del juego, los padres y madres de los niños y las niñas de 5 a 12 años de edad son el público objetivo del centro educativo. El proceso educativo de Intelligame se enfoca en potenciar las inteligencias múltiples de cada uno de los estudiantes ya que se ha observado que el tener un enfoque centrado en el individuo ha logrado que “se sintieran mejor consigo mismos y que llegaran a ser miembros positivos de su comunidad” (Gardner, 2015, p. 109).

Intelligame Center se basó en el proyecto Spectrum, el cuál parte de que todos los niños tienen un potencial que se puede desarrollar en diferentes áreas, Gardner y Feldman, los creadores del proyecto Spectrum mencionaron: “no intentamos estimular las inteligencias directamente usando materiales que llevan la etiqueta de espacial o lógico-matemático. Más bien empleamos materiales que incorporan roles sociales valorados o estados finales, y que recurren a combinaciones relevantes de inteligencias” (Gardner, 2015). Intelligame es un espacio con 9 áreas diseñadas, cada área corresponde a un inteligencia múltiple que serán establecidos como “el rincón naturalista”, cada espacio es un rincón. Entre los estándares del centro educativo se incluye la estrategia de aulas en paz, estas aulas brindan seguridad y bienestar colectivo e individual, en estas aulas se desarrollan competencias ciudadanas, en este entorno los estudiantes aprenden a desarrollarse como individuos autónomos, capaces de desenvolverse de manera positiva en la interacción social. Además, facilita y complementa la puesta en práctica de otras estrategias. Generan el ambiente propicio para que los estudiantes desarrollen y practiquen las competencias necesarias estableciendo relaciones afectivas y respondiendo de manera recíproca. En Intelligame Center se trabaja la resolución de problemas y se manejan los conflictos de una manera constructiva, los maestros dan ejemplo positivo a sus alumnos y promueven su participación activa evitando las comparaciones o críticas destructivas.

2.1.1. Misión, visión, valores y objetivos

Misión

Intelligame Center se enfoca en ofrecer un servicio educativo innovador en el que se permita solucionar las necesidades del cliente respecto al proceso de aprendizaje de los niños y las niñas de 5 a 12 años de edad, tales como el fortalecimiento en áreas que la educación tradicional no brinda, y el apoyo individual especializado en un área específica, formando niños y niñas capaces de enfrentar retos que se presenten, garantizando confiabilidad y seguridad en cada etapa del proceso.

“Intelligame no está en el negocio de reforzar tareas, está en el negocio de potenciar las inteligencias múltiples”.

Visión

Intelligame Center crecerá y tendrá varias sedes a nivel regional en 8 años, también espera contribuir al sector educativo de Colombia con el objetivo que los clientes de este mercado tomen Intelligame Center como referencia al momento de inscribir a los niños en este sector educativo generando una experiencia en pro del proceso educativo de cada niño o niña. Añadiendo a esto, Intelligame Center quiere contribuir al país generando oportunidades de empleo en cada sede y servicio que se ofrece.

Valores

Intelligame Center cuenta con 8 valores que representan a la empresa, estos son:

- Respeto: Con la empresa, el cliente, los niños y niñas en todo momento.
- Cumplimiento: Con la normativa y las leyes de una institución educativa.
- Honestidad: En cada etapa del proceso.
- Coherencia: Con lo que aporta la empresa, el cliente y el servicio.
- Transparencia: En cada etapa del servicio que se ofrece.
- Profesionalidad: En todo el proceso, somos profesionales.
- Responsabilidad Social: Con la educación y con la sociedad generando empleos.
- Innovación: En el desarrollo de actividades y de etapas educativas.

Objetivos a corto plazo

Los objetivos de Intelligame Center a corto plazo son contribuir potencialmente al proceso educativo de niños y niñas de la sabana de Bogotá brindando apoyo educativo, fortaleciendo sus áreas de dificultad y favoreciendo aquellas en las que desee seguir avanzando, demostrando sus capacidades académicas y personales logrando retarse a sí mismos a lograr objetivos propios de manera lúdica.

Objetivos a largo plazo

Los objetivos a largo plazo se enfocan en la expansión del negocio, potenciando las inteligencias de más niños y niñas en diferentes regiones del país y en diferentes estratos económicos.

2.1.2. Mercado objetivo

El mercado objetivo de Intelligame Center son padres y madres de niños y niñas de 5 a 12 años de edad que quieran identificar las inteligencias múltiples de sus hijos y así mismo estén dispuestos a potenciar las mismas en este centro educativo. Los clientes de Intelligame Center tienen motivaciones, a los padres de familia les motiva ver bien a sus hijos, ver que gozan del aprendizaje, en sus motivaciones está el hecho de saber que sus hijos se encuentran en un ambiente seguro cada día que les brinde herramientas para ser mejores. Entre los comportamientos de estos clientes, se evidencia que son quienes buscan el lugar más adecuado para sus hijos, preguntan por un buen profesor de apoyo académico externo a la institución, verifican la calidad y seguridad del lugar, buscan lo mejor para sus hijos en todos los aspectos. Demográficamente, son padres y madres de estrato 3 en adelante con hijos que estén entre los 5 y 12 años de edad, que vivan por Chía, Cajicá y Tabio. Respecto al área psicográfica, deben tener valores claros y que tengan relación con los valores de la empresa, con interés en que sus hijos e hijas tengan un desarrollo integral adecuado.

¿Qué es Intelligame Center? Intelligame Center es un servicio pedagógico enfocado en ayudar y guiar a niños y niñas de 5 a 12 años a identificar y comprender sus inteligencias

múltiples y trabajar en ellas. Las actividades que abarcan las inteligencias múltiples están adecuadas para potenciar cada una de estas inteligencias, este servicio está principalmente dirigido a padres y madres de familia de estrato 3 en adelante. El cliente principal son los padres de familia, por lo que el modelo de negocio es B2C. Intelligame se considera como entidad comercial (comerciante individual). La estructura operativa está conformada por 3 personas (dos docentes y una psicóloga). Respecto al área psicográfica, los clientes deben tener valores claros que tengan relación con los valores de la empresa, con intereses en que sus hijos e hijas tengan un desarrollo integral adecuado. Intelligame es una empresa competitiva ya que brinda un espacio diseñado para niños y niñas de 5 a 12 años en dónde podrán mejorar su proceso de aprendizaje comprendiendo y potenciando sus inteligencias múltiples. Realiza refuerzos académicos a través del juego y de la diversión enfocándonos en las inteligencias múltiples de cada estudiante. Potencia un espacio seguro de aprendizaje en el que identificamos las inteligencias múltiples de los estudiantes y trabajamos a partir de ellas. Cuenta con licenciados en pedagogía infantil y psicólogos. Tiene diferentes pruebas para la identificación de las inteligencias múltiples y agregando a esos atributos, genera experiencias innovadoras en educación.

Intelligame Center trabaja 4 momentos durante el proceso educativo de cada alumno, estos son: Indagar, Proyectar, Vivir la experiencia y Valorar el proceso. La industria a nivel educativo va creciendo cada día, Intelligame hasta ahora se está en proceso de salir al mercado. Respecto a la perspectiva de la industria, a largo plazo habrían varios beneficios puesto que la educación está en constante cambio y en constante proceso de innovación y mejora continua. Intelligame compite con éxito ya que no es un espacio de enseñanza tradicional, es un espacio adecuado para potenciar las competencias y habilidades de cada uno de los estudiantes.

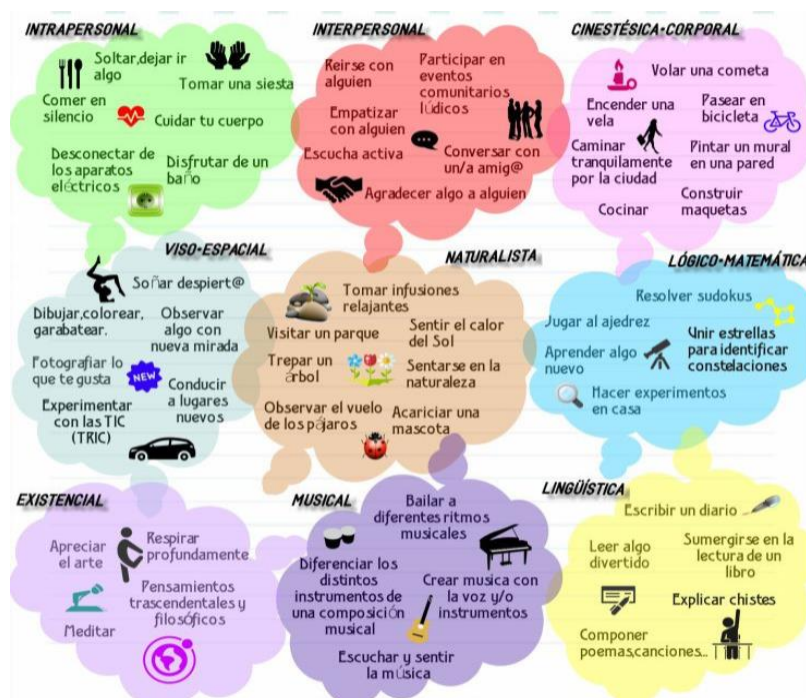
2.2 Portafolio de productos y/o servicios

Intelligame es un servicio pedagógico, es un lugar que se enfoca en ayudar a los niños y niñas de 5 a 12 años a comprender su naturaleza, sus competencias, habilidades y límites. Este espacio está diseñado con diferentes espacios de tal manera que cada niño o niña se motive a aprender, al ser 9 las inteligencias múltiples, cada área o rincón de aprendizaje contará con las características específicas para potenciar el aprendizaje de cada uno. Las

ventajas que tiene este espacio es que no es como un aula de clases cotidiano, sino como un museo de aprendizajes y experiencias. Las inteligencias múltiples se encuentran en diferentes áreas del cerebro y se enfocan en diferentes actividades como lo muestra la figura 1.

Figura 1.

Inteligencias múltiples



Nota. La figura representa los tipos de inteligencia emocional que existen y aquellas actividades que van inmersas dentro de cada una. Tomado de <https://acortar.link/N6j4wX>

En este servicio ofrecemos asesorías y apoyos educativos los niños y niñas, la ventaja competitiva de Intelligame a diferencia de otros competidores y centros educativos de apoyo educativo es que este centro educativo está enfocado en las inteligencias múltiples de cada alumno y los trabaja con juegos, inicialmente para el ingreso de los estudiantes se les realiza un test para identificar las inteligencias múltiples, seguido a esto, el equipo docente se encarga de diseñar actividades generadoras de aprendizaje acorde a la inteligencia del niño. Cabe mencionar que este servicio cuenta con alimentación durante la jornada, que va incluida

en uno de los planes y para esto tenemos proveedores de alimentos, por otro lado, tenemos proveedores de materiales y recursos físicos para los diferentes espacios.

Figura 2.

Portafolio de servicios



Nota. La figura representa los servicios que ofrece Intelligame Center. Elaboración propia

El principal problema que resuelve el producto o servicio, es el desconocimiento de las inteligencias múltiples por parte de algunas institución educativa y algunas familias, se realizó una encuesta en la que se les preguntaba a los padres respecto a su conocimiento sobre las inteligencias múltiples de sus hijos y sus respuestas se relacionaban más a ciertas

habilidades y cualidades. Por otro lado está el poco desarrollo de actividades potenciadoras de las inteligencias múltiples y también se ha demostrado desde la pandemia del 2020, el bajo rendimiento de los estudiantes en diferentes áreas académicas, como lo mencionó el Banco de la República de Investigaciones económicas “Los indicadores sobre educación básica revelan que la pandemia causó una mayor demanda por servicios de educación en colegios oficiales, aumentó las tasas de deserción y repitencia escolar y profundizó las brechas en el rendimiento académico. En educación superior se mantiene la tendencia descendente en el número de estudiantes matriculados, así como las brechas en el rendimiento académico, las cuales dependen de diferentes factores socioeconómicos”. (Ramos, 2021). Por otro lado, los sueños que se tienen son crecer como empresa y abrir varias sedes a nivel regional y nacional, mejorar el rendimiento académico de los estudiantes con nuestro programa y contribuir en el desarrollo de las inteligencias múltiples de los estudiantes a nivel nacional e internacional. Entre las aspiraciones, están brindar experiencias significativas a los niños y niñas, contribuir en pro a la educación colombiana con nuestros programas y crecer y seguir innovando en diferentes ambientes educativos.

Cabe mencionar que se diseñó un prototipo de la solución el cual es una planeación que realizarán los docentes para cada sesión.

Tabla 1.

Prototipo de planeación

PLANEACIÓN			
Nombre de la actividad	Se aplica un nombre que tenga relación con la actividad a gestionar	Fecha	Se hace una revisión de fechas para observar las mejoras de la primera hasta la última actividad que se haga con el estudiante

Área por mejorar	Se agrega el área académica a mejorar ese día (Matemáticas, ciencias, sociales, inglés, español, entre otras.)	
Propósito de la actividad	Es fundamental tener claro el propósito ya que el desarrollo la actividad puede ir cambiando pero su enfoque debe ser el mismo	
Inteligencias múltiples trabajadas	Se mencionan las inteligencias múltiples que se trabajaron durante la actividad	
Descripción de la actividad	Recursos	Evaluación
La actividad debe contar con inicio, desarrollo y cierre. Además de esto, la actividad se realiza en el espacio adecuado que potencie esas inteligencias múltiples. Ejemplo: Si un niño tiene dificultades para aprender a sumar y restar pero posee de inteligencia musical, esta actividad se desarrollaría en un espacio donde a través de la música se hagan juegos o canciones o ritmos enfocando esto a las sumas o restas.	Se mencionan los recursos físicos o digitales que se van a implementar en la actividad	Realizar una descripción del cierre de la actividad ¿Estuvo bien la actividad? ¿Qué dificultades se presentaron durante el desarrollo de esta? ¿Cuáles fueron los efectos positivos o negativos de la actividad? ¿ Se cumplió el propósito de la actividad?

Nota. La tabla representa la planeación que se realizará en cada actividad. Elaboración propia

La ventaja competitiva de Intelligame Center es el servicio de enseñanza a través del juego, el juego es la base para generar un aprendizaje significativo en los niños y las niñas ya que logran entenderse entre ellos sin decir palabras, en un aula o espacio educativo se encuentran varios materiales y lo que se requiere es que los niños elijan cómo y para qué usa ese material o eligen un ambiente específico, si un niño es cohibido de moverse libremente y de identificar sus propias habilidades se le dificultará relacionarse con la sociedad. Es importante reconocer que cada persona es diferente en cuanto a su físico y su pensamiento, el cuerpo de cada uno es único e irrepitible y a cada individuo le ayuda a

obtener nuevas experiencias vivenciales lo cual deja que las personas sean más autónomas en decidir qué hacer con su cuerpo. Todas las personas actúan de diferentes maneras expresando una idea o sentimiento y esto lo desarrollan a partir de la experiencia. En las instituciones educativas se procura realizar actividades de movimiento y de corporalidad con los niños y se potencia las distintas maneras en que se pueden comunicar entre pares y con otras personas sin usar un medio verbal, estas actividades y experiencias corporales abren un gran campo comunicativo y genera un aprendizaje significativo. Cuando se realizan experiencias corporales para ayuda a los niños se fomentan desde el juego contando con sus reglas o disciplinas. Desde una perspectiva pedagógica el cuerpo organiza y genera conocimiento tanto de los estudiantes como de los profesores, las actividades en las que se usa la práctica corporal deben permitir que haya movilización en el ambiente dejando que haya una armonía entre lo físico y lo psíquico ya que el individuo logra percibir su cuerpo como único y personal con el que expresa distintos sentimientos o situaciones en las que se encuentra.

De igual forma es importante contar con la dinámica que se va a usar durante la experiencia corporal ya que logra potenciar la dimensión afectiva, creativa y comunicativa de los lenguajes corporales promoviendo de esta manera un aprendizaje significativo ya que quienes lo realizan son conscientes sobre sus acciones fortaleciendo al niño o niña tanto de manera individual como colectiva. En las instituciones académicas cada día se experimenta, se vive y se percibe la expresión corporal en cada acción que hacen tanto en clases como en descanso pero también es importante mencionar que los más pequeños están en constante exploración de su cuerpo y sus emociones y en la institución lo que se intenta hacer es ayudar a que el niño sea consciente de lo que es real, de sus emociones, acciones y movimientos entendiendo que ellos siempre están dejando un mensaje. En las instituciones educativas también se deben motivar a los profesores a buscar nuevos métodos comunicativos y dejar que los niños se expresen libremente, motivarlos a participar en juegos con una finalidad pedagógica. Todavía no se cuenta con una patente debido a que no se ha iniciado el proceso de solicitud. Respecto a los proveedores no se tienen acuerdos establecidos por ahora. Intelligame va a contar con la licencia de funcionamiento, este “es el permiso estatal otorgado al particular para que una de sus funciones, como es la

prestación del servicio público educativo, pueda ser cumplida por éste, sin detrimento de las finalidades del servicio, de la formación integral de los educandos y de la equidad, eficiencia y calidad de la educación” (MEN, 2018).

Los precios de este servicio varía dependiendo del plan seleccionado por los padres y madres de familia. Intelligame cuenta con un **plan día, un plan mensual, un plan trimestral y un plan semestral**. Estos precios se encuentran con su respectiva descripción en la sección del Plan de Mercadeo.

2.3 Fuentes de ingresos

El modelo de negocio de Intelligame Center es Freemium y el costo de adquisición es del 5%. En la tabla 2 se presentan los ingresos para el año 1 incluyendo los préstamos bancarios. El total de ingresos para el primer año es de \$1.003.507.005 COP y un aporte de capital de \$0 COP. En la sección del plan financiero se encuentra con mayor detalle el plan financiero del emprendimiento.

Tabla 2.

Flujo de caja Intelligame Center

FLUJO DE CAJA MÉT. INDIRECTO	
Ingresos	Año 1
Utilidad Operacional	-\$ 69.386.339
Depreciación	\$ 119.391.103
Ctas x Pagar con Proveedores	\$ 226.284.082
Aporte de Capital	\$ 727.218.160
Préstamos Bancarios	\$ 0
Total Ingresos	\$ 1.003.507.005
	\$ 85.783.101

Nota. La tabla de elaboración propia presenta los ingresos de Intelligame para el primer año. Elaboración propia

En la tabla 3 se encuentra un balance general del año 1 en el que el total de activos es de \$884.115.902 COP.

Tabla 3.*Balance general de Intelligame Center*

Balance General	
Activos	Año 1
Caja + Bancos	\$ 94.484.306
Cartera, deudores, Cuentas por pagar	\$ 164.390.088
Inventarios	\$ 147.677.095
Activos Corrientes	\$ 406.551.489
Activo Fijo Bruto	\$ 596.955.516
Depreciación Acumulada	\$ 119.391.103
Activo Fijo Neto	\$ 477.564.413
Total Activos	\$ 884.115.902

Nota. Esta tabla presenta el balance general del primera años para Intelligame.

Elaboración propia

2.4 Portafolio de clientes

Los clientes de Intelligame Center son padres, madres o tutores de familia con hijos o hijas que se encuentren entre los 5 y los 12 años de edad. El modelo de negocio es B to C donde se trabaja de empresa a consumidor, cabe mencionar que los clientes son User Persona. añadiendo a esto, el consumidor va a tener varios beneficios del servicio que se ofrece. Los intereses de los clientes de Intelligame Center abordan la educación de sus hijos, estos clientes buscan un servicio seguro y agradable para los niños y niñas, buscan un espacio que potencie el aprendizaje de estos niños. Los clientes son de estrato medio-alto que se encuentren ubicados en la Sabana de Bogotá, principalmente en Cajicá, Chía y Tabio. Como características del cliente, este debe tener valores relacionados o iguales a los que se manejan en la empresa, debe ser un padre o una madre comprometida con el proceso académico de sus hijos y debe ser responsable tanto personalmente como profesionalmente y cumplido respecto a las normas del centro educativo.

- Para los consumidores: Los consumidores son padres y/o madres de familia responsables, el rango de edad no afecta este segmento de clientes siempre y cuando respeten las normas establecidas por Intelligame Center. Los clientes

se encuentran ubicados en la Sabana de Bogotá, específicamente en Chía, Cajicá y Tabio, con ingresos mensuales de 3'000.000 COP para arriba. La ocupación de estos clientes es formal, pueden ser empresarios, gerentes, o personas con rangos altos en las empresas. Generalmente cumplen con un nivel educativo de pregrado y algunos con posgrado. La figura 3 presenta el mapa de empatía de Intelligame Center en el que se describen las actividades, dolores, expectativas y beneficios de servicio y del cliente.

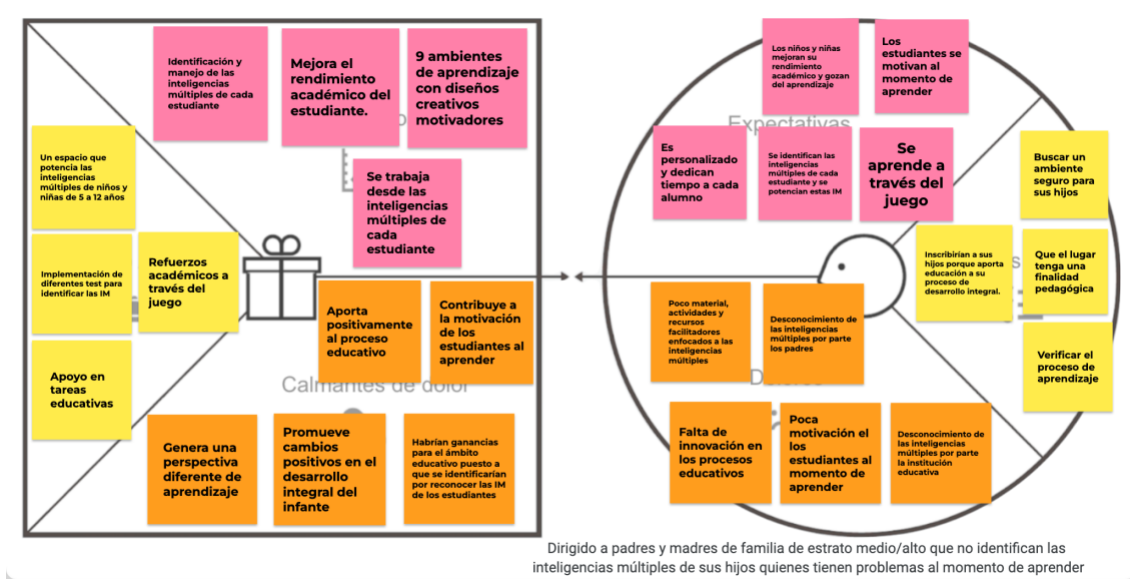
Se identificaron 3 puntos de contacto con los clientes, estos son antes del servicio, durante el servicio y después del servicio. Antes de la compra se establece una interacción por redes sociales, testimonios, publicidad y comentarios de boca en boca. Durante el servicio se establece un punto de contacto a través de contacto directo y finalmente se encuentra el punto de contacto después del servicio en el que se realiza un seguimiento del proceso.

2.5 Posicionamiento en el mercado

La figura 3 presenta el mapa de empatía de Intelligame Center en el que se describen las actividades, dolores, expectativas y beneficios de servicio y del cliente. El servicio es representado en el lado izquierdo de la figura 4 presentan los beneficios, las características del servicio y los calmantes del dolor. El lado derecho representa al cliente, sus expectativas, sus trabajos a realizar y sus dolores.

Figura 3.

Mapa de empatía Intelligame



Nota. Lado izquierdo Representa beneficios, características del servicio y calmantes del dolor. El lado derecho representa al cliente, expectativas, trabajos a realizar y dolores. Elaboración propia

El plan de mercadeo cuenta con 5 pasos para progresar, estos pasos son el análisis de la necesidad encontrada, los objetivos que presenta el emprendimiento, las estrategias y tácticas del centro educativo, el plan de acción y la medición del emprendimiento.

Figura 4.*Plan de Mercadeo Intelligame*

Nota. La figura elaborada representa los pasos para progresar en un emprendimiento. Elaboración propia

2.5.1. Tamaño del mercado

Durante la pandemia del 2020 bajó el rendimiento académico de los estudiantes por diferentes situaciones, como la deserción escolar o la repitencia de años escolares. En departamento de Cundinamarca en el año 2019 como se observa en la figura 5, la tasa de repitencia fue de un 2,2% y en el año 2020 la tasa de repitencia incrementó a un 5,43% como se observa en la figura 4 . (González, Al menos tres de cada 100 estudiantes repiten el año y se triplicó durante pandemia, 2022)

Se hace énfasis en el departamento de Cundinamarca puesto que en este departamento es en el que se ubica Intelligame Center. Muchos estudiantes se desmotivaron al momento de aprender y los docentes no desarrollaron estrategias para ayudarlos a disfrutar de ese aprendizaje. En la tabla 4 se presenta la tasa de reprobación y de deserción de Chía en dónde se encuentra el porcentaje de mujeres y hombres de transición, primaria, secundaria y media. (municipal, 2021)

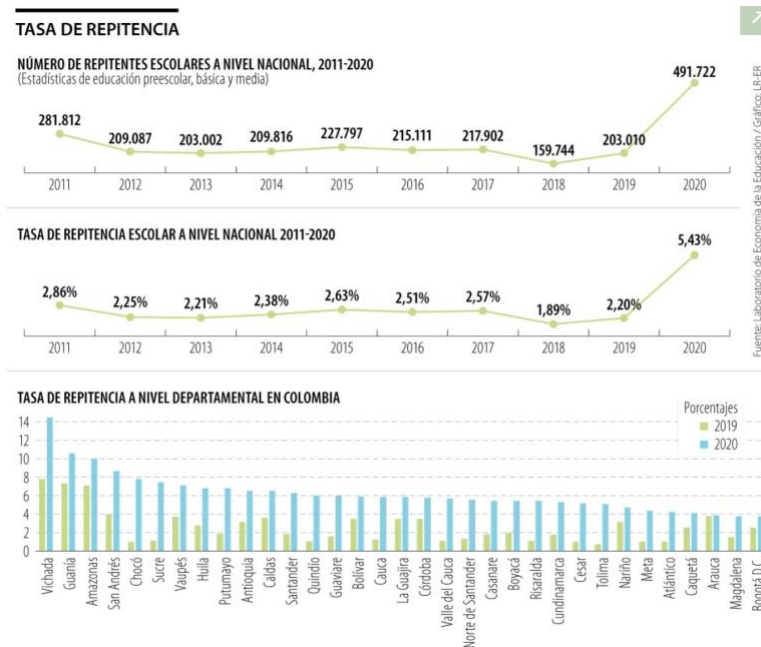
Tabla 4.

Tasa de reprobación y deserción

Reprobación /Deserción	% Total	% Mujeres - Hombres		% Por Nivel	
Tasa de Reprobación	0,3%	0,3%	Mujeres	0,1%	Transición
				0,1%	Primaria
		0,3%	Hombres	0,5%	Secundaria
				0,5%	Media
Tasa de Deserción	2,79%	2,60%	Mujeres	8,61%	Transición
				3,30%	Primaria
		2,99%	Hombres	2,04%	Secundaria
				0,57%	Media

Nota. Representación de la tasa de reprobación y de deserción. Tomado de <https://acortar.link/yeTFPW>

En Chía, Cundinamarca una institución educativa identificó las necesidades de los estudiantes durante la pandemia y realizó un programa llamado “Tejiendo esperanza en medio de los retos y desafíos de la pandemia” donde realizaron un ajuste integral innovando en la comunicación y la tecnología, con sus ideas y modificaciones facilitaron el aprendizaje a través de diferentes estrategias lo que facilitó el regreso a clases en el 2021 ya que realizaron un sistema de aprendizaje interactivo. Con las estrategias implementadas lograron aumentar las matrículas escolares y mejoraron indicadores en las áreas de gestión del plan de Mejoramiento Institucional el cual mejoró en el año 2022.

Figura 5.*Tasa de repitencia en Cundinamarca*

Nota. La figura representa el número de repitentes escolares a nivel nacional entre años 2011 a 2020. Tomado de <https://acortar.link/7uYNq6>

2.5.2. Participación del mercado

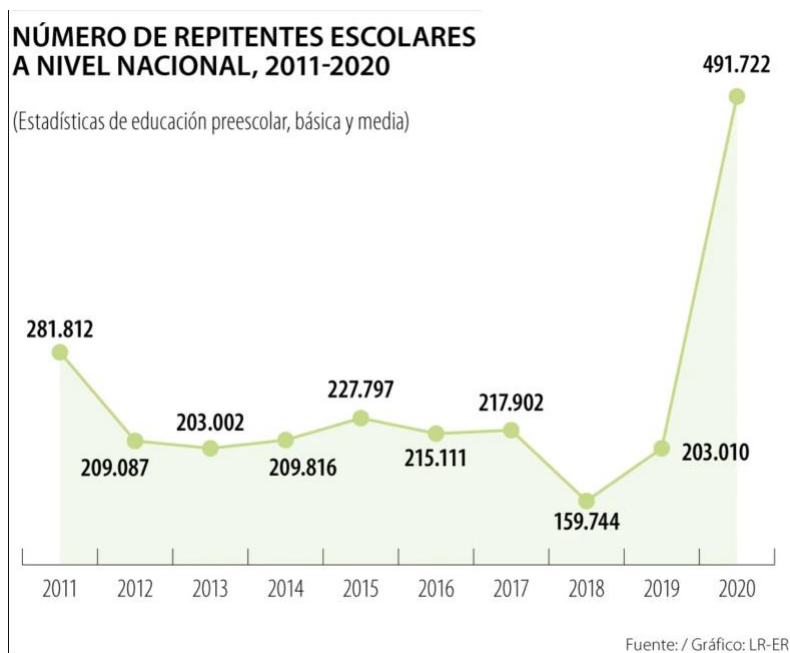
En el sector educativo en Colombia “Las cifras dicen que el problema central del sistema educativo colombiano es la deserción, por cada 100 niños que entran a primero de primaria, solo 44 se gradúan como bachiller, de hecho, en el trance entre la secundaria y los programas técnicos o profesionales es cuando más se nota el abandono, de esos 44 graduados solo el 38,7 % acceden a la educación superior.” (Infobae, 2022). La figura 6 presenta el número de repitentes escolares y hay “falta de capacidad del sistema educativo para hacer seguimiento y pedagogía tanto a los alumnos como a sus familias”. (González, 2022). Los docentes en el año 2020 se enfrentaron a diferentes obstáculos y barreras de enseñanza debido al reto de enseñar de manera virtual, los estudiantes se desmotivaron y no aprendieron realmente, no había un avance en el proceso de los estudiantes y a pesar de que

se desarrollaron inversiones educativas, no se cumplieron estándares de enseñanza y no se podía evaluar realmente el aprendizaje.

Los padres y madres de familia ayudaban a sus hijos con las tareas, lo que no está mal, se presentaban dos sucesos opuestos, estaban las familias que ayudaban a sus hijos y muchas veces hasta hacían los trabajos por ellos, por otra parte estaban las familias que no ayudaban a sus hijos para nada y al ser virtual la enseñanza los estudiantes tenían un mínimo contacto con sus respectivos docentes. En las instituciones privadas la situación no fue tan diferente a las instituciones públicas en cuanto a las clases virtuales, pero la diferencia está en que los estudiantes de instituciones privadas sí tenían acceso a clases y refuerzos particulares. Para el año 2023 se proyecta un crecimiento exponencial ya que a raíz de la pandemia las familias inscriben más a sus hijos a clases particulares. “Un informe de ReportLinker indica que se calcula que para 2027 se gastará en el planeta 218 mil millones de dólares en tutorías particulares, es decir todo el producto interno bruto de un país como Chile y cercano al de Colombia. Con estas clases particulares se espera cumplir varias metas, ya que desarrolla hábitos de estudio, disminuye la deserción escolar, mejora el rendimiento académico y mejora la motivación de los estudiantes.

Figura 6.

Número de repitentes escolares



Nota. Número de repitentes escolares a nivel nacional para 2011 a 2020. Tomado de <https://acortar.link/7uYNq6>

2.5.3. Precio y cantidades

- ◆ Crecimiento en precio: Para el año 2024 se espera un crecimiento en precio del 4% respecto al año 2022 en las clases particulares de Intelligame.
- ◆ Crecimiento en cantidades: Se espera crecer un 25% en cantidades para el 2023 en las clases particulares que ofrece Intelligame Center y tener un comportamiento del mercado en constante incremento.

Entre los componentes que forman la estructura de costos de clases particulares en Colombia están los siguientes:

- ◆ Costos del espacio físico: Estos son costos fijos y representan para la empresa entre el 10% y el 15% de su total de costos teniendo en cuenta el valor municipal al valor de compra
- ◆ Costos de construcción de ambientes: Estos son costos variables, son una representación aproximada entre el 70% y el 75% del total. Este incluye algunas veces los servicios de supervisión y el costos varía entre el 75% y 80%.
- ◆ Costos de mantenimiento: Costos variables. Representa entre el 3% y el 4% . Están involucrados directamente con los espacios educativos ya que incluye la arquitectura, las instalaciones servicios eléctricos, instalaciones sanitarias, agua, gas y otros servicios e incluye la licencias y temas legales.
- ◆ Costos financieros: Costos variables. Está entre 1.5% y el 3% ya que involucran la participación del capital del financiamiento del proyecto, depende de los proyectos y lugares educativos ya que pueden ser proyectos pequeños, medianos o grandes.

3. Descripción de los elementos organizacionales del emprendimiento

En esta sección se encuentra la Tabla 1 en la cual se encuentran los aspectos legales de Intelligame Center. También se encuentra la estructura empresarial, las personas detrás del negocio y sus respectivos roles y la experiencia e historia de la empresa. También se diligencia y se envía el Formulario del registro único empresarial y social RUES establecido por la Cámara de Comercio de Bogotá y agregando a esto, se desarrolla el código CIU de la Cámara de Comercio de Bogotá.

DERECHO DE EMPRESA

LEY 1258 DE 2008

Capítulo II

Artículo 5. Contenido del documento de constitución

Nombre: Natalia Ramírez Bustos

Documento de identidad: 1072708341

Domicilio de los accionistas: Chía, Cundinamarca

Denominación de la sociedad: Intelligame Center. SAS

Domicilio de la sociedad: Chía, Cundinamarca

Término de duración: Indefinido

Actividades principales: Ofrecemos servicios educativos enfocados al apoyo y refuerzo académico. Adicionalmente realizaremos cualquier actividad comercial o civil, lícita.

Capital autorizado, suscrito y pagado

Valor nominal de las acciones	\$5.000 COP
Clase de acciones	Normativas y ordinarias

Capital autoriza

Número de acciones	Valor total
25.000	25.000.000 COP

Capital suscrito

Número de acciones	Valor total
15.000	15.000.000 COP

Capital pagado

Número de acciones	Valor total
15.000	150.000.000 COP

- Estatutos de pactos entre socios: Se tendrán en cuenta las tarifas de la Cámara de Comercio de Bogotá equivalentes al impuesto del 0.7 sobre el valor de la empresa con trabajo de 4 meses.

Forma de administración:

La administración está compuesta por un administrador único que es una persona jurídica puesto que es una sociedad que ejerce derechos y contrae obligaciones. El administrador ejerce las funciones de dirección, control, organización, evaluación y planificación. El nombre del administrador es Natalia Ramírez Bustos con número de identificación 1072708341. Las facultades de los administradores corresponden a “Actuar de forma diligente, defendiendo de forma leal los intereses de la sociedad”. El representante legal será Paula Viviana Ramírez Bustos con número de identificación 1072708340.

Añadiendo a esto se establecerán reuniones con el equipo de trabajo todos los días antes de iniciar las labores cotidianas de la empresa, se establecerán reuniones una vez al mes con la finalidad de revisar los cambios y propuestas de mejora de cada mes y se establecerán reuniones una vez al año con la junta directiva. Todas las reuniones se van a realizar en la oficina de la empresa ubicada en Chía, Cundinamarca. En todas las reuniones se realizará toma de apuntes y se diligenciará un documento en el que se anote todo lo dialogado en la reunión, además de esto, se resalta que todas las reglas de la empresa entre socios y demás colaboradores de esta serán claramente mencionadas y ejecutadas. Se establecerán reuniones de accionistas y del representante legal mínimo una vez al año durante el primer trimestre del año. Cabe mencionar que la empresa contará con 3 libros obligatorios: Libro contable, libro de actas y libro de accionistas.

Cláusula compromisoria de arbitraje

En el caso de que se presente un conflicto entre partes, se puede hacer arbitramiento por la Cámara de Comercio de Bogotá en donde se establece lo siguiente:

Toda controversia o diferencia que se derive de este contrato se resolverá por un Tribunal Arbitral que sesionará en el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá, de acuerdo con las siguientes reglas:

1. El Tribunal estará integrado por un árbitro.
2. El árbitro será designado por las partes de común acuerdo. En caso de que no sea posible, será designado por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá, a solicitud de cualquiera de las partes.
3. El procedimiento se sujetará al Reglamento de Arbitraje Nacional Abreviado del Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá.
4. El Tribunal decidirá en derecho.

¿Cómo surgió la idea de Intelligame Center?

Como licenciada en pedagogía infantil logré identificar que los estudiantes aprenden de diferentes maneras y algunas clases se les facilitan más que otras, los dolores de muchos docentes abordan aquellas actividades que planean y diseñan para sus estudiantes, pero no todos aprenden, algunos docentes no identifican las inteligencias múltiples de los estudiantes por lo que no diseñan actividades adaptadas a las necesidades de estos estudiantes y no los motivan mucho. Estos dolores de los docentes van directamente relacionados con los dolores de los padres de las instituciones puesto que estos no saben qué hacer o cómo enseñarles. Como experiencia personal, se diseñó un material pedagógico, pero solo contaba con dos inteligencias múltiples y no con 9, así que se decidió abrir un espacio en el que se realicen actividades con todas las inteligencias múltiples. El material que se había diseñado previamente aportaba a las actividades educativas puesto que permitió conocer a los estudiantes y con base a ello se podían guiar las actividades a sus preferencias.

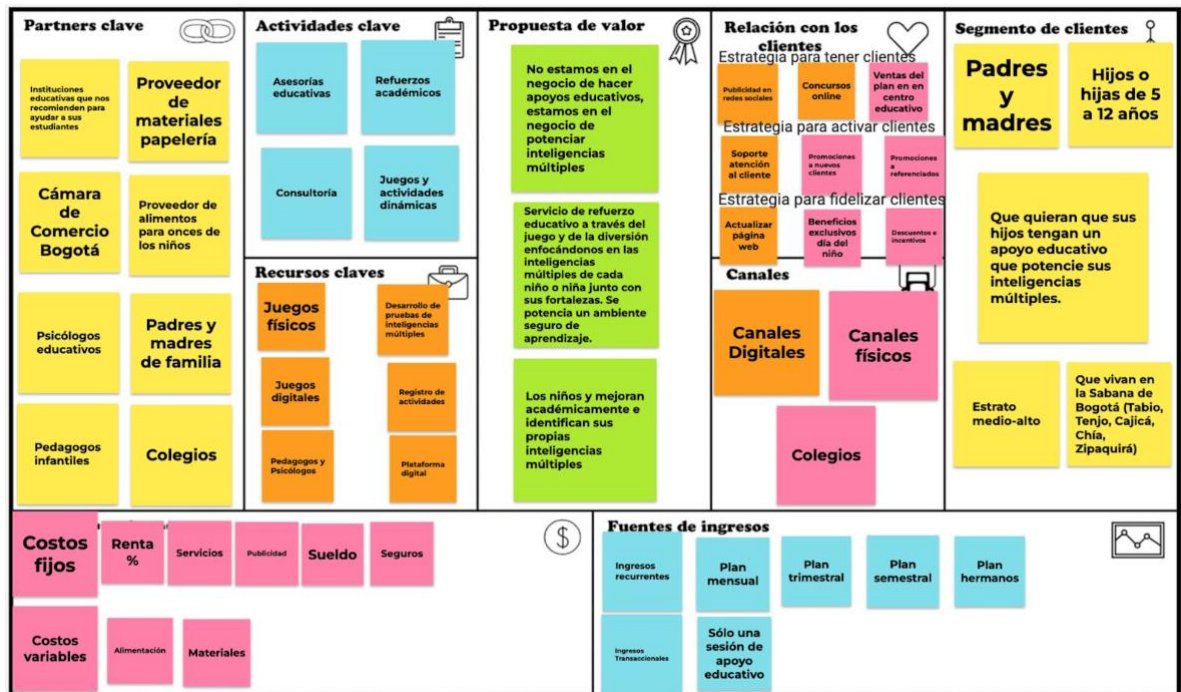
Intelligame Center es una idea familiar, surge de hermanas gemelas que tuvieron dificultades en su proceso de aprendizaje durante su infancia y adolescencia y a pesar de tener diferentes asesorías particulares el rendimiento académico no mejoraba lo suficiente ya que no había motivación al momento de aprender. Lo que buscan estas hermanas es aportar al proceso educativo de los estudiantes y sobre todo de aquellos estudiantes que estén en una situación similar a la de las hermanas y necesiten apoyo y motivación.

Solemos pensar en tener un mejor futuro, pero nos hemos preguntado ¿quién es el futuro? Desde este punto abarca un tema fundamental que es la innovación en instituciones académicas, el futuro viene de allí, todas las instituciones tienen el deber y obligación de generar y ejecutar proyectos y actividades educativas con el fin de apoyar a sus alumnos y brindarles conocimientos nuevos que ellos mismos han explorado. En el aula se debe permitir que los niños y niñas exploren y sean los responsables de su propio aprendizaje, no todos los centros educativos son iguales o tienen un mismo propósito u objetivo, estos varían de acuerdo a las necesidades de los estudiantes. Se resalta que Intelligame Center cumple la Ley 115 de 1994 la cual establece que se deben desarrollar las formas de expresión durante la edad preescolar, “El desarrollo de la capacidad para adquirir formas de expresión, relación y comunicación y para establecer relaciones de reciprocidad y participación, de acuerdo con normas de respeto, solidaridad y convivencia” (MEN, Ley 115 de Febrero 8 de 1994, 1994). Cabe mencionar que Intelligame Center trabaja cuatro dimensiones, la dimensión pedagógica, la dimensión comunitaria, la dimensión administrativa y la dimensión organizacional. Este conjunto de dimensiones construye un ejemplar espacio académico con calidad y efectividad.

En la figura 7 se encuentra el Modelo Canvas de Intelligame Center, en este modelo se presenta principalmente la propuesta de valor la cual se demuestra en color verde en el centro del cuadro, la propuesta de valor cuenta con 3 propósitos, el lado izquierdo del Canvas model es el lado creativo de la empresa en donde se encuentran los aliados clave, las actividades clave, los recursos clave y los costos. El lado derecho del Canvas Model es el lado operativo de la empresa en donde se encuentra la relación con los clientes, los canales, el segmento de clientes y las fuentes de ingresos. Cabe mencionar que la relación con los clientes y los canales están ligados, como se observa en la figura 7 hay canales en naranja y otros en rosado, los naranja son los canales digitales y sus respectiva relación con los clientes en relación a este medio, mientras que el color rosado de estos dos cuadros son los canales físicos y su relación con los clientes.

Figura 7.

Canvas Model de Intelligame Center



Nota. Se presenta la propuesta de valor junto con sus 3 propósitos, el lado izquierdo es el creativo de la empresa (aliados clave, actividades clave, recursos clave y costos). El lado derecho es el lado operativo de la empresa. Elaboración propia

Entre los activos fundamentales para que el modelo de negocio de Intelligame Center funcione, se tienen en cuenta cuatro categorías. La primera categoría es lo físico, en esta categoría se encuentran las instalaciones físicas del centro educativo, los vehículos y elementos inmobiliarios y otros elementos físicos implementados para la realización de diferentes actividades académicas con los estudiantes. La segunda categoría es la intelectual, en la que tiene en cuenta los derechos de autor, las marcas y la base de datos de los clientes. La tercera categoría es la de humanos, es la clave de que haya una excelente calidad en el centro educativo y los empleados sean competentes. La última categoría es la económica, esta categoría aborda todos los recursos económicos como los pagos y las cuentas e inversiones del centro educativo.

Se realizó una visualización del Mínimo Producto Viable del servicio central el cuál muestra el equipo con el qué cuenta Intelligame Center y lo que hace este centro educativo.

Figura 8.

Mínimo Producto Viable



Nota. Se presenta la visualización del Mínimo Producto Viable de Intelligame.

Elaboración propia

3.1 Propiedad y junta directiva (estructura organizacional)

Intelligame Center es una organización pequeña, esta es una empresa unipersonal. Respecto a la estructura empresarial, ésta se conforma por 2 socios, un gerente, una psicóloga, una secretaria, un contador, un equipo docente, personal de aseo y personal de vigilancia. En el negocio se encuentra la CEO Natalia Ramírez Bustos, una licenciada en pedagogía infantil con un Máster en Emprendimiento e innovación. Paula Ramírez Bustos, la subgerente, una psicóloga con Especialización en Psicología clínica infantil y la tercera persona que compone el equipo en el área de administración de la empresa es Daniela González Garzón, una literata con Máster en educación.

3.2 Recursos humanos y/o empleados que requiere el emprendimiento

Las funciones del personal varían entre docentes y personas del servicio. Todos deben cumplir con calidad humana y con respeto y tolerancia hacia la comunidad, el personal debe ser consiente, estable y racional con sus actos, pensamientos y palabras. Los docentes brindan apoyos pedagógicos y motivan a los estudiantes, están encargados a enseñar basados en la metodología del centro educativo y motiva a los estudiantes en su proceso educativo. Además de esto, se encargarán de fortalecer las competencias pedagógicas de los estudiantes a través de experiencias inclusivas en diferentes contextos para potenciar los procesos de enseñanza-aprendizaje en el marco de la educación inclusiva.

Los docentes deben tener mínimo un pregrado relacionado a un proceso educativo y contar con experiencia de mínimo un año. Intelligame Center quiere brindar oportunidades de trabajo a docentes recién graduados de pregrado. Estos docentes deben cumplir con las normas del establecimiento educativo.

El personal de aseo, se encarga de mantener el espacio aseado con las normas de aseo adecuadas y establecidas por el MEN, además de esto, debe encargarse de realizar una limpieza a todos los ambientes del lugar durante la semana.

Agregando a esto, están los directivos docentes quienes como lo establece el Artículo 6 del Decreto 1278 de 2002 del MEN “desempeñan las actividades de dirección, planeación, coordinación, administración, orientación y programación en las instituciones educativas” (MEN, Directivos Docentes, 2002). Los miembros del establecimiento educativo deben cumplir con las funciones y deberes estipuladas por el MEN en el Decreto 5012 del 2009.

Las responsabilidades del equipo docente son respetar y motivar a los alumnos, enseñar enfocados en las inteligencias múltiples y diseñar y aplicar actividades creativas en pro al desarrollo integral del estudiante. Todas las personas del centro educativo tienen como rol conservar en buen estado los inmuebles y recursos físicos del centro educativo. El tipo de contrato que se va a manejar con el personal docente es por prestación de servicios (por hora de clases). El contrato que se va a manejar con el personal de aseo es indefinido con el

mínimo salario legal vigente. La estructura salarial para docentes se va a basar en el escalafón docente 2022. Para el personal de aseo el salario será el mínimo establecido por el gobierno de Colombia.

¿Cuál es la importancia del perfil de los docentes de Intelligame Center? García, M menciona en su texto el rol y la reflexión del docente frente a su metodología de enseñanza, la autora quiere fomentar una buena enseñanza por parte de los docentes, quienes deben apreciar la reflexión ya que con esta profundizan y razonan acerca del qué y el cómo enseñar, generando en sus estudiantes una mayor comprensión del conocimiento. El texto presenta una manera adecuada para acercarse profundamente a esta reflexión generada a partir de cuatro dimensiones: 1. Corporalidad (la manera de comunicarse y relacionarse con otros) 2. Apertura al mundo y a las demás personas (capacidad y necesidad de autotransender y optimizar las relaciones interpersonales) 3. Racionalidad (valorarse de manera sensible a sí mismo y a los demás fomentando la autonomía) y finalmente pero no menos importante, la libertad (preguntándose el porqué de las cosas y los motivos o razones por los que pasan esas cosas, sin pasar por encima de la dignidad de otros) (Amilburu, 2007). El docente no se debe limitar a enseñar sólo por teoría o por práctica, sino que debe saber que estos están en constante relación aportando nuevos conocimientos significativos a sus estudiantes. En este orden de ideas, el maestro debe estar en constante reflexión acerca de su quehacer profesional siendo ético, justo y responsable, llevando a cada uno de sus estudiantes a descubrir sus potencialidades, a actuar bien en la sociedad dándole sentido a lo que se planea enseñar. Los docentes están en la obligación de llevar al estudiante a desarrollarse de manera integral, adquiriendo aprendizajes significativos que pueda usar en su cotidianidad para obrar bien e interactuar con otros a través de las diferentes dimensiones.

Se va a realizar un mapeo del talento humano 3x3 una vez al mes con la finalidad de evaluar y conocer su potencial y desempeño como se muestra en la figura 9. Este mapeo se hará a través de un encuestas del progreso de cada uno que sus compañeros van a diligenciar.

Figura 9.*Mapeo de talento 3x3*

Nota. La figura presenta los indicadores de evaluación que permitirán reconocer el potencial y el desempeño de los docentes. Tomado de <https://acortar.link/8si8eW>

3.3 Descripción de socios y/o alianzas que requiere el emprendimiento

Los aliados clave principalmente son las instituciones educativas privadas ya que estas pueden recomendar a los padres y madres de familia a inscribir a sus hijos a Intelligame Center. Otro aliado clave es un proveedor de materiales de papelería y recursos físicos didácticos para los estudiantes. La Cámara de Comercio de Bogotá también es un aliado para los procesos del centro educativo. Se encuentran como aliados los psicólogos infantiles y los docentes y pedagogos infantiles ya que son quienes pueden remitir o recomendar a los estudiantes a Intelligame Center. Como aliados también están los proveedores de suministros alimentarios establecidos para el centro educativo.

3.4 Procesos de negocio

Se planea diseñar un chaleco de dotación para los docentes del centro educativo con la finalidad de identificarlos y establecer un uniforme, para las personas del servicio o se aseo se brindarán 2 uniformes. Para producir y poner en marcha el centro educativo tendrá un

costo de 20'000.000 COP incluyendo la adecuación de las áreas con sus respectivos elementos. Se garantizará calidad y cumplimiento de los parámetros mínimos establecidos por la Secretaría de educación como entidad territorial y por la Cámara de Comercio de Bogotá.

3.5 Aspectos legales a considerar para la puesta en marcha del emprendimiento

En la Tabla 1 se encuentran los aspectos legales del centro educativo Intelligame Center, en esa tabla se encuentran aspectos legales educativos y aspectos legales de una empresa en Colombia, incluyendo las licencias y permisos de un establecimiento educativo privado. En Nombre de Intelligame Center se encuentra disponible en el mercado ya que se realizó una búsqueda de este en el RUES.

Figura 10.

Nombre en el RUES

Para Entidades Consulta Beneficio a Empresarios Guía de Usuario Público Guía de Usuario Registrado Cámaras de Comercio ¿Qué es el RUES? Acceso privado

RUES

- Inicio
- Registros
- Estado de su Trámite
- Cámaras de Comercio
- Consulta Tratamiento
- Datos Personales
- Formatos CAE
- Recaudo Impuesto de
- Registro

A partir del 1° de noviembre de 2020, los comerciantes que se matriculaban en el año 2020 y los que hayan renovado oportunamente su matrícula mercantil y la de todos sus establecimientos a nivel nacional podrán acceder a la información del Registro Único Empresarial y Social - RUES de acuerdo con lo establecido en la Circular 003 del 19 de diciembre de 2019 de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Acceso a la información que reposa en el RUES de todos los comerciantes (personas naturales y jurídicas) inscritos en el Registro Mercantil que tengan su matrícula mercantil y las de sus establecimientos de comercio a nivel nacional renovada.

Descarga de la información, según los criterios de búsqueda establecidos en la Circular 003 de 2019.

Realice su consulta empresarial o social

intelligame Center

Recomendaciones de uso

Número de Identificación

Digite el número de identificación sin puntos, guiones ni dígito de verificación.

Info La consulta por Nombre no ha retornado resultados

Nota. La figura presenta la página de búsqueda de nombres para empresas nuevas y su disponibilidad. Tomado de RUES

Tabla 5.*Aspectos legales de Intelligame Center*

Aspectos / leyes	¿Qué es?	¿Cómo se elabora?	Referentes legales
1. Fines de la educación.	Los fines de la educación Colombiana están definidos por metas orientadas al PEI y van respondiendo retos y necesidades educativas que potencien el desarrollo integral de los miembros de la institución respetando sus derechos, deberes y su dignidad.	Los fines de la educación para Intelligame Center van ligados al desarrollo de la personalidad de los niños y niñas, también se propone que haya equidad de derechos y oportunidades para todos evitando la discriminación, que se respeten los principios de la institución, que haya empatía y se mejore la calidad de vida de los estudiantes proyectado nuevas estrategias de intervención que apoyen a las necesidades de los estudiantes.	Proyecto Educativo Institucional, referencias bibliográficas selectas, Plan de estudios, Manual de convivencia y actas del Consejo Directivo.
	Son construcciones teóricas que toma cada institución educativa para incluir las diferentes estrategias y principios del modelo adaptándolo a la realidad de los estudiantes.	Reggio Emilia es el modelo que se plantea para Intelligame Center, este se basa en permitir que hayan relaciones humanas, que se valore la diversidad de	

<p>2. Modelo o enfoque pedagógico.</p>	<p>Como menciona Arboleda Julio (2007), estas son creencias, reflexiones, pensamientos, intereses, estrategias, procedimientos y prácticas de orden curricular, pedagógico, didáctico, evaluativo, metodológico, epistemológico y educativo que caracterizan y dan nombre a la institución educativa.</p>	<p>la institución. También se va a documentar el desarrollo de los niños y todos los conocimientos se van a generar a través del descubrimiento y la exploración. Los profesores están en obligación de motivar a los estudiantes a aprender de manera autónoma, estos son guías en el proceso de enseñanza-aprendizaje y los invitan a hacer reflexión respecto a lo aprendido. También se proponen diferentes espacios de descubrimiento y ambientes de aprendizaje con un fin específico. Al trabajar las inteligencias múltiples, cada inteligencia se va a trabajar en un rincón de aprendizaje permitiendo que los niños y niñas exploren y gocen de cada espacio de aprendizaje.</p>	
<p>3. EL Currículum</p>	<p>Esta es la estructura curricular que lleva cada asignatura, sus proyectos, recursos y evaluación de aprendizajes.</p>	<p>El currículo es diseñado a partir de un diagnóstico respecto a las necesidades de cada contexto, este define los</p>	<p>Ley 115/94 artículo 76</p>

	Esta es la organización de los programas académicos de la institución educativa teniendo en cuentas las habilidades y competencias que se quieren lograr en cada nivel.	objetivos que tiene la institución educativa. Intelligame Center tiene un currículo enfocado en potenciar el aprendizaje de cada alumno, en este currículo se hace un diagnóstico de cada estudiante para determinar el área a fortalecer y para identificar las necesidades educativas de cada alumno.	
4. Diseño Curricular: Áreas y ambientes de formación, objetivos, contenidos, metodología, evaluación.	Este se realiza de acuerdo a la planeación de cada área y se toma de manera más específica los proyectos de cada grado y los programas que se tienen. Además se proyectan diferentes objetivos y competencias que esperan los profesores de cada área y ambiente de aprendizaje.	El diseño se va a realizar de manera colaborativa en pro a la educación de los alumnos.	Ley 115 de 1994, decreto 1860 de 1994, plan sectorial de educación SED, documento de ciclos educativos
5. Áreas o campos de formación e intensidad horaria.	Es un esquema que se diseña de manera estructurada tomando cada área y asignatura. En la educación formal se establecen diferentes objetivos y metodologías acordes al PEI de la institución.	Se definen las asignaturas y la intensidad horaria de cada una de estas. La jornada de Intelligame Center es de 8 am a 7pm, pero la intensidad horaria por estudiante es de 2 horas de estudio.	Constitución política art. 67. Ley general de educación 115 de 1994, Art. 23, Art. 31, Art. 32. Decreto 1860 1994, Art.7, Art. 14-numerales 5 y 6-, Art.15-numeral 5-, Art. 34,

			Art.41. Estándares y lineamientos. PEI. Plan de estudios
6. Sistema de valoración del desarrollo infantil.	Es un documento que registra el proceso de cada estudiante y se valora diferentes aspectos del niño o niña.	El modelo Reggio Emilia permite que haya una documentación sobre el desarrollo de los niños y niñas , este se hace cada sesión y se realiza una conclusión al finalizar cada periodo académico.	Decreto No. 1290. Artículo 1. Reglamentación de la evaluación del aprendizaje en los diferentes niveles educativos.
7. Proyectos pedagógicos transversales - obligatorios: democracia, ética y valores, sexualidad, tiempo libre, prevención y desastres.	Los proyectos pedagógicos transversales son actividades que están en completa relación con el plan de estudios y busca resolver una problemática institucional. Estos proyectos son propuestos por la Ley General de Educación y se enfocan en involucrar a toda la comunidad educativa en diferentes procesos externos a lo que se enseña en el aula. Estos brindan nuevos conocimientos y experiencias a los niños y niñas de la sociedad educativa, además integra el currículo de la institución educativa	Estos proyectos se realizan con base a las necesidades de los estudiantes y al contexto al que pertenecen.	Ley 115 de 1994, artículo 36 decreto 1860 de 1994

8. Calendario Académico	<p>Es la manera en que se organiza y se distribuye el tiempo académico y administrativo que se va a tomar cada año.</p> <p>Este calendario académico va encaminado al artículo 86 de la Ley 115 de 1994, el artículo 58 del Decreto 1860 de 1994, el artículo 2o del Decreto 1850 de 2002, el numeral 10.9 del artículo 100 de la Ley 715 de 2001, y la respectiva resolución anual de la Secretaría de Educación Local.</p>	<p>Intelligame Center trabaja a la par con calendario B, ya que la mayoría de clientes tienen a sus hijos en instituciones educativas de calendario, pero de igual manera se trabaja con ambos calendarios, la jornada que lleva es diurna.</p>	<p>Decreto 1850/02 artículos 1 a 15, resolución 2555 de 2009</p>
9. Investigación en el aula	<p>Investigar en el ámbito educativo es fundamental puesto que permite actualización de estrategias pedagógicas. Este es un proceso que se debe dar de manera cotidiana, especialmente los docentes son quienes deben invitar a los estudiantes a investigar desde pequeños para potenciar sus habilidades humanas.</p>	<p>El modelo Reggio Emilia en el que se basa Intelligame Center está en constante investigación que va enseñando el docente y los estudiantes son motivados para indagar y reflexionar acerca de cada aprendizaje.</p>	<p>Artículo 71 de la constitución Política de 1991, Ley 115 de 1994, en los fines de la educación (Artículo 5), en el numeral 7, Decreto 709 de 1996, documento CONPES.</p>

<p>10. Licencia de funcionamiento de establecimientos educativos promovidos por particulares para prestar servicio público educativo en los niveles de preescolar, básica y media.</p>	<p>Es un permiso estatal que se concede a la institución privada para ejercer sus funciones, brindando eficacia, eficiencia y calidad al sistema educativo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto de uso del suelo por la Secretaría Distrital de Planeación. • Solicitud escrita dirigida a la Secretaría de Educación de Chía, Cundinamarca • Concepto sanitario favorable y vigente o acta de visita (original y copia) emitido por la Subred integrada de servicios de salud 	<p>Esta licencia da aval de que Intelligame Center cuenta con los requisitos mínimos necesarios para ejercer. Hay modalidad definitiva, condicional y provisional, Intelligame Center se basa en la modalidad definitiva.</p>	<p>Decreto 1075 de 2015, artículos 2.3.2.1.1. a 2.3.2.1.11. (Nacional, 2002)</p>
<p>11. Licencia de construcción o acto de reconocimiento para uso educativo</p>			<p>MEN (educación, 2008)</p>

<p>12. Plan de prevención y atención de emergencia y desastres según lo establecido en el Decreto 423 de 2006 y la Resolución 004 de 2009 emitido por la Dirección de Prevención y Atención de Emergencias</p>			<p>MEN (Nacional, 2002)</p>
<p>13. Decreto 1278 de 2002</p>	<p>“Contempla los requisitos para el ingreso al servicio y a la carrera, los incentivos para los docentes que ingresen y las evaluaciones tanto de desempeño como de competencias a las cuales serán sometidos los docentes en beneficio de la calidad del servicio educativo”</p>		<p>MEN (Nacional, 2002)</p>
<p>14. Decreto 709 de 1996</p>	<p>Por el cual se establece el reglamento general para el desarrollo de programas de formación de educadores y se crean condiciones para su mejoramiento profesional</p>		<p>MEN (Nacional, 2021)</p>

15. Ley 0115 de febrero 8 de 1994	Por la cual se expide la ley general de educación.		MEN (Nacional, 2002)
16. Ley 0715 de Diciembre 21 de 2001	Normas orgánicas en materia de recursos y competencias de conformidad con los artículos 151, 288, 356 y 357 (Acto Legislativo 01 de 2001) de la Constitución Política y se dictan otras disposiciones para organizar la prestación de servicios de educación y salud, entre otros.		MEN (Nacional, 2002)
Código de Comercio de Colombia	Intelligame Center cumple con los artículos establecidos en el Código de Comercio de Colombia ya que estos regulan las relaciones mercantiles del establecimiento educativo. Decreto 410 de 1971.		(Comercio, 1971)
Ley 1014 de 2006	La ley de fomento a la cultura del emprendimiento		(Ciencias, 2006)
Ley 1286 de Enero 23 de 2009	Colciencias.		(Nacional, Ley 1286 de Enero 23 de 2009, 2009)

	“Se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia y se dictan otras disposiciones”.		
Reglamento técnico	Reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios de los juguetes, sus componentes y accesorios realizado por la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia		
Ley de fomento a la cultura del emprendimiento			
Ley de racionalización del gasto público			

Nota. Se presentan las leyes y decretos necesarios para formar un centro educativo como lo es Intelligame. La elaboración de la tabla es propia pero los criterios cuentan con su respectivo referente legal.

4. Descripción de las operaciones requeridas por el emprendimiento

Intelligame Center contará con 4 fases del proceso para que pueda operar y funcionar adecuadamente.

Fase 1: Diseño y construcción.

1. Determinar las competencias que se quieren fortalecer en el centro educativo.
2. Diseñar las áreas que va a tener el centro educativo.
3. Identificar el objetivo que se quiere lograr con esta estrategia educativa innovadora
4. Delimitar los recursos a implementar acorde a las edades seleccionadas.

Fase 2: Validación y pilotaje.

1. Diseñar e implementar encuestas y entrevistas de validación de la idea de negocio.
2. Realizar actividades que estimulen la creatividad de los niños y niñas a partir de las actividades.
3. Describir las actitudes de los niños respecto al comportamiento durante las actividades.
4. Proponer mejoras del centro educativo respecto a los resultados de validación.

Fase 3: Ajustes.

1. Ajustar el centro educativo de acuerdo a las necesidades de los niños y corregir las fallas obtenidas en la validación.
2. Comparar los resultados de la validación ejecutada para mejorar el centro educativo.

Fase 4: Divulgación y puesta en marcha.

1. Argumentar las razones por las que el centro educativo es pedagógicamente aplicable.
2. Abrir el establecimiento al público.
3. Brindar un servicio educativo didáctico innovador adecuado para las edades establecidas.

Por otro lado, se presentan diferentes riesgos los cuales están categorizados en diferentes amenazas como de origen natural tales como sismos o terremotos o incendios, otra de las amenazas es antrópicas como fugas de gas, accidentes dentro del centro educativo, accidentes laborales y evacuaciones inadecuadas. Todas estas amenazas se clasifican en una matriz de riesgo la cual cuenta con 2 categorías, una de severidad

(insignificante, menor, moderado, crítico y catastrófico) y otra categoría de probabilidad (improbable, posible, ocasional, moderado, constante). El nivel de riesgo se cataloga por color y número, de 2 a 8 se cataloga como nivel de riesgo aceptable y es color verde, de 10 a 18 es un nivel de riesgo tolerable y su color es amarillo, de 20 a 24 corresponde a nivel de riesgo alto y su color es naranja y de 30 a 50 es un nivel de riesgo extremo y su color es rojo. Para el plan de atención y mitigación de riesgos se va a realizar una formación de atención en primeros auxilios y se realizarán jornadas de simulacros.

Tabla 6.

Matriz de riesgo

		MATRIZ DE RIESGO				
		Probabilidad				
Severidad		Improbable	Posible	Ocasional	Moderado	Constante
Insignificante	1	2	4	6	8	10 (Caídas)
Menor	2	4	8	12	16 (Golpes o machucones)	20 (Fracturas)
Moderado	3	6	12 (Inundación)	18 (Atragantamientos)	24 (Accidente laboral)	30
Crítico	4	8	16 (Sismos)	24 (Fuga de gas)	32 (Incendios)	40
Catastrófico	5	10	20	30 (Evacuación inadecuada)	40 (Terremoto)	50

Color	Nivel de riesgo
2 a 8	Aceptable
10 a 18	Tolerable
20 a 24	Alto
30 a 50	Extremo

Nota. La tabla 6 muestra la matriz de riesgo que maneja Intelligame Center.

Elaboración propia

4.1 Instalaciones que requiere el emprendimiento

Intelligame Center es un centro educativo que cuenta con diferentes ambientes y espacios de aprendizaje, cuenta con 4 baños 2 para adultos (docentes, padres de familia y personal de aseo) un baño para mujeres y otro para hombres y dos para niños, uno para niñas y otro para niños. El centro educativo va a contar con una oficina principal y una sala de espera para padres, esta sala va a contar con televisor y computador por si los padres necesitan estos servicios. Se espera que sea de un solo piso con adecuaciones y fácil entradas para personas que se movilizan en silla de ruedas y personas que requieran un fácil

acceso al movilizarse dentro de Intelligame Center. También va a tener una cocina y un cuarto de aseo. Para los salones se van a diseñar 9 rincones de aprendizaje los cuales van a estar distribuidos por aulas, algunos espacios serán compartidos. El primer salón corresponde a la inteligencia intrapersonal y a la inteligencia interpersonal. El segundo salón lo comparte la inteligencia visual-espacial y corporal-quinestésico. El tercer salón lo comparte la inteligencia lingüístico-verbal y la inteligencia lógico- matemático. El cuarto salón es para la inteligencia naturista y la inteligencia existencia. Finalmente el quinto salón se dispone para la inteligencia musical con el objetivo de minimizar el ruido para los demás salones.

En la figura 11, se aprecia un plano del centro educativo la cual cuenta con parqueadero privado, parque para niños, oficinas administrativas, sala de espera para padres, baños niños, baños niñas, cocina y comedor y 5 salones. En la figura 12 se aprecia un diseño de uno de los rincones de aprendizaje.

Actualmente la ubicación no se tiene exacta, pero se espera que sea en un sector estrato medio-alto en Chía, Cundinamarca con un fácil acceso de llegada, este será un espacio campestre de un solo piso, se contará con todos los servicios públicos (luz, gas, agua potable, sanidad, aseo, recolección de desechos sólidos, aseo, servicio telefónico y servicio de internet.

El tamaño de la instalación aún no se tiene presente puesto que no se ha realizado un alquiler o una compra del espacio físico.

Figura 11.*Plano Intelligame Center*

Nota. La figura representa los planos de la distribución de espacios de Intelligame.

Elaboración propia.

Figura 12.*Idea rincón de aprendizaje*

Nota. En la imagen se presenta lo que es el salón de aprendizaje. Elaboración propia.

4.2 Infraestructura tecnológica y de TIC requerida por el emprendimiento

La ciencia y la tecnología están presentes cada día en sucesos cotidianos de cada individuo y su relación se encuentra en hallar facilidades a las necesidades cotidianas de las personas. En el mundo actual, las instituciones y las compañías se enfocan en generar empleo pero a la vez tienen un objetivo fundamental el cual es hacer individuos competentes para crear y producir ciencia y tecnología, los jóvenes actuales conocen mucho sobre la tecnología y tienen la capacidad y facilidad de crear nuevas cosas, pero las instituciones hasta ahora empiezan a preocuparse por ellos.

En Intelligame Center se quiere relacionar el conocimiento científico y tecnológico con la finalidad de promover una inteligencia emocional con la que se permite; sentir, pensar y actuar. Con el conocimiento científico y tecnológico se permite que las personas experimenten, puedan crear nuevas cosas investigando desde la teoría científica y aplicándola a una práctica tecnológica. La tecnología, la ciencia y la creatividad se deben llevar a cabo en todas las instituciones académicas puesto que permite que las generaciones actuales y las que siguen sean innovadores, investiguen de manera autónoma, experimenten y sobre todo que tengan la habilidad de crear libremente ya que así es como pueden llegar a ser emprendedores y aprender de manera activa tanto dentro como fuera de su institución educativa.

Intelligame center trabaja en las aulas con los estudiantes realidad aumentada y realidad virtual para algunas de las actividades pedagógicas. Esto se trabajará a partir de diferentes plataformas y con el apoyo de una persona que aborde estos temas. Además de esto, cuenta con una página web que incluye actividades pedagógicas para realizar de manera virtual, esta página web, contiene 3 pestañas, la primera pestaña describe quiénes son, la segunda pestaña de los programas que ofrecen y de las actividades virtuales y la tercera pestaña para registrarse y pedir mayor información. También se va a diseñar un perfil en Instagram en el que se publiquen algunas actividades y se promocióne el centro educativo.

4.3 Descripción de los requerimientos de producción y distribución del emprendimiento

Respecto al inventario que se estima para abrir Intelligame Center se tienen en cuentas elementos físicos como materiales, productos de papelería, productos de alimentación y de aseo.

- Elementos de papelería (colores, marcadores, esferos, pinturas, lápices, crayolas, hojas de colores, hojas blancas, cartulinas, pliegos de papel)
- Muebles (sillas y mesas para niños, sillas y mesas para adultos y para jóvenes, escritorios, mesas de arte, gavetas, biblioteca, sillones, un comedor, mesa de reuniones)
- Elementos de aseo (Jabones para lavar manos, balde, escoba, recogedor desinfectante, traperos, trapos, clorox, jabón en polvo, limpia vidrios, papel higiénico, pañitos húmedos, desinfectante de baños)
- Kit primeros auxilios
- Kit de cafetería

Entre los proveedores se encuentra COLDFRICONG SAS, un proveedor de alimentos puesto que se va a ofrecer alimentación a los niños y niñas que asistan a las sesiones educativas. "Somos distribuidores de alimentos congelados y refrigerados al mejor precio; manejamos productos categoría (apanados, francesa, verduras, carnes, pescados, entre otros)".

De igual forma, Distribuidora el Faro Norte, como proveedor cuenta con útiles escolares (cuadernos, lápices, borradores, papeles, lapiceros), insumos de oficina (cauchos, ganchos, blocs de facturas recibos contabilidad, formatos Minerva), juguetes, entre otros productos.

4.4 Estrategias de financiación del emprendimiento

Para iniciar Intelligame Center se presupuesta que los gastos de apertura estarán alrededor de los 50'000.000COP. Los gastos involucrados están distribuidos en fijos y variables. Los gastos fijos están representados en alquiler del espacio físico y gastos de administración. Los gastos variables están representados en materiales didácticos y alimentación.

Tabla 7.

Gastos Intelligame Center

Gastos de Administración	\$ 70.000.000
Gastos de Depreciación	\$ 119.391.103
Gastos de Ventas	\$ 110.004.367

Nota. La tabla representa los gastos de Intelligame Center. Elaboración propia

Se estimó un canon de arrendamiento mensual de 7'000.000 aproximadamente. Se tienen recursos propios de un 30% y espera obtener un préstamo del 70% financiado. Se espera tener inversores para apalancar el emprendimiento. Respecto al capital adicional para gastos inesperados se reserva un 20% del capital total para contingencias.

4.5 Plan financiero del emprendimiento

En la tabla 8 se presenta el estado de resultados de pérdidas y ganancias del primer año hasta el quinto año.

Tabla 8.

Estado de resultados de pérdidas y ganancias

Estado de Resultados (estado de pérdidas y ganancias)					
Ventas (ingresos operativos)	\$ 1.000.039.700	\$ 1.050.641.709	\$ 1.103.804.179	\$ 1.159.656.671	\$ 1.218.335.298
<i>Inventario Inicial</i>	\$ 0	\$ 147.677.095	\$ 155.149.556	\$ 163.000.124	\$ 171.247.930
<i>Compras</i>	\$ 917.707.664	\$ 816.466.577	\$ 857.779.786	\$ 901.183.443	\$ 946.783.325
<i>Disponibles</i>	\$ 917.707.664	\$ 964.143.672	\$ 1.012.929.342	\$ 1.064.183.567	\$ 1.118.031.255
<i>Inventario Final</i>	\$ 147.677.095	\$ 155.149.556	\$ 163.000.124	\$ 171.247.930	\$ 179.913.076
Costo de Ventas	\$ 770.030.569	\$ 808.994.116	\$ 849.929.218	\$ 892.935.636	\$ 938.118.180
Utilidad Bruta	\$ 230.009.131	\$ 241.647.593	\$ 253.874.961	\$ 266.721.034	\$ 280.217.119
Gastos de Administración	\$ 70.000.000	\$ 72.114.000	\$ 73.556.280	\$ 75.027.406	\$ 76.527.954
Gastos de Depreciación	\$ 119.391.103	\$ 119.391.103	\$ 119.391.103	\$ 119.391.103	\$ 119.391.103
Gastos de Ventas	\$ 110.004.367	\$ 115.570.588	\$ 121.418.460	\$ 127.562.234	\$ 134.016.883
Utilidad Operacional	-\$ 69.386.339	-\$ 65.428.098	-\$ 60.490.882	-\$ 55.259.708	-\$ 49.718.821
Gastos Financieros	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Utilidad Gravable	-\$ 69.386.339	-\$ 65.428.098	-\$ 60.490.882	-\$ 55.259.708	-\$ 49.718.821
Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Utilidad Neta	-\$ 69.386.339	-\$ 65.428.098	-\$ 60.490.882	-\$ 55.259.708	-\$ 49.718.821

Nota. La tabla representa el estado de resultados para Intelligame del año 1 al 5.

La tasa de impuestos estimados para el primer año es del 35%. Respecto a la proyección de flujo de efectivo, se estima que venga de préstamos, de dinero propio y de las cuentas por cobrar. La proyección del flujo de caja se presenta en la tabla 9. En el flujo de caja de método indirecto se incluyen los ingresos, la utilidad operacional, la depreciación, cuentas por pagar a proveedores, aporte de capital, préstamos bancarios y total de ingresos. Elaboración propia

Tabla 9.*Flujo de Caja Método indirecto*

FLUJO DE CAJA MÉT. INDIRECTO					
Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Operacional	-\$ 69.386.339	-\$ 65.428.098	-\$ 60.490.882	-\$ 55.259.708	-\$ 49.718.821
Depreciación	\$ 119.391.103	\$ 119.391.103	\$ 119.391.103	\$ 119.391.103	\$ 119.391.103
Ctas x Pagar con Proveedores	\$ 226.284.082	-\$ 24.963.556			
Aporte de Capital	\$ 727.218.160	0	\$ 0	0	0
Préstamos Bancarios	\$ 0	0	\$ 0	0	0
Total Ingresos	\$ 1.003.507.005	\$ 28.999.449	\$ 58.900.222	\$ 64.131.395	\$ 69.672.282
	\$ 85.783.101				

Nota. La tabla representa el flujo de caja libre operativo para el primer año es de 9'250.609 COP. Elaboración propia

Respecto a los días de plazo de cartera, son 60 días y la rotación de inventario es de 5,21 veces.

Tabla 10.*Rotación del inventario*

Días Plazo Cartera	60 días	60 días	60 días	60 días	30 días
Rotación veces de Inventarios	5,21 :1 / x / veces	5,21 :1 / x / veces	5,21 :1 / x / veces	5 :1 / x / veces	5 :1 / x / veces
Días Plazo Pago Proveedores	90 días	90 días	90 días	30 días	30 días
Ciclo de caja de conversión de	40 días				

Nota. La tabla representa El balance general proyectado para los primeros 5 años. Elaboración propia

Tabla 11.*Balance general Intelligame Center*

Balance General					
Activos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Caja + Bancos	\$ 94.484.306	\$ 107.693.155	\$ 150.003.773	\$ 196.706.130	\$ 348.204.613
Cartera, deudores, Cuentas por	\$ 164.390.088	\$ 172.708.226	\$ 17.057.175	\$ 17.920.268	-\$ 81.310.115
Inventarios	\$ 147.677.095	\$ 155.149.556	\$ 7.850.568	\$ 8.247.806	\$ 8.665.145
Activos Corrientes	\$ 406.551.489	\$ 435.550.938	\$ 174.911.515	\$ 222.874.204	\$ 275.559.644
Activo Fijo Bruto	\$ 596.955.516	\$ 596.955.516	\$ 596.955.516	\$ 596.955.516	\$ 596.955.516
Depreciación Acumulada	\$ 119.391.103	\$ 238.782.207	\$ 358.173.310	\$ 477.564.413	\$ 596.955.516
Activo Fijo Neto	\$ 477.564.413	\$ 358.173.310	\$ 238.782.207	\$ 119.391.103	\$ 0
Total Activos	\$ 884.115.902	\$ 793.724.248	\$ 413.693.722	\$ 342.265.308	\$ 275.559.644

Nota. La tabla representa un avance a 5 años. Elaboración propia

Analizando la proyección de volumen de ventas se observa en la tabla 12 que para el año 2 se espera un aumento del 2% el cual se mantendrá los siguientes años el aumento en volumen sería del 3% cada año.

Tabla 12.*Aumento de volumen y de precio por año*

Ventas	\$1.000.039.700	\$1.050.641.709	\$1.103.804.179	\$1.159.656.671	\$1.218.335.298
Aumento de Precio		2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
Aumento de Volumen		3,00%	3,00%	3,00%	3,00%

Nota. La tabla representa el aumento de volumen y de precio por año, del año 1 al 5.

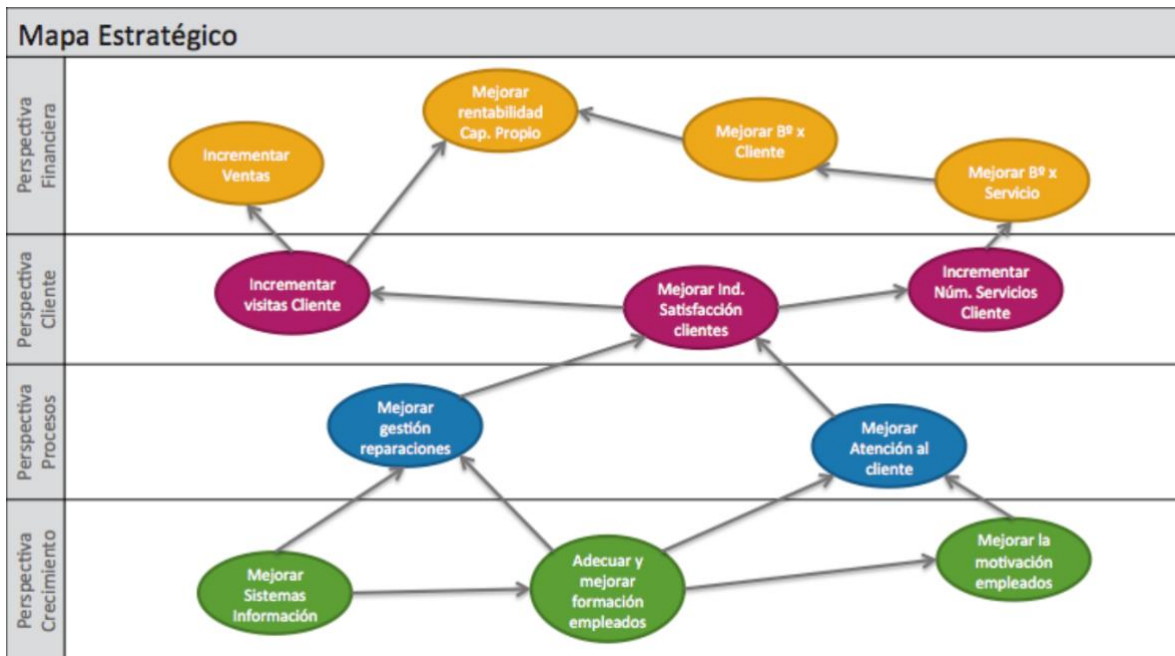
Elaboración propia

5. Estrategia para el relacionamiento con los clientes y grupos de interés

5.1 Estrategia de marca (Branding)

Intelligame Center va a trabajar con dos tipos de métricas, las de alcance y las de comportamiento. Las métricas de alcance se realizan para observar y conocer el alcance de la empresa, esta métrica se realizará cada 6 meses. Respecto a las métricas de comportamiento, se realizarán cada 3 meses y su finalidad será conocer el comportamiento de los clientes tanto de manera presencial y de manera virtual para conocer la interacción de la audiencia respecto a la empresa.

Añadiendo a esto, se va a ejecutar un mapa estratégico teniendo en cuenta cuatro perspectivas, la perspectiva financiera, la perspectiva cliente, la perspectiva procesos y la perspectiva crecimiento. Este mapa estratégico permite identificar diferentes grupos de interés y los objetivos de la empresa analizando su crecimiento y sus dificultades.

Figura 13.*Mapa estratégico*

Nota. Representación del mapa estratégico junto con sus cuatro perspectivas. Elaborada por Xavier Plaza

Añadiendo a esto, se contará con el diagrama de las 5 fuerzas de Porter que se encuentra en la figura 14, el objetivo de este diagrama es identificar las fuerzas competitivas de la empresa y poder disminuir las amenazas del negocio. Se propone estar en mejora constante para minimizar la amenaza con los competidores, para negociar con los proveedores se planea priorizar con quién se hace el negocio y establecer acuerdos de pago anticipados, para negociar con los clientes se va a negociar con sinceridad y credibilidad mostrando que hay conocimiento en el sector del cliente. Todas las empresas buscan una mejora de posicionamiento y aunque hay crecimiento en el sector educativo, se van a seguir buscando estrategias de mejora. No hay una amenaza de productos sustitutivos ya que Intelligame Center no maneja productos.

Figura 14.*Diagrama 5 Fuerzas de Porter*

Nota. La figura representa las 5 fuerzas de Porter . Tomada de <https://www.simla.com/blog/las-5-fuerzas-de-porter>

Por otro lado, se diseñó una propuesta de mejora para Intelligame Center con el objetivo de potenciar el ambiente laboral en la empresa, por lo que esta propuesta incluye una matriz de desempeño del empleado, una encuesta para identificar los puntos de dolor para los clientes y que el personal conozca esos resultados, se realizarán capacitaciones grupales, se brindarán incentivos laborales y se realizarán actividades para mejorar y conservar un excelente clima organizacional dentro de la empresa. Para esta propuesta de mejora se planea conocer una visión general de cada puesto, fomentar la inteligencia colectiva, diseñar una estructura organizativa estratégica y ágil, realizar dinámicas grupales, delegar funciones en el equipo de trabajo, promover la escucha activa y perspectiva de otros cargos, conocer sobre resolución de conflictos y acompañar el rendimiento, productividad y costes.

Figura 15.*Propuesta de mejora*

Nota. La figura representa los indicadores para la propuesta de mejora de Intelligame.

Cabe resaltar que Intelligame Center cumplirá con todos los objetivos y las funciones de la Superintendencia de Industria y Comercio del gobierno de Colombia en el que se establece la propiedad industrial, protección al consumidor, control y verificación de reglamentos técnicos y metodología legal, protección de la competencia, vigilancia de las Cámaras de Comercio, protección de datos personales y asuntos jurisdiccionales. Elaboración propia

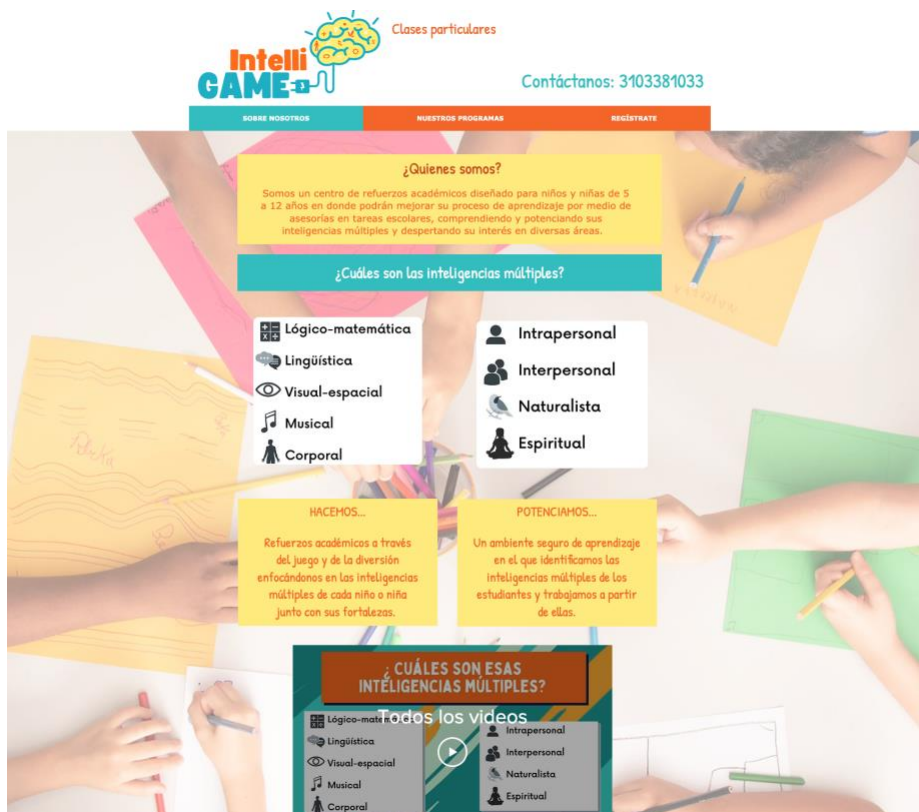
5.2 Gestión de las comunicaciones y las relaciones públicas del emprendimiento

Intelligame Center se va a promover a través de sitios web para informar sobre el servicio, publicidad online, medios de comunicación social, referencias, folletos y relaciones públicas. Los KPI de marketing corresponden a Costo por lead (la cantidad de dinero que costó convertir un usuario en lead). También se tendrán en cuenta el número de conversiones de las redes sociales. Por otro lado, los KPI de venta corresponden a la efectividad de venta en proceso de venta (Ventas realizadas/cuota mensual de venta)x100. Inicialmente como canal de distribución se encontrarán las redes sociales Instagram, Facebook y YouTube. El presupuesto de marketing es de 700,000COP.

Las comunicaciones y relaciones públicas del emprendimiento se trabajarán a través de la página web, la página principal (Sobre nosotros), se encuentran los programas de Intelligame Center y se encuentra una caja de datos para diligenciar en caso de requerir información.

Figura 16.

Página principal Intelligame Center



Nota. La figura representa el diseño de la página principal de la página web de Intelligame.

Elaboración propia.

Figura 17.

Nuestros programas

Intelli GAME  Clases particulares

Contáctanos: 3103381033

NUESTROS PROGRAMAS

DIA EXPLORADOR

Este programa brinda espacios de atención de 8:00am a 2:00pm, dentro de este se brindan actividades durante el día acordes a la edad enfocadas en:

- + Lingüística/ club de lectura
- + Lógico-matemática
- + Visual-espacial
- + Musical
- + Corporal
- + Intrapersonal
- + Naturalista
- + Espiritual
- + Programas Anti-bullying
- + Acompañamiento psicológico

TARDES PARA FORTALECER

En este programa se presentan distintos talleres y asesorías de refuerzo académico. Su horario es después de la jornada escolar entre las 3:00pm y 6:00pm, además de la asesoría de tareas escolares brindamos:

- + Talleres enfocados en las inteligencias múltiples acorde a cada niño.
- + Programas Anti-bullying
- + Acompañamiento psicológico

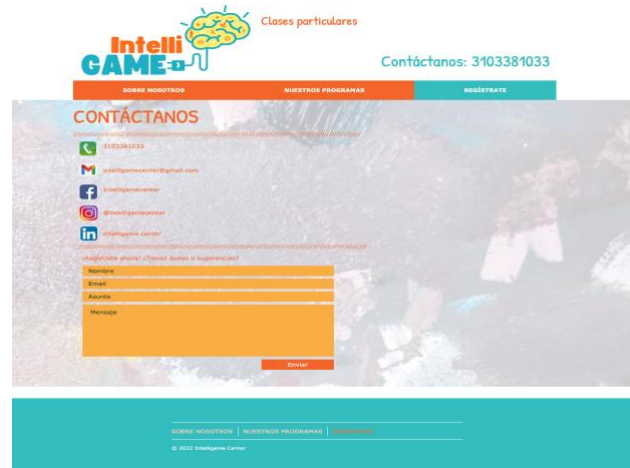
NUESTROS PLANES				
Programas	INTELLIGAME CENTER			
	Día	Mensual	Trimestral	Semestral
Planes				
Secciones	1	10	25	50
Costo	50.000	400.000	1'000.000	1'500.000
Costo con alimentación (onces incluidas)	60.000	480.000	1'100.000	1'600.000
Plan hermanos (2 hermanos)	35.000 (por hermano)	280.000 (por hermano)	650.000 (por hermano)	1'200.000 (por hermano)
Plan hermanos con onces (2 hermanos)	45.000 (por hermano)	360.000 (por hermano)	835.000 (por hermano)	1'500.000 (por hermano)
Planes por referidos	Por cada referido tendrán un 10% de descuento en su plan y el de su referido			
Cada sesión tiene una duración de 2 horas*				

Horarios de atención
Lunes a viernes: 8:00am a 6:00pm
Sábados: 10:00am a 2:00pm

Nota. La figura representa el diseño de los programas que se ofrecen en la página web de Intelligame. Elaboración propia.

Figura 18.

Contáctanos



Nota. La figura representa el diseño de la página para contactar a Intelligame desde la página web de Intelligame. Elaboración propia.

Intelligame Center se quiere dar a conocer a través de redes sociales, folletos y por el voz a voz. Para poder comercializar el negocio se diseñó un logotipo que se encuentra en la figura 19. El nombre de Intelligame Center surge de la idea de un espacio enfocado en las inteligencias múltiples (*intelli*) inteligencias y un espacio en el que se enseñe a través del juego (*game*) la mezcla entre estas dos palabras es la propuesta pedagógica de este centro educativo, se busca potenciar las inteligencias múltiples a través de la enseñanza y del juego. Cada persona tiene diferentes inteligencias pero no saben cuáles son o cómo potenciarlas, al potenciar esta los niños y las niñas comenzarán a desarrollar diferentes habilidades de aprendizaje. Hay una conexión entre el cerebro y el nombre, en el cerebro se encuentran los logos o imágenes representando las inteligencias múltiples. Respecto a los colores, el color naranja representa el optimismo, la creatividad, la espontaneidad y la diversión. El color aguamarina representa el crecimiento, la libertad y la esperanza, finalmente el color amarillo representa la alegría, la felicidad, la curiosidad y la energía.

Figura 19.

Logo Intelligame center



Nota. La figura representa el diseño del logo de Intelligame. Elaboración propia.

5.3 Proceso de ventas y servicios

En la empresa se trabaja un embudo de conversión (Figura 20) el cuál cuenta con 4 fases, la primera es la fase de la **atracción**, en la cual Intelligame Center se da a conocer frente al mundo, esta fase se va a trabajar através de redes sociales y por el voz a voz de las personas. La segunda fase es la **interacción**, esta fase genera interés y se establece un contacto entre el cliente y la empresa a través de llamadas, correos, página web o llegada directa a establecimiento. La tercera fase es la **conversión** en la cual el cliente elige el paquete que desea adquirir, en esta fase se comienzan a realizar ventas. La última fase es la **fidelización**, esta fase es muy importante ya que se conocen los clientes fijos y se brinda mayor seguridad de que vuelvan a comprar los planes de la empresa.

Figura 20.*Embudo de conversión*

Nota. Creación propia del embudo de conversión para Intelligame. Elaboración propia

En este orden de ideas, también se va a seguir un proceso de ventas compuesto por 8 etapas que permiten que la empresa gane nuevos clientes, potencie su crecimiento y genere estándares adecuados para su mejora continua. Estas etapas son:

1. **Prospección:** Identifica las necesidades del cliente respecto a las dificultades educativas de sus hijos
2. **Calificación de leads:** Clasificar al cliente ideal, lo que para Intelligame Center es un cliente fijo y dispuesto a ver mejoras en sus hijos

3. Acercamiento: Mostrar que el servicio que se ofrece es de educación de calidad
4. Presentación: Llamar la atención del cliente a través d estrategias de marketing y de actividades realizadas con los niños y niñas
5. Seguimiento: Descuentos y servicio de atención al cliente
6. Negociación: Presentar precios del servicio con beneficios de descuentos en algunos de los planes
7. Cierre: Certificar pago del cliente
8. Posventa: Conocer la satisfacción del cliente respecto al servicio prestado

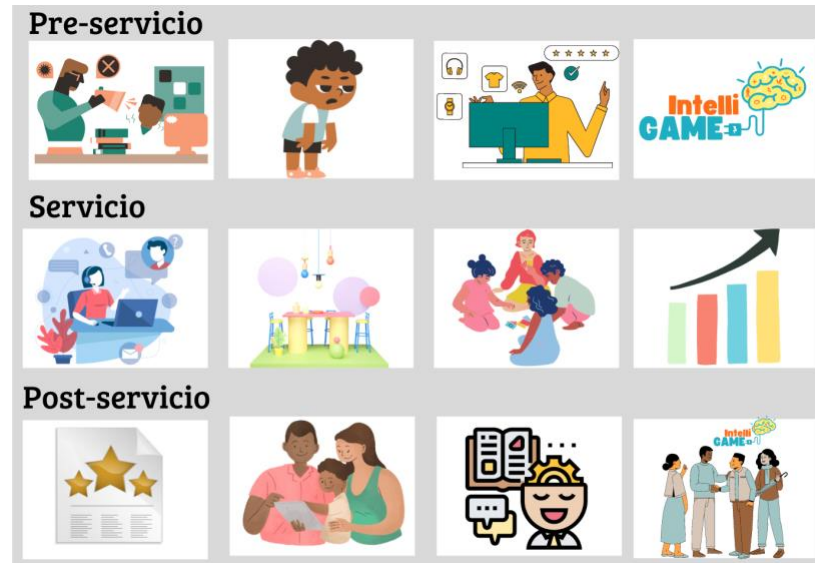
5.4 Plan de mercadeo

5.4.1 Investigación de mercado

Se diseño un mapa de experiencia del cliente que cuenta con pre-servicio, servicio y post-servicio (Figura 21). En el pre-servicio se muestra una primera imagen haciendo referencia a un estudiante en clase y su docente enseñando de una manera que no motiva a su estudiante como se muestra en la segunda imagen. La tercera imagen presenta a un padre buscando lugares de apoyo educativo y encuentra Intelligame Center en su búsqueda. Posterior a este proceso sigue el servicio, en este se encuentra inicialmente una persona en comunicación y contacto con el padre de familia, posteriormente está el aula de clases que brinda un ambiente diferente, seguido de este se presenta una docente enseñando de una manera amena y agradable para sus estudiantes y finalmente en este proceso se encuentra una gráfica representando el crecimiento y potencial académico de los niños y niñas. Respecto al post-servicio se encuentra una buena calificación del estudiante por lo que los padres están orgullosos con el resultado y progreso de los estudiantes y la última imagen representa a los padres recomendando a Intelligame Center.

Figura 21.

Mapa de experiencia del cliente



Nota. La figura presenta el proceso para el servicio de Intelligame junto con su proceso antes y después y la satisfacción para los clientes. Elaboración propia.

El tipo de investigación de mercado que se realizó fue con primaria puesto que se recopiló la información personalmente. La encuesta fue diligenciada por adultos de Cajicá y Chía, el tamaño poblacional de Chía ha tenido un gran incremento puesto que según el DANE para el año 2018 el tamaño poblacional fue de 132,181 y para el año 2020 incrementó a 149,570. Respecto a Cajicá, su tamaño poblacional desde el 2005 hasta el 2018 creció un 78,67%. Se aplicó una encuesta con la que se identificó el tipo de clientes que quiere IntelliGAME Center. Además de esto, se recopiló mayor información con ayuda de redes sociales y de internet. Se espera que durante el primer año de apertura mínimo se hayan 7 niños diariamente (sin contar sábados y domingos) 20 días semanales, anualmente se esperan 175 niños. El mercado en este sector educativo va creciendo puesto que por el efecto post-pandemia a varios estudiantes han bajado su rendimiento académico como se mencionó en la sección del tamaño de mercado, estos apoyos y refuerzos educativos son fundamentales para apoyar ese rendimiento académico.

Para esta identificación y recolección de datos se aplicó una encuesta compuesta de 11 preguntas de las cuales 8 eran preguntas cerradas y 3 eran preguntas abiertas. La

encuesta fue diligenciada por 45 padres y madres de familia. Se diseñó una ficha técnica de la encuesta que permitió conocer con mayor detalle las condiciones del estudio de mercado.

Tabla 13.

Ficha técnica de la encuesta

Persona natural o jurídica que realizó la encuesta	Padres y madres de familia
Persona natural o jurídica que la encomendó	Natalia Ramírez Bustos
Nombre de la encuesta	Intelligame Center
Mercado potencial	Padres y madres de familia con hijos o hijas de 5 a 12 años de edad
Fecha de creación	16 de Noviembre de 2022
Área de cobertura	Regional
Técnica de recolección de datos	Encuesta realizada en formularios de Google
Tamaño de la muestra	45 padres y madres
Financiación	Recursos propios
Margen de error	12% con un nivel de confianza del 90%
Objetivo de la encuesta	Identificar a los clientes cuyos hijos tienen dificultades de aprendizaje y conocer su interés en inscribir a sus hijos en Intelligame Center
Número de preguntas formuladas	11
Tipo de preguntas aplicadas (Abiertas, cerradas o de escala)	8 cerradas y 3 abiertas

Nota. La tabla muestra la ficha técnica de la encuesta desarrollada. Elaboración propia.

La primera pregunta ¿Qué edad tiene tu hijo? Tuvo respuestas con gran variación, en las respuestas de selección múltiple era menor de 5 años el cual tuvo un 15.6% . El

13.3% tienen hijos entre los 5 y 6 años de edad. El 22.2% es el mayor porcentaje el cuál se encuentra entre 7 y 8 años de edad. El 17.8% se encuentran en un rango de edad entre los 9 y 10 años de edad. Un 8.9% se encuentra en un rango de edad entre los 11 y 12 años de edad. El 11.1% son los niños y niñas mayores de 12 años y 11.1% no tienen hijos.

Respecto a la segunda pregunta, se observó que la mayoría de personas que contestaron la encuesta se encuentran en Chía, Cundinamarca completando un 47.1%, este porcentaje indica que el lugar estratégico para montar la empresa es en Chía. Los otros porcentajes son de los alrededores de Chía como Cajicá, Tabio, Tenjo y Bogotá.

La tercera pregunta fue estratégica ya que permitió identificar si era necesario que los niños y niñas tuvieran problemas en su proceso de aprendizaje para conocer su interés respecto a Intelligame Center, un 20% afirmó que sus hijos sí tienen problemas de aprendizaje, pero el 53.3% mencionó que no tienen problemas.

La pregunta 4 permitió conocer un aproximado del número de padres que tienen a sus hijos en refuerzos académicos externos y el 28.9% si los tienen mientras que el 60% no tienen a sus hijos en refuerzos académicos.

La pregunta 5 permitió identificar el porcentaje de padres interesados en inscribir a sus hijos en un espacio que potencie las inteligencias múltiples de sus hijos, el 73.3% afirmaron estar interesados en este proceso. El 15.6% no está interesado en este proceso.

La pregunta 6 buscaba conocer si los padres identificaban las inteligencias múltiples de sus hijos, el 71,1% mencionó que no saben cuáles son las inteligencias múltiples, a pesar de que el 17.8% mencionó que sí las conocían pero realmente algunos no conocen estas inteligencias como se evidencia en la pregunta 7.

La pregunta 7 buscaba conocer cuáles eran las inteligencias múltiples de los hijos, algunos padres si identificaron estas inteligencias pero otros las relacionaron con capacidades.

La pregunta 8 tenía una finalidad de identificar las áreas académicas que se les dificultaran a sus hijos y se identificó que las áreas con mayor necesidad para abordar son: Ciencias, inglés y matemáticas.

La pregunta 9 tenía como función saber el nivel de dificultad para un padre buscando refuerzos académicos para sus hijos, las respuestas que sobre salen son un 37.8% de los que les parece fácil y otro 37.8% de los que les ha parecido difícil.

La pregunta 10 permitió identificar a los padres que les interesa el servicio de los cuales un 73.3% si está interesado y un 15.6% no está interesado.

La pregunta 11 fue la última y su objetivo era conocer un aproximado de precios que pagarían los padres por un hora de refuerzos académicos. Este precio estimado se encuentra entre los 35.000 COP y 40.000 COP.

5.4.2 Barreras de entrada

Determine cuales son las barreras de entrada que enfrenta su emprendimiento y cómo se pretende superarlas. Las barreras de entrada pueden incluir: altos costos de inicio, producción, y marketing, desafíos de reconocimiento de marca, encontrar empleados calificados, necesidad de tecnología especializada o patentes, tarifas y cuotas, entre otros.

5.4.3 Amenazas y oportunidades

En la estrategia de marca de Intelligame Center se realizó un DOFA con la finalidad de identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, en la figura 22 se representa ese análisis.

Figura 22.

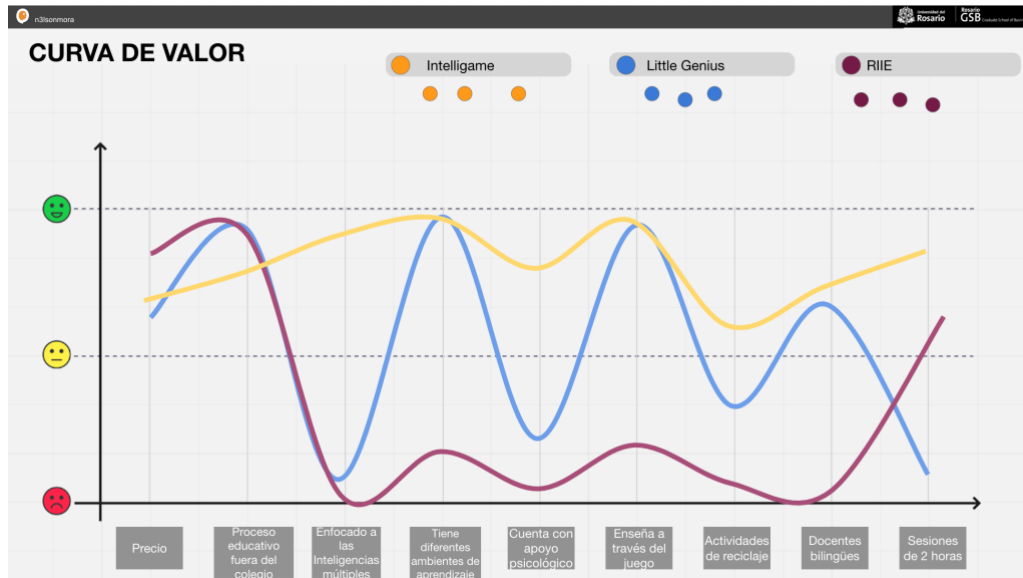
Análisis DOFA Intelligame Center

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nos enfocamos en cada estudiante de manera individual conociendo sus inteligencias múltiples. • Diseñamos actividades creativas y juegos para ayudar a los niños con su refuerzo escolar. • Usamos de nuevas metodologías educativas • Contamos con todos los servicios • Innovamos en educación 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • No hay competidores cercanos que refuercen las actividades académicas escolares. • Nos enfocamos en las IM por lo que las actividades las diseñamos para motivar al los niños a estudiar. • Se puede innovar en la educación potencialmente • Generar apoyo sostenible
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • La falta de otros profesionales que trabajen en el negocio. • Falta más conocimiento en aspectos tecnológicos relacionados a la educación • Asignación de tareas dentro de la empresa 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Podrían copiar el modelo de negocio en establecimiento cuando esté abierto al público. • Los establecimientos de refuerzos educativos tradicionales se pueden ver afectados económicamente

Nota. La figura representa el análisis DOFA de Intelligame. Elaboración propia.

5.4.4 Competidores claves

Intelligame Center cuenta con varios competidores a nivel nacional, pero a en la Sabana de Bogotá son dos competidores directos, uno es RIIE y el otro es Little Genius. Kumon no es un competidor directo ya que sus estrategias de enseñanza son distintas y no abordan todas las áreas educativas. En la figura 23 se encuentra una curva de valor con 9 ítems que permiten clasificar en bueno, regular y malo cada característica de las empresas.

Figura 23.*Curva de Valor*

Nota. Se presenta la curva de valor con respecto a dos competidores en el mercado. Elaboración propia.

Como se evidencia en la Figura 23, Little Genius es el más costoso de los 3 competidores y RIIE el más económico, lo que hace que Intelligame sea un punto neutral entre esos dos. Se observa que las 3 empresas ofrecen un servicio educativo externo al colegio. Se evidencia que Little Genius y RIIE tienen un nivel bajo de oferta puesto que no se enfocan en las inteligencias múltiples. Little Genius e Intelligame cuentan con diferentes ambientes de aprendizaje pero RIIE no cuenta con este atributo. De las 3 empresas, sólo Intelligame cuenta con apoyo psicológico. Tanto Intelligame como Little Genius enseñan a través del juego, RIIE no lo hace. Sólo Intelligame realiza actividades de reciclaje, no con tanta frecuencia pero si lo hace. Little Genius e Intelligame tienen docentes bilingües a diferencia de RIIE que no cuenta con este atributo. Intelligame y RIIE cuentan con el último atributo en el que se menciona que cuentan con sesiones de 2 horas, Little Genius no cuenta con este atributo, sus sesiones son de 45 min.

Tabla 14.*Plan de recopilación de datos de Intelligame Center*

Precio:	40.000 COP por sesión
Beneficios y características:	Enfocados en las inteligencias múltiples diseñamos actividades creativas y juegos para ayudar a los niños con su refuerzo escolar.
Tamaño / Utilidad:	Niños de 4 a 14 años
Estrategia de mercado:	Inbound Marketing

Nota. Esta es una recopilación de datos de precio, beneficios, tamaño y estrategias de mercado de Intelligame. Elaboración propia.

Tabla 15.*Plan de recopilación de datos de Little Genius*

Precio:	63.000 COP por sesión
Beneficios y características:	Centro de Exploración que busca favorecer procesos de desarrollo y aprendizaje a través del juego. Manejas edades desde 24 meses hasta los 15 años. (Explorador: sensorial, gimnasio, lego, robótica, arte y música. Centro de experiencias y estimulación.
Tamaño / Utilidad:	Niños de 2 a 13 años de edad
Estrategia de mercado:	Inbound Marketing

Nota. Esta es una recopilación de datos de precio, beneficios, tamaño y estrategias de mercado de Little Genius. Elaboración propia.

Tabla 16.*Plan de recopilación de datos de RIIE*

Precio:	45.000 COP por sesión
Beneficios y características:	Se enfocan en brindar atención Integral a nivel asistencial en prevención, promoción, evaluación, diagnóstico y tratamiento en las áreas: Neuropsicología clínica, Psicología clínica, Fisioterapia, Fonoaudiología, Terapia Ocupacional.
Tamaño / Utilidad:	Niños y jóvenes
Estrategia de mercado:	Anuncios en línea

Nota. Esta es una recopilación de datos de precio, beneficios, tamaño y estrategias de mercado de RIIE. Elaboración propia.

Tabla 17.*Análisis competitivo*

FACTOR	Intelligame	Little Genius	RIIE	Importancia del Cliente
Productos	F	F	F	2
Precio	F	D	F	1
Calidad	F	F	F	1
Selección	F	F	D	2
Servicio	F	F	F	1
Fiabilidad	F	F	F	1
Estabilidad	D	F	D	1
Experticia	D	F	F	2
Reputación	D	F	D	1

FACTOR	Intelligame	Little Genius	RIIE	Importancia del Cliente
Localización	F	F	F	1
Apariencia	F	F	D	2
Métodos de venta	F	F	D	4
Políticas de crédito	D	F	F	3
Publicidad	F	F	D	2
Imagen	F	F	D	1

Nota. La F corresponde a Fortaleza y la D corresponde a Debilidad. Elaboración propia

5.4.5 Precios

En la sección de "Productos & Servicios" se explicó brevemente el tema de precios, en esta sección se brinda mayor información respecto los diferentes planes que ofrece Intelligame Center, respecto al **plan día**, la sesión corresponde a 2 horas de apoyo educativo, esta sesión tiene un costo de 50,000COP sin alimentación, con alimentación el costo sube a 60,000COP, el costo por hermanos sin alimentación es de 35,000COP cada uno y con alimentación incluida es de 45,000COP cada uno. El **plan mensual** son 10 sesiones, sin alimentación tienen un costo de 400.000COP y con alimentación incluida son 480.000 COP, el plan hermanos es de 280.000COP cada uno sin alimentación y con alimentación son 360.000 COP por hermano. El **plan trimestral**, son 25 sesiones las cuales sin alimentación son de 1'000.000COP, con alimentación son 1'100.000. El plan hermanos es de 650,000COP cada uno sin alimentación y 835,000 con alimentación cada uno. Finalmente, el **plan semestral**, son 50 sesiones, este plan tiene un costo de 1'500.000COP sin alimentación y 1'600.000COP con alimentación. El plan hermanos es de 1'200.000COP sin alimentación y con alimentación incluida es 1'500.000COP. En términos competitivos correspondiente al precio, Intelligame Center tiene precios que se ajustan a los clientes que son estrato medio-

alto, Intelligame Center es una gama media, alta. La margen de beneficios proyectados es del 25%, basado en la fórmula: $((\text{Precio de venta} - \text{Costo de producción})/\text{Precio de venta}) * 100 =$ Margen de beneficios.

$$\underline{((16'000.000 - 12'000.000)/16'000.000) * 100 = 25\% \text{ de margen de beneficios.}}$$


Comparando estos precios con los de los competidores, no son tal altos pero si son similares puesto que se ofrece un servicio moderno y más completo e innovador. Cabe mencionar que el precio estimado fue tomado en cuenta de las encuestas realizadas a los padres de familia.

Las políticas de crédito y servicio al cliente son:

- Pagar en 3 contados el primer mes. Los siguientes meses en 2 cuotas
- Descuento del 10% por el segundo familiar
- Descuento del 5% por referenciamos

Tabla 18.

Estrategia de precios

Nombre del emprendimiento	Intelligame Center	
Señale ¿Cuál de las siguientes estrategias de precios empleará?		
<p style="text-align: center;">Costo Plus</p> <p style="text-align: center;"><i>Los costos de fabricar / obtener su producto o brindar su servicio, más lo suficiente para obtener ganancias</i></p>	<p style="text-align: center;">Basado en Valor</p> <p style="text-align: center;"><i>Basado en su marca y ventaja competitiva (valor percibido)</i></p> <p style="text-align: center;"></p>	<p>Otro:</p>

Modelo de precios

Programas	INTELLIGAME CENTER			
	Día	Mensual	Trimestral	Semestral
Planes				
Sesiones	1	10	25	50
Costo	50.000	400.000	1 '000.000	1 '500.000
Costo con alimentación (onces incluidas)	60.000	480.000	1 '100.000	1 '600,000
Plan hermanos (2 hermanos)	35.000 (por hermano)	280.000 (por hermano)	650.000 (por hermano)	1 '200.000 (por hermano)
Plan hermanos con onces (2 hermanos)	45.000 (por hermano)	360.000 (por hermano)	835.000 (por hermano)	1 '500.000 (por hermano)
Planes por referidos	Por cada referido tendrán un 10% de descuento en su plan y el de su referido			

Nota. Se muestra la estrategia de precios de Intelligame . Elaboración propia.

5.4.6 Canales de distribución

Entre los canales de distribución se encuentran los canales físicos y los canales digitales. Entre los canales digitales se encuentra el comercio electrónico, fuerza de venta interna e Inbound marketing. Respecto a los canales físicos se encuentran las ventas directas y los folletos y formatos en físico de publicidad. El negocio se va a promover con sitio web para informar sobre el servicio. Por otro lado, los KPI de venta corresponden a la efectividad de venta en proceso de venta $(Ventas\ realizadas/cuota\ mensual\ de\ venta) \times 100$. Inicialmente como canal de distribución se encontrarán las redes sociales Instagram, Facebook y YouTube. el presupuesto de marketing es de 700,000COP.

La tabla 19 muestra lineamientos que evalúan el canal de distribución con los pros y los contras de cada uno.

Tabla 19.

Evaluación de los canales de distribución

	Canal de distribución digital	Canal de distribución físico

Facilidad de entrada	Pro: Llega a una gran variedad de personas Contra: No todos los clientes usan canales digitales	Pro: Hay personas que adquieren la distribución en físico Contra: Daño del ecosistema
Proximidad geográfica	Pro: Se distribuye a muchos sectores a nivel nacional Contra: Algunas personas no tienen facilidad de llegada al lugar	Pro: lo adquieren las personas que se encuentran cerca al establecimiento
Costos	Pro: Es un precio estimado por consultas Contra: Para algunos excede el límite de costo	Pro: Es un precio estimado por consultas Contra: Para algunos excede el límite de costo
Posición de los competidores	Little genius usa redes sociales para compartir su servicio pero RIIE no usa redes sociales	Little genius no comparte información en físico. RIIE no usa folletos para compartir su servicio
Experiencia en gestión	Contra: No tiene experiencia previa	Contra: No tiene experiencia previa
Capacidades del personal	Pro: Todo el personal está capacitado para cumplir con las normas y valores de la empresa	Pro: Todo el personal está capacitado para cumplir con las normas y valores de la empresa
Necesidades de mercado	Contra: Falta de un mercadólogo en la empresa	Pro: Hay contacto con diseñador gráfico

Nota. La tabla representa la evaluación de los canales de distribución de Intelligame .
Elaboración propia.

5.5 Red de contactos

La estrategia para difundir el servicio de Intelligame Center es a través de una red de contactos que está compuesta por 5 elementos que permiten el crecimiento e incremento de clientes en la empresa.

Figura 24.

Red de contactos



Nota. Esta es la red de contactos de Intelligame. Elaboración propia.

Para finalizar, luego de lo expuesto en el documento, se considera importante resaltar que las inteligencias múltiples traen grandes beneficios para el desarrollo integral de los niños y las niñas en su proceso educativo puesto que se generan cambios en su perspectiva al momento de aprender algo nuevo, aprenden a conocerse a ellos mismos y a identificar habilidades propias y ajenas respetando las diferencias de los demás. Intelligame

Center desarrolla un espacio adecuado cuya finalidad es potenciar estas inteligencias múltiples, además de esto contará con un equipo de trabajo altamente calificado para trabajar en cada área educativa. Por otro lado, se brindará un servicio de alta calidad para los clientes.

Referencias bibliográficas

- Kennedy, W. (2006). *So What? who Cares? why You?* Ottawa, Canadá: Wendykennedy.
- Neck, H., Neck, C., & Murray, E. (2018). *Entrepreneurship: The Practice and Mindset*. Londres: SAGE.
- Kotler, P., & Gertner, D. (2007). *Marketing Internacional de lugares y destinos*. México: Pearson.
- Madie, D. (2019). Growth Wheel Tool Kit. Copenhagen.
- Porter, M. (2015). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Grupo Editorial Patria.
- Roberto, D. (2004). *Fundamentos de marketing*. Buenos aires: Ediciones granica.
- Dolan, S., Valle, R., Jackson, S., & Schuler, R. (2007). *La Gestión de los Recursos Humanos* (Vol. 3). Editorial Mc Graw Hill.
- Jericó, & Pilar. (2000). *La gestión del talento: del talento individual al talento organizativo*. Madrid.: Prentice Hall.
- Villegas, L. E. (2010). *Lasallista*. Obtenido de LA ETAPA PREOPERACIONAL Y LA NOCIÓN DE CONSERVACIÓN DE CANTIDAD EN NIÑOS DE 3 A 5 AÑOS DEL COLEGIO SAN JOSÉ DE LA SALLE:
http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/639/1/Etapa_preoperacion_al_conservacion_ninos_San_Jose_de_la_Salle.pdf
- Alzina, R. B. (2006). Orientación psicopedagógica y educación emocional. *Estudios sobre Educación*, 9-25.
- Gómez, A. G. (2006). *Dialnet*. Obtenido de La inteligencia intrapersonal en el aula de inglés de primaria: Una medicina efectiva contra el fracaso escolar:
<http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2200892.pdf>
- Gardner, H. (2015). *Inteligencias múltiples La teoría en la práctica*. México: PAIDÓS .

- Andrade, L. S.-R. (2015). *Inteligencias múltiples y estilos de aprendizaje Diagnóstico y estrategias para su potenciación*. Colombia: Alfaomega.
- Maschwitz, E. M. (s.f.). *Inteligencias múltiples en la educación de la persona*. Bogotá: Bonum.
- MEN. (19 de Junio de 2018). *Ministerio de Educación Nacional*. Obtenido de Licencias y requisitos: <https://www.mineducacion.gov.co/portal/micrositios-preescolar-basica-y-media/Educacion-Privada/Calidad/179304:Licencias-y-requisitos-minimos#:~:text=La%20licencia%20de%20funcionamiento%20es,equidad%2C%20eficiencia%20y%20calidad%20de>
- MEN. (2002). *Directivos Docentes*. Obtenido de Ministerio de Educación Nacional, República de Colombia: <https://www.mineducacion.gov.co/1621/article-80268.html>
- Amilburu, M. G. (2007). *Nosotros los profesores, breve ensayo sobre la tarea docente*. Madrid: UNED Cuadernos.
- Infobae. (7 de Junio de 2022). *Infobae*. Obtenido de Fedesarrollo alertó sobre la calidad educativa en Colombia: aunque hay mayor cobertura hay menor desempeño: <https://www.infobae.com/america/colombia/2022/06/07/fedesarrollo-alerto-sobre-la-calidad-educativa-en-colombia-aunque-hay-mayor-cobertura-hay-menor-desempeno/>
- González, N. G. (28 de Marzo de 2022). *LA RED*. Obtenido de Al menos tres de cada 100 estudiantes repiten el año y se triplicó durante pandemia: <https://www.larepublica.co/economia/al-menos-tres-de-cada-100-estudiantes-repiten-el-ano-en-colombia-3331650>
- Hurtado, M. F. (2022). *El nuevo siglo*. Obtenido de Clases particulares: bien de lujo a primera necesidad: <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/01-22-2022-clases-particulares-bien-de-lujo-primera-necesidad>
- Rojotse. (17 de Agosto de 2021). *Qué son los ambientes híbridos de aprendizaje?* Obtenido de Tu maestro: <https://tumaestros.co/ambientes-hibridos-de-aprendizaje/>
- Comercio, C. d. (1971). *Código de Comercio de Colombia*. Obtenido de Decreto 410 de 1971: <https://www.camarabaq.org.co/wp-content/uploads/2021/03/CodigodeComercio-2.pdf>
- Auditors, J. (s.f.). *Qué leyes debe cumplir una empresa en Colombia?* Obtenido de <https://jlcauditors.com/que-leyes-debe-cumplir-empresa-colombia/>

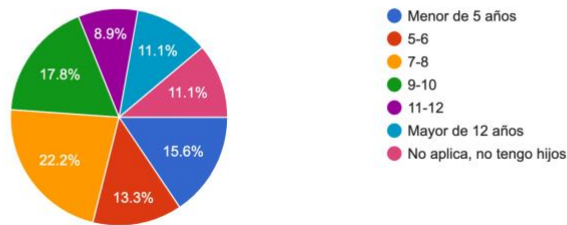
- Nacional, M. d. (16 de Julio de 2002). *Al tablero*. Obtenido de Estatuto para nuevos docentes: <https://www.mineduccion.gov.co/portal/adelante-maestros/Carrera-Docente/Marco-Legal/>
- educación, M. d. (12 de Septiembre de 2008). *Licencias y requisitos mínimos*. Obtenido de Decreto 3433 de septiembre 12 de 2008 : <https://www.mineduccion.gov.co/1621/w3-printer-179304.html>
- Nacional, M. d. (23 de Enero de 2009). *Ley 1286 de Enero 23 de 2009*. Obtenido de <https://www.mineduccion.gov.co/portal/normativa/Leyes/186955:Ley-1286-de-Enero-23-de-2009>
- Ciencias, M. d. (26 de Enero de 2006). *Ley 1014 de 2006*. Obtenido de <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>
- Ramos, L. A. (2 de Noviembre de 2021). *Banco de la República*. Obtenido de Efecto de la pandemia sobre el sistema educativo: El caso de Colombia: <https://investiga.banrep.gov.co/es/be-1179>
- municipal, S. d. (2021). *Plan territorial de formación docente- actualización* . Obtenido de https://www.mineduccion.gov.co/1780/articles-319469_recurso_4.pdf
- González, N. G. (28 de Marzo de 2022). *Al menos tres de cada 100 estudiantes repiten el año y se triplicó durante pandemia*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/economia/al-menos-tres-de-cada-100-estudiantes-repiten-el-ano-en-colombia-3331650>
- MEN. (1994). *Ley 115 de Febrero 8 de 1994*. Obtenido de https://www.mineduccion.gov.co/1621/articles-85906_archivo_pdf.pdf

Anexos

Figura 25.

Resultado pregunta 1

1. ¿Qué edad tiene tu hij@?
45 respuestas



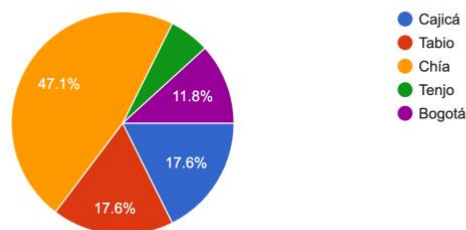
Fuente: Elaboración propia

Respecto a la segunda pregunta, se observó que la mayoría de personas que contestaron la encuesta se encuentran en Chía, Cundinamarca completando un 47.1%, este porcentaje indica que el lugar estratégico para montar la empresa es en Chía. Los otros porcentajes son de los alrededores de Chía como Cajicá, Tabio, Tenjo y Bogotá.

Figura 26.

Resultado pregunta 2

2. ¿Dónde vives?
17 respuestas



Fuente: Elaboración propia

La tercera pregunta fue estratégica ya que permitió identificar si era necesario que los niños y niñas tuvieran problemas en su proceso de aprendizaje para conocer su interés

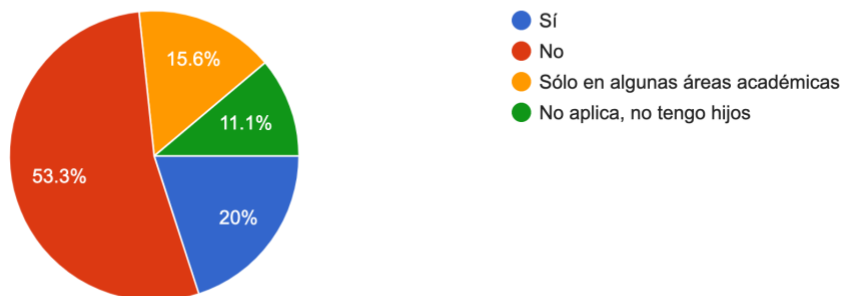
respecto a Intelligame Center, un 20% afirmó que sus hijos sí tienen problemas de aprendizaje, pero el 53.3% mencionó que no tienen problemas.

Figura 27.

Resultado pregunta 3

3. ¿Tu hij@ tiene problemas en su proceso de aprendizaje?

45 respuestas



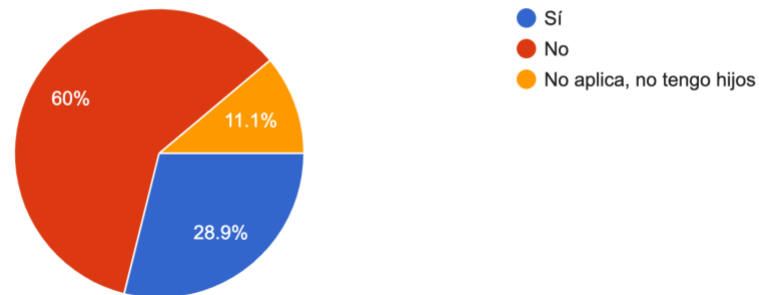
Fuente: Elaboración propia

La pregunta 4 permitió conocer un aproximado del número de padres que tienen a sus hijos en refuerzos académicos externos y el 28.9% si los tienen mientras que el 60% no tienen a sus hijos en refuerzos académicos.

Figura 28.*Resultado pregunta 4*

4. ¿Tienes a tu hij@ en algún refuerzo académico externo al colegio?

45 respuestas



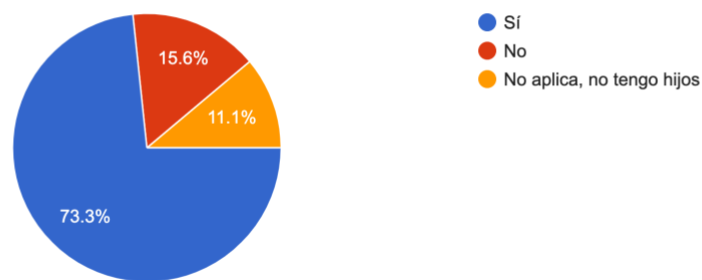
Fuente: Elaboración propia

La pregunta 5 permitió identificar el porcentaje de padres interesados en inscribir a sus hijos en un espacio que potencie las inteligencias múltiples de sus hijos, el 73.3% afirmaron estar interesados en este proceso. El 15.6% no está interesado en este proceso.

Figura 29.*Resultado pregunta 5*

5. ¿Te gustaría llevar a tu hij@ a un lugar que potencie sus inteligencias múltiples?

45 respuestas

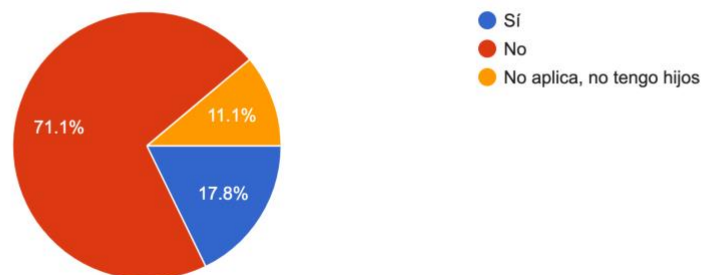


Fuente: Elaboración propia

La pregunta 6 buscaba conocer si los padres identificaban las inteligencias múltiples de sus hijos, el 71,1% mencionó que no saben cuáles son las inteligencias múltiples, a pesar de que el 17.8% mencionó que sí las conocían pero realmente algunos no conocen estas inteligencias como se evidencia en la pregunta 7.

Figura 30.*Resultado pregunta 6*

6. ¿Sabes cuáles son las inteligencias múltiples de tu hij@?
45 respuestas



Fuente: Elaboración propia

La pregunta 7 buscaba conocer cuáles eran las inteligencias múltiples de los hijos, algunos padres si identificaron estas inteligencias pero otros las relacionaron con capacidades.

Figura 31.*Resultado pregunta 7*

7. Si tu respuesta anterior fue afirmativa, menciona cuáles son las inteligencias múltiples de tu hij@

9 respuestas

Inteligencia Visual, Interpersonal, Musical
Emocional
La creatividad, la corporalidad, la afectividad, la sociabilidad, el carácter, la espiritualidad
Musical, corporal, interpersonal y visual espacial
Retentiva,
Matemática
No se cuáles son
Inteligencia emocional y matemática
Inteligencia lingüística

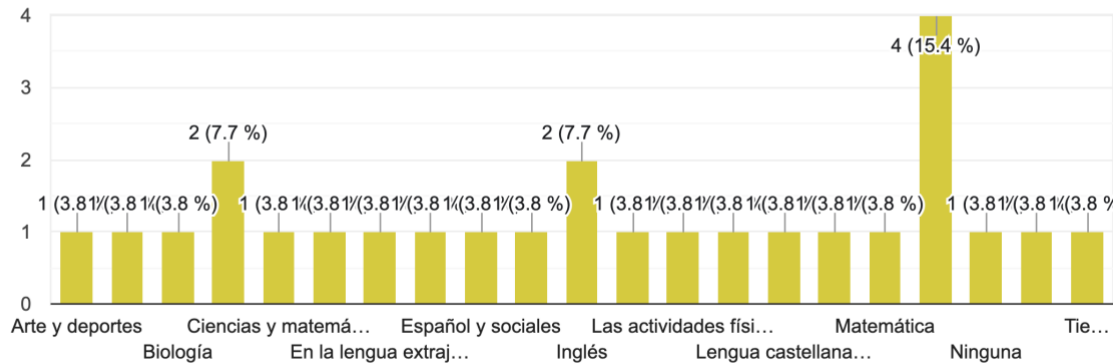
Fuente: Elaboración propia

La pregunta 8 tenía una finalidad de identificar las áreas académicas que se les dificultaran a sus hijos y se identificó que las áreas con mayor necesidad para abordar son: Ciencias, inglés y matemáticas.

Figura 32.*Resultado pregunta 8*

8. Indica el área o las áreas académicas que más se le complican a tu hij@

26 respuestas



Fuente: Elaboración propia

La pregunta 9 tenía como función saber el nivel de dificultad para un padre buscando refuerzos académicos para sus hijos, las respuestas que sobre salen son un 37.8% de los que les parece fácil y otro 37.8% de los que les ha parecido difícil.

Figura 33.*Resultado pregunta 9*

9. ¿Cuál ha sido tu experiencia buscando un refuerzo académico externo para tu hijo?

45 respuestas



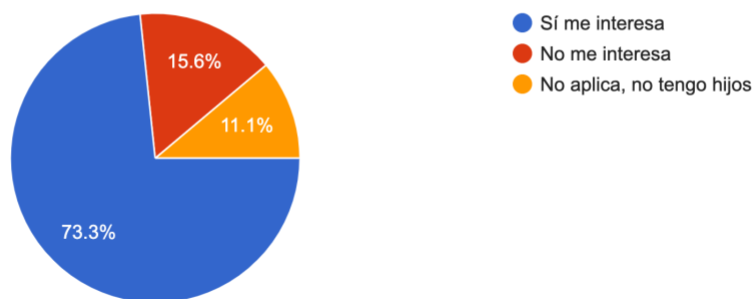
Fuente: Elaboración propia

La pregunta 10 permitió identificar a los padres que les interesa el servicio de los cuales un 73.3% si está interesado y un 15.6% no está interesado.

Figura 34.

Resultado pregunta 10

10. ¿Te interesa un servicio en el que tu hijo asista a refuerzos académicos enfocados en sus inteligencias múltiples con la finalidad de potenci... aprendizaje y motivarlo al momento de estudiar ?
45 respuestas



Fuente: Elaboración propia

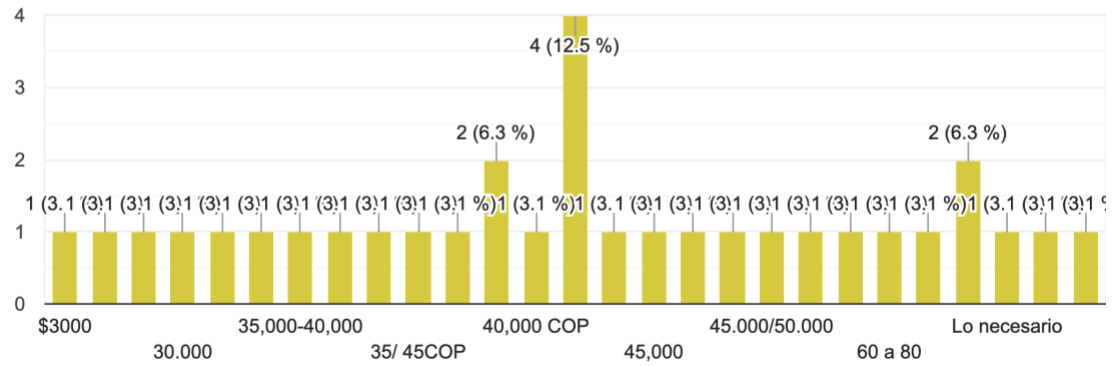
La pregunta 11 fue la última y su objetivo era conocer un aproximado de precios que pagarían los padres por un hora de refuerzos académicos. Este precio estimado se encuentra entre los 35.000 COP y 40.000 COP.

Figura 35.

Resultado pregunta 11

11. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una hora de estos refuerzos académicos?

32 respuestas



Fuente: Elaboración propia