



**UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS**

**FACULTAD DE NEGOCIOS**

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING  
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES  
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS DEL DEPORTE

**“Página web aprendo ABC”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Para optar el grado de bachiller en Administración y Marketing  
Para optar el grado de bachiller en Administración y Negocios Internacionales  
Para optar el grado de bachiller en Administración y Negocios del Deporte

**AUTOR(ES)**

Bernachea Atoc, Joel Ángel (0000-0002-3944-9310)  
Cerrón Pariona, Guillermo Crhisman (0000-0003-4018-0686)  
Tasayco Linares, Elsa María (0000-0002-4211-3690)  
Torres Rodríguez, Fiorella Ruddy (0000-0002-2536-659X)  
Valera Porras, Carlos Segundo (0000-0002-8220-9988)

**ASESOR**

Lizarzaburu Bolaños, Juan Carlos Orlando (0000-0001-6617-6162)

**Lima, 28 de noviembre de 2021**

**DEDICATORIA**

*A Dios, que guía nuestro camino, por darnos vida, salud y poder realizarnos como personas, a nuestros queridos padres quienes nos apoyaron en toda nuestra etapa universitaria, quienes nos brindaron todo su amor, comprensión y sobre todo su apoyo tanto emocional como económicamente. A nuestros profesores, por su paciencia, dedicación, esmero en enseñarnos y sobre todo por brindarnos su sabiduría para realizarnos como profesionales.*

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a nuestros padres, por impulsarnos a no rendirnos, por ser nuestra razón y motivo en el logro de nuestros objetivos, a nuestros maestros, que día a día velaron por nuestra educación y nos dieron un enfoque global de nuestro futuro profesional. A todos los padres de familia que participaron en este proyecto y nos proporcionaron información de suma importancia para condensar este proyecto. A nuestros amigos, quienes nos brindaron sus conocimientos, alegrías y ánimos de seguir aprendiendo en este largo camino de la vida. Para finalizar, agradecemos a la universidad por brindarnos las facilidades de aprender y motivarnos a querer mejorar como profesionales.

## RESUMEN

Desde la llegada del covid-19 surgieron grandes cambios para la sociedad, cuidarse y cuidar a nuestros familiares se hizo una prioridad en nuestra vida diaria. Ante ello surgieron distintas estrategias para que las personas no tengan que salir de casa y exponerse al virus, el trabajo en algunas empresas se modificó para que sea de forma remota, los negocios pasaron a ser virtuales y la educación paso ser dictada a distancia con distintos métodos, ya sea por televisión, radio o de forma virtual por distintas plataformas. El Ministerio de Educación desarrollo el programa “Aprendo en casa” con esta estrategia se pretendía que los alumnos tanto de nido, inicial, primaria y secundaria logren seguir sus estudios previos. Sin embargo, para los niños menores de siete años este método no sirvió porque ellos al ser pequeños y estar en pleno desarrollo tienden a distraerse con mayor facilidad y no logran retener la información a largo plazo. Es por ello, que nace la idea de “Aprendo ABC”, la cual tiene como principal objetivo dar solución a dicha problemática.

El proyecto de Aprendo ABC consiste en demostrar la viabilidad de crear una página web que brinde reforzamiento mediante juegos didácticos, en donde el niño aprenderá mientras juega, esto está dirigido a menores de 4 a 7 años de Lima Metropolitana. En el desarrollo de esta investigación se logró identificar que los niños no pueden llevar las clases de forma virtual sin un reforzamiento previo. Para obtener datos concisos se tuvo que segmentar, evaluar nuestros costos, quienes son nuestros competidores, nuestros socios clave, entre otros. Asimismo, el desarrollo del plan financiero nos permitió determinar con mayor exactitud si nuestro proyecto es factible y en cuanto tiempo recuperamos nuestra inversión.

Palabras clave: Aprendo ABC, reforzamiento, página web, viabilidad, juegos didácticos.

## ABSTRACT

Since the arrival of covid-19, great changes have arisen for society, taking care of ourselves and our relatives became a priority in our daily lives. Given this, different strategies emerged so that people do not have to leave home and be exposed to the virus, work in some companies was modified to be remote, businesses became virtual, and education happened to be dictated remotely with different methods, either by television, radio or virtually by different platforms. The Ministry of Education developed the program "I learn at home" with this strategy it was intended that students both nests, initial, primary, and secondary can continue their previous studies. However, for children under seven years of age this method did not work because they are small and in full development tend to be distracted more easily and fail to retain information in the long term. That is why the idea of "Aprendo ABC" was born, which has as its main objective to solve this problem.

The Aprendo ABC project consists of demonstrating the feasibility of creating a website that provides reinforcement through didactic games, where the child will learn while playing, this is aimed at children from 4 to 7 years of Metropolitan Lima. In the development of this research, it was possible to identify those children cannot take classes virtually without prior reinforcement. To obtain concise data we had to segment, evaluate our costs, who are our competitors, our key partners, among others. Also, the development of the financial plan allowed us to determine more accurately if our project is feasible and how long we recover our investment.

Keywords: I learn ABC, reinforcement, website, feasibility, didactic games.

**TABLA DE CONTENIDO**

1. FUNDAMENTOS INICIALES .....	1
1.1 Equipo de trabajo .....	1
1.2 BREVE DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO ESCOGIDA .....	3
2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA .....	5
2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver .....	5
2.2. Diseño y guía de entrevistas de exploración .....	8
2.3. Resultados Obtenidos .....	10
2.4 Análisis y aprendizajes (explicar cambios o pivots a realizar, de ser el caso).....	11
2.5. Sustentación de la validación del problema .....	13
3. VALUE PROPOSITION CANVAS .....	16
3.1 Perfil del cliente .....	16
3.2. Mapa de valor .....	19
3.3. Encaje.....	20
3.4. Descripción de la propuesta de valor .....	22
3.5. Identificación de elementos diferenciales (versus competidores).....	23
4. BUSINESS MODEL CANVAS.....	24
4.1. BMC Gráfico .....	24
4.2. Desarrollo y sustento de cuadrantes .....	25
5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN .....	29
5.1. Validación Técnica de la solución .....	29

5.1.1. Experimento 1.....	29
5.1.2. Experimento 2.....	34
5.1.3. Experimento 3.....	39
5.2. Validación de la experiencia del usuario.....	48
5.2.1. Experimento 1.....	48
5.2.2. Experimento 2.....	52
6. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO .....	59
6.1. Validación de canales.....	59
6.1.1. Experimento 1.....	59
6.1.2. Experimento 2.....	66
6.2. Validación de recursos clave.....	71
6.2.1. Experimento 1.....	71
6.2.2. Experimento 2.....	77
6.3. Validación de actividades clave .....	81
6.3.1. Experimento 1.....	81
6.4. Validación de socios clave.....	86
6.4.1. Experimento 1.....	86
6.4.2. Experimento 2.....	91
6.5. Validación de estructura de costos.....	98
6.5.1. Experimento 1.....	98

6.5.2. Experimento 2.....	105
7. PLAN DE EJECIÓN DEL CONCIERGE Y SIMULACIÓN DE VENTAS .....	113
7.1. Concierge 01 .....	113
7.2. Concierge 02 .....	124
7.3. Concierge 03 .....	131
7.4. Concierge 04 .....	137
7.5. Concierge 05 .....	144
7.6. Aprendizajes y conclusiones de los experimentos obtenidos .....	148
7.7. Estrategias de fidelización.....	150
8. PLAN DE FORMALIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO .....	150
9. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	151
9.1. Estructura organización .....	151
9.2. Regímenes a que se acoge la organización.....	152
9.3. Organigrama .....	154
9.4. Descripción de Perfil de Puesto .....	154
9.5. Cuadro de asignación de Personal.....	155
9.6. Cuadro de actividades.....	160
10. PLAN DE MARKETING.....	160
10.1. Producto / Servicio.....	160
10.2. Precio .....	161



10.3. Plaza .....	161
10.4. Mix Promocional .....	162
10.5. Presupuesto de Marketing y Ventas.....	163
11. PLAN DE OPERACIONES.....	164
11.1. Cadena de Valor .....	164
11.2. Mapa general de procesos.....	165
11.3. Flujograma de procesos .....	166
11.4. Presupuesto de operaciones .....	167
12. PLAN FINANCIERO .....	168
12.1. Proyección de ventas (ingresos) .....	168
12.2. Inversión inicial y presupuestos (egresos) .....	171
12.3. Flujo de caja .....	171
12.4. Indicadores financieros.....	173
12.5. Análisis financiero y viabilidad del proyecto.....	177
12.6. Financiamiento de distintas etapas del proyecto .....	179
13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	183
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	185

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Enlace de las Entrevistas Realizadas a los Usuarios - Validación del Problema .....	13
Tabla 2. Enlace de las Entrevistas Realizadas a los Expertos - Validación del Problema .....	15
Tabla 3. Guía de Preguntas Para la Entrevista con el Ingeniero de Sistemas - Experimento 1.....	29
Tabla 4. Bitácora de Actividades Experimento 1 - Validación de la Solución .....	30
Tabla 5. Malla Receptora Experimento 1 - Validación de la Solución.....	32
Tabla 6. Guía de Preguntas para la Entrevista con el Programador Digital – Experimento 2.....	35
Tabla 7. Bitácora de Actividades Experimento 2 - Validación de la Solución .....	36
Tabla 8. Malla Receptora Experimento 2 - Validación de la Solución.....	37
Tabla 9. Guía de Preguntas para la Entrevista con Expertos Docentes - Experimento 3.....	40
Tabla 10. Bitácora de Actividades Experimento 3 - Validación de la Solución .....	41
Tabla 11. Malla Receptora Experimento 3 - Validación de la Solución.....	43
Tabla 12. Expertos entrevistados en Experimento 3 - Validación de la Solución .....	47
Tabla 13. Guía de Preguntas para Entrevista con los Usuarios - Experimento 1 .....	48
Tabla 14. Bitácora de Actividades Experimento 1 - Validación de la Experiencia del Usuario .....	49
Tabla 15. Malla Receptora Experimento 1 - Validación de la Experiencia del Usuario .....	50
Tabla 16. Guía de Preguntas para la Entrevista con los Usuarios - Experimento 1 .....	53
Tabla 17. Bitácora de Actividades Experimento 2 - Validación de Experiencia del Usuario .....	53
Tabla 18. Malla Receptora Experimento 2 - Validación de la Experiencia del Usuario .....	55
Tabla 19. Bitácora de Actividades Experimento 1 - Validación de Canales .....	60

Tabla 20. Malla Receptora Experimento 1 - Validación de Canales.....	61
Tabla 21. Bitácora de Actividades Experimento 2 - Validación de Canales .....	67
Tabla 22. Malla Receptora Experimento 2 - Validación de Canales.....	68
Tabla 23. Guía de Preguntas para la Entrevista con los Expertos – Experimento 1.....	72
Tabla 24. Bitácora de Actividades Experimento 1 - Validación de Recursos Clave.....	72
Tabla 25. Malla Receptora Experimento 1 - Validación de Recursos Clave .....	74
Tabla 26. Enlace de las Entrevistas Realizadas a Expertos Docentes - Experimento 1 .....	77
Tabla 27. Bitácora de Actividades Experimento 2 - Validación de Recursos Clave.....	77
Tabla 28. Malla Receptora Experimento 2 - Validación de Recursos Clave .....	78
Tabla 29. Guía de Preguntas para Entrevistar al Experto Programador – Experimento 1.....	82
Tabla 30. Bitácora de Actividades Experimento 1 - Validación de Actividades Clave.....	82
Tabla 31. Malla Receptora Experimento 1 - Validación de Actividades Clave .....	83
Tabla 32. Bitácora de Actividades Experimento 1 - Validación de Socios Clave .....	87
Tabla 33. Malla Receptora Experimento 1 - Validación de Socios Clave .....	88
Tabla 34. Guía de Preguntas para la Entrevista con los Expertos Docentes – Experimento 2 .....	92
Tabla 35. Bitácora de Actividades Experimento 2 - Validación de Socios Clave .....	93
Tabla 36. Malla Receptora Experimento 2 - Validación de Socios Clave .....	94
Tabla 37. Enlace de las Entrevistas Realizadas a los Expertos Docentes - Experimento 2.....	97
Tabla 38. Bitácora de Actividades Experimento 1 - Validación de Estructura de Costos .....	98
Tabla 39. Estructura de Costos.....	100

Tabla 40. Malla Receptora Experimento 1 - Validación de Estructura de Costos.....	102
Tabla 41. Bitácora de Actividades Experimento 2 - Validación de Estructura de Costos .....	106
Tabla 42. Malla Receptora Experimento 2 - Validación de Estructura de Costos.....	108
Tabla 43. Bitácora de Actividades Concierge 01 .....	114
Tabla 44. Malla Receptora Concierge 01 .....	116
Tabla 45. Bitácora de Actividades del Concierge 02 .....	125
Tabla 46. Malla Receptora del Concierge 02 .....	126
Tabla 47. Bitácora de Actividades del Concierge 03 .....	132
Tabla 48. Malla Receptora del Concierge 03 .....	133
Tabla 49. Bitácora de Actividades del Concierge 04 .....	137
Tabla 50. Malla Receptora del Concierge 04 .....	139
Tabla 51. Bitácora de Actividades del Concierge 05 .....	145
Tabla 52. Malla Receptora del Concierge 05 .....	145
Tabla 53. Regímenes que se acoge la organización .....	152
Tabla 54. Aportes que realiza la organización .....	153
Tabla 55. Cuadro de asignación de personal .....	156
Tabla 56. Personal año 01 .....	157
Tabla 57. Personal año 02 .....	157
Tabla 58. Personal año 03 .....	158
Tabla 59. Sueldo neto para pagar - gerencia .....	158

Tabla 60. Sueldo neto a pagar atención al cliente .....	159
Tabla 61. Servicio de contabilidad .....	159
Tabla 62. Practicante de marketing .....	159
Tabla 63. Costos totales de Recursos Humanos .....	160
Tabla 64. Cronograma de Actividades .....	160
Tabla 65. Cronograma de actividades distribuido en 3 etapas.....	162
Tabla 66. Año 01.....	163
Tabla 67. Año 02.....	163
Tabla 68. Año 03.....	164
Tabla 69. Gastos Operativos .....	168
Tabla 70. Resumen de intenciones de compra y compras de la suscripción.....	169
Tabla 71. Variaciones promedio de las ventas.....	170
Tabla 72. Proyección de ventas anuales .....	170
Tabla 73. Gastos preoperativos para el mes 0, expresado en soles .....	171
Tabla 74. Gastos de constitución de la empresa .....	171
Tabla 75. Flujo de caja anual expresado en soles para los años 1, 2 y 3 .....	172
Tabla 76. Flujo de Caja del Accionista .....	173
Tabla 77. Capital de Trabajo Neto de Aprendo ABC año 1 .....	173
Tabla 78. Estado de Situación financiera 2022 .....	174
Tabla 79. Estado de Situación financiera 2023 .....	175

Tabla 80. Estado de Situación financiera 2024 .....	176
Tabla 81. Estado de Resultados de los años 2022, 2023 y 2024.....	177
Tabla 82. VAN actual del proyecto.....	178
Tabla 83. Cálculo del COK Aprendo ABC .....	178
Tabla 84. Payback del proyecto .....	179
Tabla 85. Inversión inicial y aporte de capital por cada miembro .....	180
Tabla 86. Cronograma de préstamo bancario a solicitar a BBVA .....	182

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Perfil del Cliente “Aprendo ABC” .....	17
<i>Figura 2.</i> Mapa de Valor “Aprendo ABC” .....	19
<i>Figura 3.</i> Encaje del Modelo de Negocio “Aprendo ABC” .....	20
<i>Figura 4.</i> Business Model Canvas “Aprendo ABC” .....	24
<i>Figura 5.</i> Anuncios Promocionados en Facebook de Aprendo ABC.....	66
<i>Figura 6.</i> Resultados Obtenidos por Publicidad en Facebook .....	66
<i>Figura 7.</i> Bandeja de Mensajes en Facebook de Aprendo ABC. ....	70
<i>Figura 9.</i> Publicaciones de Reclutamiento de Docentes en la Página de Facebook Aprendo ABC... 90	90
<i>Figura 10.</i> Publicaciones de Reclutamiento de Programador en el de Facebook Aprendo ABC.....	91
<i>Figura 11.</i> Inversión realizada en la Publicidad de la Página de Facebook de Aprendo ABC .....	112
<i>Figura 12.</i> Embudo de conversión del experimento.....	118
<i>Figura 13.</i> Resultados de métricas por Facebook.....	122
<i>Figura 14.</i> Relación de datos de registro .....	123
<i>Figura 15.</i> Relación de datos de registro .....	123
<i>Figura 16.</i> Analíticas web .....	124
<i>Figura 17.</i> Publicación de la promoción 2x1 de Aprendo ABC.....	130
<i>Figura 18.</i> Registros de correos por la publicación.....	136
<i>Figura 19.</i> Publicación formato video a través de Facebook.....	137
<i>Figura 20.</i> Boletín informativo .....	142
<i>Figura 21.</i> Envío de boletín informativo a las 60 personas interesadas .....	143

<i>Figura 22.</i> Relación de pago para suscripciones de un mes .	144
<i>Figura 23.</i> Publicación de Facebook.....	148
<i>Figura 24.</i> Organigrama de la organización .....	154
<i>Figura 25.</i> Cadena de Valor de Aprendo ABC .....	165
<i>Figura 26.</i> Mapa de procesos de Aprendo ABC .....	166
<i>Figura 27.</i> Flujograma .....	167
<i>Figura 28.</i> Resultado de búsqueda de Beta Apalancada y no apalancada Colegios Peruanos SA-Perú. .....	179
<i>Figura 29.</i> Información de programa StartUPC.....	181
<i>Figura 30.</i> Tasas Activas Anuales de las Operaciones en Moneda Nacional Realizadas en los Últimos 30 Días Útiles Por Tipo de Crédito al 15/11/2021.....	182
<i>Figura 31.</i> Mock up del Experimento 1.....	216
<i>Figura 32.</i> Mock up del experimento 2 .....	217
<i>Figura 33.</i> Instagram de Aprendo ABC.....	218
<i>Figura 34.</i> Resultados obtenidos en Facebook con publicidad.....	219
<i>Figura 35.</i> Rango de edades que visualizaron los anuncios mediante Facebook. ....	220



## **1. FUNDAMENTOS INICIALES**

### **1.1 Equipo de trabajo**

#### **Descripción de funciones y roles a asumir por cada integrante**

##### **Bernachea Atoc, Joel Ángel**

Alumno de décimo ciclo de la carrera de Administración y Negocios Internacionales en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Entre mis cualidades resalta la escucha activa, el orden, la empatía, el pensamiento analítico y la toma de decisiones. Durante la puesta en marcha del proyecto estaré encargado de administrar el desarrollo evolutivo de la página web, estructurando y verificando que tenga el diseño más amigable para los usuarios.

##### **Cerrón Pariona, Guillermo Crhisman**

Estudiante de décimo ciclo de la carrera de Administración y Negocios del Deporte en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), con mención en Marketing Estratégico. Me defino como una persona perseverante, analítica, de rápida adaptabilidad orientado a resultados con objetivos y retos medibles. Con apego a las habilidades blandas y de comunicación. Con apego e interés en la industria deportiva y poder profesionalizar más disciplinas deportivas en nuestro país. Sin embargo, el proyecto que se está realizando presenta un concepto de apoyo educacional a los niños que es atractivo y presenta potencial para lograr concretarse en el mercado. En el siguiente proyecto me encontraré encargado del área de contabilidad, en la cual tendré la obligación de contratar personal que brinde soporte en los registros contables de la empresa. De esta manera, a través de la elaboración de cuadros contables podremos apreciar la rentabilidad y el flujo económico de la empresa. Esto nos permitirá tomar decisiones en conjunto con las otras áreas para que este proyecto logre el éxito deseado.

**Tasayco Linares, Elsa María**

Estudiante de décimo ciclo de la carrera de Administración y Marketing en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), con mención en Marketing Digital. Cuento con experiencia en el área de administración y manejo de redes sociales. Dentro de mis cualidades se encuentra la empatía, creatividad, adaptación al cambio y la disposición al aprendizaje. Me encuentro interesada en participar de proyectos digitales innovadores que impacten de manera positiva en la educación del país. Es por ello que dentro de la puesta en marcha del proyecto me encargaré de elaborar e implementar el plan de marketing del proyecto, incluyendo el manejo de redes sociales, y el monitoreo constante del desarrollo y mejoras de los planes de juegos educativos.

**Torres Rodríguez, Fiorella Ruddy**

Estudiante de décimo ciclo de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Me destaco por ser una persona perseverante, empática, siempre a disposición de ayudar a los demás y sobre todo saber escuchar. Además, me considero una persona que siempre le gusta aprender cosas nuevas, ya sean idiomas o capacitarme en algún curso, me gustan los nuevos retos y aprender cada día. Es este proyecto estaré encargada del área de ventas y el manejo de datos para atraer nuevos clientes, asimismo, ayudare en el área de marketing.

**Valera Porras, Carlos Segundo**

Estudiante de décimo ciclo de la carrera de Administración y Negocios del Deporte de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), con mención en Marketing Digital. Me considero una persona perseverante, analista, estudioso, empático y con disposición de adquirir nuevos aprendizajes y experiencias. Me interesa mucho el deporte y mis ganas de sacarlo adelante en mi país. Sin embargo, el proyecto que se está poniendo en marcha me parece una idea interesante y con buen potencial de salir

adelante. En el proyecto estaré encargado en el área de recursos humanos, donde mi obligación es conseguir personas con experiencia y capacitadas en el rubro para que el emprendimiento sea todo un éxito.

## **1.2 BREVE DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO ESCOGIDA**

El COVID-19 ha generado diversos cambios en la sociedad a esto le sumamos el inicio de las clases no presenciales. Desde el 2020 se viene aplicando esta modalidad virtual, al inicio las estrategias que se emplearon para realizar este tipo de cambio no fueron del todo satisfactorias, ya que existieron diversos problemas con la enseñanza. Sin embargo, el gobierno para no perjudicar la enseñanza propuso una estrategia de “Aprendo en casa”, el cual estuvo destinada para los colegios públicos, y la educación virtual por parte de los colegios privados. Los padres no se sienten del todo satisfechos puesto que, creen que la educación no es igual y que existen muchas brechas para lograr que esta estrategia continúe. Esta idea de negocio nace con la necesidad de mejorar la educación de los niños a temprana edad, así como ayudarlos a estimular su comprensión mediante juegos didácticos, que ayudaran que su aprendizaje no se vea afectado por las clases virtuales.

Esta plataforma es un alivio para los padres de familia que lidian con el reto de la enseñanza en casa de sus pequeños, hacer los deberes del hogar y el home office; es una manera de aprender jugando para los niños que los mantendrá ocupados mientras practican las lecciones del colegio. Se caracteriza por emplear una metodología de aprendizaje en juego, los temas a tratar se enseñarán a modo a través de pequeños juegos didácticos que combinan las lecciones especialmente diseñadas para cada nivel en base a los objetivos de aprendizaje, será fácil de usar y se enviará un reporte a los padres cada semana para que puedan revisar los intereses, las áreas que mejor dominan los niños y las que no. La aplicación será entretenida para los niños, que sentirán que están jugando, pero también están reforzando lo que

se les enseña en clase. Se utilizarán algoritmos que sugieran juegos a los niños basados en el diagnóstico de las necesidades de cada niño.

Tal como se indica, las Tecnologías de información y comunicación (TIC), son herramientas con impacto positivo para la educación inicial pues

Las TIC no pueden desvincularse del desarrollo de los aprendizajes en la educación inicial pues es indudable la atracción experimentada por los niños y niñas ante la tecnología, lo colorido, el audio y video de los proyectos multimedia infantiles, a tal efecto, plantear el aspecto lúdico y usar las TIC para el desarrollo de la lecto-escritura, el primer encuentro con las letras, sonidos de las mismas, así como el desenvolvimiento motriz a través del aprendizaje condicionado, conductista, por ensayo y error – en un principio, y posteriormente por interacción con los demás niños y niñas, es una realidad no susceptible de ser desechada a priori. (Moreno, 2021)

Son parte del cambio para mejor en la educación y el desarrollo de los niños, por lo que el buen uso de estas herramientas, con un mediador, representará una oportunidad para que los más pequeños puedan desarrollar esas capacidades con la ayuda de plataformas educativas que se elaboran con la finalidad de mejorar y ayudar al niño en su educación.

Asimismo, es fundamental que los niños a temprana edad se familiaricen con la TIC, ya que ayuda al proceso de adaptación.

En la educación inicial las TIC son una herramienta pedagógica muy importante ya que ayudan a que los niños y niñas se familiaricen con la tecnología y permiten dinamizar e innovar en el proceso de enseñanza aprendizaje por medio de clases interactivas agradables que contribuyen a su desarrollo integral, existen muchos tipos de programas disponibles para este fin , pero lo más

importante es proporcionarles a los niños y niñas aquellos de carácter educativo y que les enseñe sobre temas de su interés como ciencia y ficción, narración de cuentos, temas de familia, juegos de relación y coordinación y cada uno de los temas que hagan parte del currículo. (Luna. A, 2020)

## **2. VALIDACIÓN DEL PROBLEMA**

### **2.1. Breve explicación del problema que se espera resolver**

Debido a la cuarentena que se originó por la aparición del COVID-19 en el Perú y a nivel mundial, las clases presenciales tuvieron que cambiar a la modalidad virtual; esto representa un gran reto para los profesores, padres de familia y alumnos. Poco a poco se ha adaptado y mejorado respecto a la nueva modalidad, sin embargo, diversos factores implican que el aprendizaje de los niños se vea afectado negativamente. Dentro de estos factores se encuentra el que los niños en edad temprana pierden la concentración de manera más rápida, ya sea por la bulla de su entorno, el cruce de horarios de los padres en su trabajo, tareas del hogar y las clases de los niños o porque las clases no son tan didácticas como las presenciales y la no obligatoriedad de asistir a clases en los niños de inicial. Para los padres de familia, quienes ahora también ejercen la función de profesores para sus pequeños, se les complica atender todas las actividades del día, los niños demandan tiempo, las tareas del hogar y el horario de trabajo, que ahora es desde casa, saturan el día a día y la preocupación porque sus hijos realmente estén aprendiendo los estresa.

La sociedad se ha visto sometida a este repentino cambio y los padres de niños en edad inicial se enfrentan a diversos problemas y dudas como la no obligatoriedad del nivel, los conceptos errados con respecto a las actividades lúdicas, la falta de conocimiento en el manejo de las TIC, entre otros. (Naranjo, 2020)

Bajo esta premisa es notorio que el cambio de modalidad de enseñanza trae consigo diversos retos a los que se tiene que hacer frente, entre ellos el que genera mayor controversia es el hecho de no ser necesario llevar el nivel inicial siendo este una de las etapas más importantes en los niños en los que se desarrollan y aprenden tanto conocimientos, como habilidades y comportamientos. En otras palabras,

La atención y educación de la primera infancia (AEPI) no solo contribuye a preparar a los niños desde la escuela primaria. Se trata de un objetivo de desarrollo holístico de las necesidades sociales, emocionales, cognitivas y físicas del niño, con miras a crear los cimientos amplios y sólidos de su bienestar y de su aprendizaje a lo largo de toda la vida. La AEPI tiene el potencial de forjar a los ciudadanos abiertos, capaces y responsables del futuro. (UNESCO, 2017)

Ante este hecho, también se presenta que, en el Perú, según MINEDU, en el año 2020 se trasladaron 337,870 estudiantes de instituciones educativas privadas a públicas; cabe recalcar que en el sector de educación pública los profesores no cuentan con todos los recursos para ofrecer una enseñanza de calidad o que equipare a la modalidad presencial, pues para los profesores,

El uso de una computadora o laptop en casa se encuentra significativamente limitado si es que no se cuenta con conexión a internet en casa. Lamentablemente, por lo menos hasta el 2018, el 40% de docentes de educación básica regular en nuestro país carecía de una conexión a internet desde su casa. Esta situación aumentaba a casi 60% entre docentes rurales y alrededor de 50% entre los docentes de instituciones educativas públicas. (Escuela de Gobierno y Políticas Públicas, 2020)

Estas condiciones afectan directamente en la calidad de enseñanza que se brinda a los niños, por lo que el papel de los padres es muy importante para asegurar que se dé una correcta y efectiva enseñanza. Además, el hecho de que se trasladen a escuelas públicas se da porque con la cuarentena muchos hogares sufrieron cortes de ingreso, por lo que la economía era un aspecto de alta importancia que se debe de cuidar. Asimismo, esto es un gran reto para los padres, quienes luchan día a día para mantener sus ingresos a través de diversos trabajos que consumen de su tiempo.

Aunque muchos han trasladado su trabajo al *home office*, otros se han quedado sin empleo. Además de tener que buscar distintas formas de seguir generando ingresos, también han tenido que hacerse cargo de la educación de los más pequeños. (Plan International Perú, 2021)

Para los padres resulta complicado e incluso un poco estresante el tener que arreglar horas del día para atender diversas tareas del hogar, hijos y trabajo; con la pandemia esto aumenta y no siempre pueden estar pendientes de las tareas de los niños o acompañándolos en clases. Además, el apoyo que se les brinda, a pesar de que se establecen buenos lazos padre hijo, no es el mismo que una profesional que estudió una carrera enfocada en la enseñanza y que tiene la experiencia necesaria para lograr una buena clase.

**Hipótesis:**

- Los padres de familia se encuentran preocupados por la nueva modalidad de enseñanza pues consideran que es menos efectiva que la presencial y ello representa un retraso en el aprendizaje para sus hijos.
- Los padres de familia se ven altamente estresados por las diferentes tareas que deben de realizar en el día y no pueden manejarlo como ellos quisieran.
- Las clases virtuales no son tan dinámicas como las presenciales y ello implica que los alumnos pierdan un poco el interés en las lecciones.

- Una Plataforma online educativa será bien aceptada por los padres como los niños, para ayudar en el reforzamiento de aprendizajes.

## **2.2. Diseño y guía de entrevistas de exploración**

### **Entrevistas a público objetivo**

#### Padres de familia

Cliente: Padres de familia de niños en etapa escolar del nivel inicial, que trabajan presencialmente o home office y que estén altamente interesados en la educación inicial de sus hijos.

#### Preguntas generales

- Cuéntanos sobre tu rutina diaria cuando tienes trabajo y escuela de los niños
- ¿Cómo has sobrellevado el cambio de clases de tu niño de un ambiente físico a uno virtual?
- ¿Consideras que el aprendizaje de tu hijo es mejor virtual que presencial?
- ¿Considera que los profesores están bien capacitados para enseñar de forma online?
- ¿Manejas algún tipo de supervisión respecto a las apps instaladas en el teléfono de tu hijo?
- ¿Cree que es necesario reforzar el aprendizaje de su hijo o considera que es suficiente **con las clases online?**

#### **Preguntas específicas**

- ¿Has considerado motivar el estudio de tu hijo fuera del horario de clases habitual?
- ¿Conoces métodos didácticos para impulsar el aprendizaje de tus hijos?
- ¿Consideras que tu hijo desarrolla un aprendizaje a largo plazo?
- ¿Considera que las clases en línea no son suficientes para el aprendizaje de su hijo y qué métodos emplearía o emplea para mejorar la calidad educativa?
- ¿Como supervisa el aprendizaje de su niño, tiene algún método en específico?



- ¿Cree usted que es fundamental desarrollar hábitos de estudio, respecto a las horas de aprendizaje?

### **Entrevista a expertos**

Se realizará la entrevista a cinco docentes del nivel inicial para que puedan orientar acerca de las dificultades y nuevas experiencias que se originaron tras el cambio de la modalidad de enseñanza presencial a virtual con el nivel inicial, los métodos que aplican para contrarrestar los aspectos no positivos y las observaciones que tienen al respecto.

Buenas tardes, muchas gracias por brindarnos uno minutos de su tiempo para realizar esta entrevista. Cabe recalcar que esta es de carácter académico, por lo que la información será utilizada para validar hipótesis sobre la problemática del cambio de modalidad de enseñanza presencial-virtual. Por favor, podría realizar una breve presentación de su persona y experiencia en el campo, para luego proceder con la entrevista.

### **Preguntas Generales**

- ¿Cómo ha cambiado la manera de enseñar y aprender con la implementación de clases virtuales para los niños?
- ¿Cuáles son los mayores retos que afronta para que se logren los objetivos de aprendizaje de cada clase?
- ¿Qué aspectos positivos ha traído la nueva modalidad de clases virtuales para usted como profesora de niños de inicial?
- ¿Qué aspectos negativos ha traído la nueva modalidad de clases virtuales para usted como profesora de niños de inicial?
- ¿Cuáles son los temas más relevantes para enseñar a los niños de inicial?

### Preguntas Específicas

- ¿Cómo afecta el hecho que los padres de familia estén presentes en las clases?
- ¿Cómo logra captar la atención de niños en edades tan tempranas?
- ¿Qué tan influyente es el apoyo de los padres para el aprendizaje virtual de los niños?
- ¿Qué técnicas/estrategias se emplea para captar la atención de los alumnos?
- ¿Cuán positiva en su opinión respecto de las aplicaciones que refuerzan el aprendizaje vía online? ¿Qué aspectos considera positivos y negativos?
- ¿Cuánto tiempo lleva crear una clase para niños de inicial?
- ¿En qué se basan para crear los planes de enseñanza para los alumnos?

### **2.3. Resultados Obtenidos**

En cuanto a los usuarios, los padres de familia argumentan que la educación de sus hijos ha sufrido grandes cambios, esto se debe a que la enseñanza paso a ser dictada de forma virtual. Ellos comentan que los niños necesitan interactuar con sus maestros y sus compañeros para desarrollar habilidades sociales que les permita desenvolverse por sí mismos. Además, de que necesitan ser supervisados por alguien que les brinde retroalimentación de sus aprendizajes o de su progreso escolar. Los niños al ser de una edad temprana tienden a tener dificultades para prestar atención, por lo que es necesario que alguien los acompañe en cada clase que ellos realicen. Además, requieren que los maestros estén bien capacitados para que no exista diferencia si la enseñanza es virtual o presencial. Los padres comentan que al inicio algunos profesores no estaban bien capacitados para dictar clases online, esto se debía a que era la primera vez que esto ocurría y les tomo tiempo para adaptarse a los cambios.

Por el lado de los expertos, estos nos indican que el cambio de modalidad de enseñanza ha generado una brecha de aprendizaje en los niños de temprana edad, que corresponden al nivel inicial. En esta etapa lo más importante es desarrollar habilidades sociales sin dejar de lado los conocimientos y habilidades básicas para interactuar día a día. Debido a que las clases se dan desde casa, los niños tienen

muchos elementos distractores tales como la bulla del hogar, el padre presionando a los niños para que presten atención o cuando respondes por ellos, el estado de ánimo, mala conexión de internet y cruces de horario de trabajo de los padres y clases de los niños. De por sí captar la atención de los pequeños es complicado y dado que no se tiene el mismo control del ambiente como en clases presenciales, en diversas ocasiones se pierde la ilación de la clase y esta no se puede concluir satisfactoriamente.

Respecto a la participación del padre, esta se ha incrementado y muestra más interés de parte de ellos para que los niños realmente aprendan, por lo que su apoyo, sin realizar o presionar a los niños, es muy efectivo; la comunicación e informe de los niños es muy importante para los padres pues de esta manera buscan entender que necesitan los niños para entender mejor los temas. Finalmente, es muy importante realizar el monitoreo de los niños puesto que en base a las necesidades que se presenten el plan de enseñanza se adaptará de manera que no se sature a los alumnos y lo que se les enseñe realmente lo aprendan.

## **2.4 Análisis y aprendizajes**

### **2.4.1 Análisis**

Los padres de familia consideran que es necesario realizar un reforzamiento para que sus hijos puedan alcanzar de manera completa los objetivos de aprendizaje, por lo que además de las clases virtuales suelen contratar a un profesor para que refuerce los temas.

Los padres de familia consideran que es necesario establecer hábitos de estudios para que los niños desarrollen habilidades lingüísticas, que comprende memorizar y prestar atención a lo que se quiere aprender. Además, esto ayuda a que se promuevan valores como la disciplina y constancia.

Debido a que los padres quieren que sus hijos tengan buen desempeño en su proceso de aprendizaje, estos consideran que un refuerzo es muy necesario para que se alcance o nivele en nivel que se tenía en la modalidad presencial, pues esto de alguna manera brinda la seguridad de que sus pequeños realmente podrán entender lo que se les enseña.

### **2.4.2 Aprendizajes**

Usualmente se considera que los conocimientos matemáticos y de comunicación son lo más importante en la educación inicial de los niños, sin embargo, la parte de los valores y habilidades sociales son las que ayudarán a que el desarrollo de los niños en el futuro sea más exitoso, por ello se planea incorporar dentro de los juegos didácticos los valores humanos.

En el contexto de la pandemia, los padres de familia han podido establecer lazos con los niños en el aspecto emocional, sin embargo, reconocen que la labor de un profesor es ardua y ello implica realizar y aplicar técnicas de enseñanzas que muy a pesar de los papás estos no conocen, o si conocen son muy limitadas, de manera que sienten que el apoyo que se le da a los niños no es completo y esto impacta en su proceso de aprendizaje. Por ellos suelen preferir profesores particulares para los hijos ya que consideran que es una manera más personalizada y efectiva de ayudar.

Asimismo, los padres de familia están en completa disposición de aplicar nuevos métodos de reforzamiento a sus hijos, siempre que ellos noten que sus niños están aprendiendo de forma segura y constante, reforzando aquellos temas que no se han logrado comprender de las clases virtuales.

Para la elaboración de la plataforma, es necesario tener en cuenta que los padres compararán los precios con el gasto que generan en contratar profesores particulares. Además, dado que los padres también van a interactuar con la plataforma, se considera adecuado ser una web, que tiene mayor acceso desde diversos dispositivos. Finalmente, la propuesta de la plataforma resulta atractiva para los colegios particulares, puesto que estos consideran implementar modelos tecnológicos en sus planes y métodos de enseñanza.

### **2.4.3 Cambios o Pívots**

Dentro de los cambios a implementar se encuentran el agregar temas relacionados con valores, ya sea combinar los temas de conocimiento y valores humanos en un juego de aprendizaje o un área en

específico. Asimismo, se podría agregar la opción de que los padres seleccionen los temas a practicar para los niños.

Otro de los cambios a realizar es diseñar temas didácticos que ayuden al niño a familiarizarse con la plataforma, que incluyan personajes y que sean prácticos, así no se sientan obligados y la vean como un método divertido de aprendizaje.

Finalmente, se opta por una página web y no una aplicación pues de esta manera será más fácil que se pueda acceder desde cualquier dispositivo sin consumir espacio en el celular o Tablet, así también da oportunidad a que no se tenga que compartir los dispositivos con los niños y evitar situaciones en las que se pueda.

## 2.5. Sustentación de la validación del problema

Cada entrevista realizada a los participantes de los segmentos de padres de familia y expertos fue grabada, la lista se dividirá en usuarios y expertos.

### 2.5.1 Entrevistas a usuarios

A continuación, se muestra la lista de los 20 usuarios entrevistados que pertenecen al segmento de padres de familia, del nivel socioeconómico A, B y C, de niños en edad escolar de etapa inicial que realizan clases virtuales.

Tabla 1. *Enlace de las Entrevistas Realizadas a los Usuarios - Validación del Problema*

Nombre del entrevistado	Enlace del video
Jessenia Aranda	<a href="https://drive.google.com/file/d/1Mu0ix5pUbZK1lthf4OhPDRMzpj0vE1Gc/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1Mu0ix5pUbZK1lthf4OhPDRMzpj0vE1Gc/view?usp=sharing</a>
Marilyn Rodríguez Romani	<a href="https://drive.google.com/file/d/186PmY-ixYenKl90hc9E1GB8JITPtc/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/186PmY-ixYenKl90hc9E1GB8JITPtc/view?usp=sharing</a>

Patricia Llagas Rodríguez	<a href="https://drive.google.com/file/d/1kr1oq998uW3TCnnYjvm4Bo4ZqB1fyiiW/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1kr1oq998uW3TCnnYjvm4Bo4ZqB1fyiiW/view?usp=sharing</a>
Paola Villegas Rodríguez	<a href="https://drive.google.com/file/d/1Ewb41Ky_PBG MzOg5wM0ZkijcTEDIdLS/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1Ewb41Ky_PBG MzOg5wM0ZkijcTEDIdLS/view?usp=sharing</a>
Alexandra Rivas Farfán	<a href="https://drive.google.com/file/d/195HmqHSPEVW3OIq4SLGF957vUcTp5dVp/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/195HmqHSPEVW3OIq4SLGF957vUcTp5dVp/view?usp=sharing</a>
Edith De La Cruz	<a href="https://drive.google.com/file/d/1f8ZCk0PRbk55EkI4gndq-d5HEK5AJOKA/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1f8ZCk0PRbk55EkI4gndq-d5HEK5AJOKA/view?usp=sharing</a>
Cristina Suero Salcedo	<a href="https://drive.google.com/file/d/1f8ZCk0PRbk55EkI4gndq-d5HEK5AJOKA/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1f8ZCk0PRbk55EkI4gndq-d5HEK5AJOKA/view?usp=sharing</a>
Evelyn Ravino	<a href="https://drive.google.com/file/d/1Q0W-WK1Gnlz9qVBDYTurrP2Ph2w2dqQp/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1Q0W-WK1Gnlz9qVBDYTurrP2Ph2w2dqQp/view?usp=sharing</a>
Katherine Aquino	<a href="https://drive.google.com/file/d/1nzmhPfpomPlewBo9oFXi7HrN0U8NRO9B/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1nzmhPfpomPlewBo9oFXi7HrN0U8NRO9B/view?usp=sharing</a>
Antonia Rica Gonzales	<a href="https://drive.google.com/file/d/1oDGuarWF4XqawyRehzZj1-lmnqci7t/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1oDGuarWF4XqawyRehzZj1-lmnqci7t/view?usp=sharing</a>
Paola Tapia	<a href="https://drive.google.com/file/d/1zdFfdpzZgxdzkX79TCJEXb5JNHRGJOow/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1zdFfdpzZgxdzkX79TCJEXb5JNHRGJOow/view?usp=sharing</a>
Thalía Vera	<a href="https://drive.google.com/file/d/1qK6jlJOOhdy1C08bPcSmRudRtWCF6Gqh/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1qK6jlJOOhdy1C08bPcSmRudRtWCF6Gqh/view?usp=sharing</a>
Miluska Almendrades	<a href="https://drive.google.com/file/d/1hplsZq1BZuH_NQP-AdNv2RQtqGYfx7va/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1hplsZq1BZuH_NQP-AdNv2RQtqGYfx7va/view?usp=sharing</a>

Milagros Valera	<a href="https://drive.google.com/file/d/1qQd4e4Tt4In84pQ2_VSvitBY-0jxIR3h/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1qQd4e4Tt4In84pQ2_VSvitBY-0jxIR3h/view?usp=sharing</a>
Harumi Kamichi	<a href="https://drive.google.com/file/d/10IV6PmmOT_SoxZilzaLqLK4BqxnF_Zcp/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/10IV6PmmOT_SoxZilzaLqLK4BqxnF_Zcp/view?usp=sharing</a>
Raúl Rojas	<a href="https://drive.google.com/file/d/1K0zKQKWAi0QsAk1fX2b45CGkQFv07pqW/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1K0zKQKWAi0QsAk1fX2b45CGkQFv07pqW/view?usp=sharing</a>
Andrea Mendoza	<a href="https://drive.google.com/file/d/117MmAvZIHgc0U4HujgQIMr32UEHRVi3k/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/117MmAvZIHgc0U4HujgQIMr32UEHRVi3k/view?usp=sharing</a>
Consuelo Cano	<a href="https://drive.google.com/file/d/1yLvXKH7axLdHwfubVQNxDLgW43Ke0/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1yLvXKH7axLdHwfubVQNxDLgW43Ke0/view?usp=sharing</a>
Brigitte Soto	<a href="https://drive.google.com/file/d/11SQ9DcjAQZux-jJNSoehyp3F5HxtTZ-/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/11SQ9DcjAQZux-jJNSoehyp3F5HxtTZ-/view?usp=sharing</a>

*Nota.* En la tabla se muestra los links de cada entrevista realizada a cada usuario. Elaboración Propia. 2021.

### 2.5.2 Entrevistas a Expertos

A continuación, se muestra el listado de los 5 expertos entrevistados, quienes son docentes del nivel inicial y manejan centros educativos, que validan el problema según las áreas de expertos.

Tabla 2. *Enlace de las Entrevistas Realizadas a los Expertos - Validación del Problema*

<b>Nombre del entrevistado</b>	<b>Enlace del video</b>
Elsa Linares Casas	<a href="https://drive.google.com/file/d/1SdHlqcrzy1DHCPxSxTmUHqkEOGeeXQiO/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1SdHlqcrzy1DHCPxSxTmUHqkEOGeeXQiO/view?usp=sharing</a>

Johana Tasayco	<a href="https://drive.google.com/file/d/1SL9xwJ9LlrEq56-88zyJPEQI5gK8YdXD/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1SL9xwJ9LlrEq56-88zyJPEQI5gK8YdXD/view?usp=sharing</a>
Diana Castillo	<a href="https://drive.google.com/file/d/1gTchvx4rzf-FavEHBEExek2cCjLy4oy-b/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1gTchvx4rzf-FavEHBEExek2cCjLy4oy-b/view?usp=sharing</a>
Adela Ochoa	<a href="https://drive.google.com/file/d/1HAjQ-C6Exg3gLMSxzqWPdarnylhNe-XD/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1HAjQ-C6Exg3gLMSxzqWPdarnylhNe-XD/view?usp=sharing</a>
Ana Saravia	<a href="https://drive.google.com/file/d/1Elvw8K_2uQOMkpMf1WIFIMJvBfOam174/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1Elvw8K_2uQOMkpMf1WIFIMJvBfOam174/view?usp=sharing</a>

*Nota.* En la table se muestra los links de cada entrevista realizado a cada experto.  
Elaboración Propia. 2021.

### 3. VALUE PROPOSITION CANVAS

#### 3.1 Perfil del cliente

##### **Cliente padre de familia:**

El perfil es principalmente aquellos padres de familia hombres y mujeres entre 25 y 40 años del nivel socioeconómico A, B,C que cuentan con hijos con una edad promedio de 3 a 7 años que estén cursando el nivel inicial en sus diversas instituciones educativas de manera online por la actual coyuntura del COVID - 19. Asimismo, estos clientes han experimentado junto a sus hijos la inserción obligatoria de las clases virtuales en casa, pudiendo ellos observar los aciertos, falencias, el desempeño y el desarrollo educativo que han tenido sus hijos. De igual manera, este usuario percibe si el nivel del aprendizaje en constante o ralentiza el aprendizaje del menor.

Por otro lado, de acuerdo al perfil del cliente buscamos satisfacer la necesidad de eliminar la brecha de una educación de baja calidad para los niños que se han visto obligados a llevar clases virtuales. En este sentido, se busca brindar una alternativa de solución a través de complementar la educación por medio de reforzamientos dinámicos que permitan:



- Despertar el interés de los niños por seguir aprendiendo en casa.
- Brindar información escolar a los padres de acuerdo al ritmo de aprendizaje del menor y el nivel escolar en que se encuentre.
- Organizar el tiempo de los padres de familia a través de clases con un tiempo definido.
- Para un mejor entendimiento del perfil del cliente se muestra un gráfico con aquellas alegrías, frustraciones y trabajos a los que se enfrenta el consumidor o usuario.

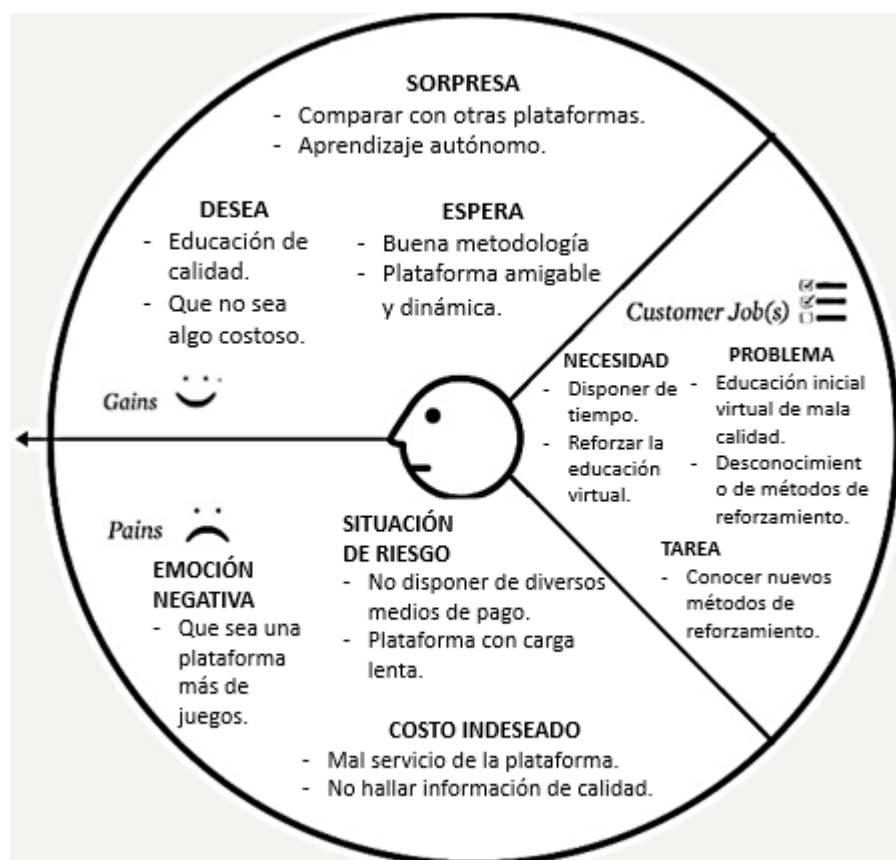


Figura 1. Perfil del Cliente "Aprendo ABC". Elaboración Propia. 2021.

**Alegrías:** Debido a la nueva normalidad, los padres de familia buscan una mejor educación virtual de calidad para sus hijos, puesto que la que se viene impartiendo no cumple con las expectativas

siendo insuficiente para sus hijos. Por ello, la existencia de plataformas de reforzamiento virtual de manera didáctica y amigable es una oportunidad para poder encontrar un mejor aprendizaje para sus hijos.

**Frustraciones:** El no poder encontrar una educación de calidad para los niños, representa una preocupación constante para los padres. Asimismo, el suscribirse a plataformas o paginas para asesoramiento si bien son una buena alternativa, traen consigo situaciones de riesgo que los consumidores perciben; como el de no ser una plataforma de calidad, desinformación, información no acorde a la edad de sus hijos, entre otros. De igual manera, el costo de las suscripciones es un factor importante para poder ser una plataforma atractiva para el usuario.

**Trabajos del consumidor:** Respecto a los trabajos del consumidor, los padres de familia mantienen el trabajo de poder hallar una alternativa de solución a la baja educación de sus hijos en modalidad virtual, además, deben buscar nuevos métodos y dinámicas de enseñanza en el hogar para beneficio de sus hijos.

### 3.2. Mapa de valor

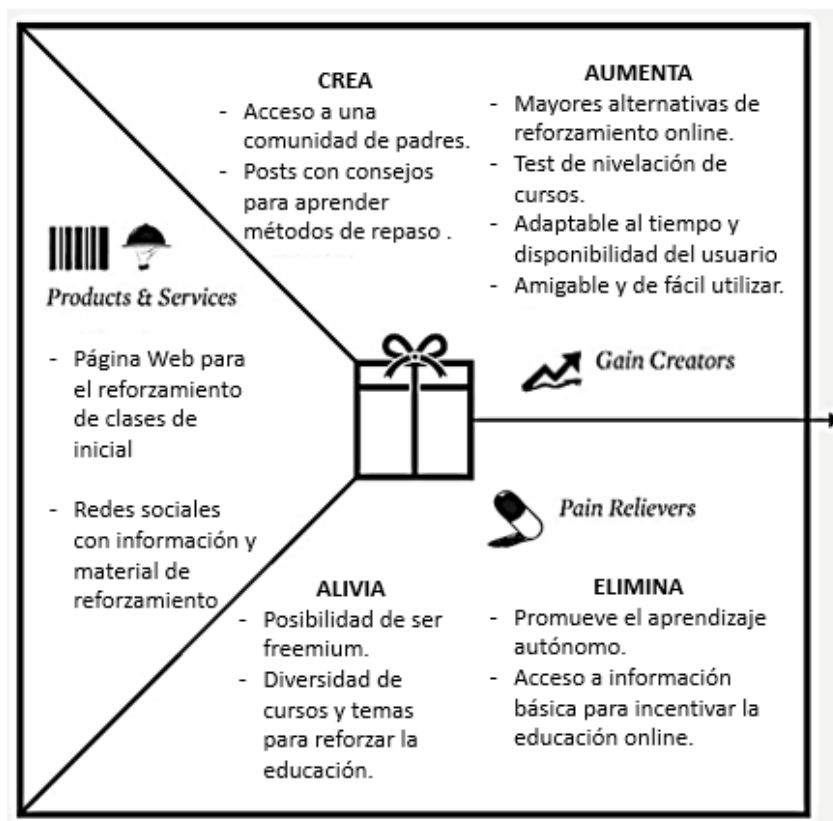


Figura 2. Mapa de Valor "Aprendo ABC". Elaboración Propia. 2021.

**Producto y servicios:** Como primera alternativa se plantea diseñar una página web interactiva que ayude a los niños de inicial a reforzar los temas vistos en clase desde una perspectiva dinámica y fácil de entender, captando su atención por medio de una interfaz amigable y gráficos llamativos. Asimismo, se busca difundir las redes sociales del emprendimiento para dar a conocer toda la información y beneficios de permitir a los niños reforzar aquellos temas que no han logrado comprender.

**Aliviadores de frustraciones:** La diversidad de los temas a reforzar y la promoción del aprendizaje son aspectos claves que aliviarán las frustraciones del cliente. Asimismo, el contar con

acceso a información básica para todos los padres, además, el poder ingresar con el registro de una cuenta freemium son aspectos positivos para los padres de familia.

**Creadores de alegrías:** Para satisfacer a los padres de familia, las redes contarán con el acceso a una comunidad en donde puedan formar y compartir ideas, relacionándose con otros padres, además de conocer diversos métodos para promover el aprendizaje de sus hijos. Por otro lado, se podrá poner a prueba los conocimientos del niño a través de una prueba de nivelación dentro de la página, a la cual se podrá ingresar en cualquier momento del día para reforzar lo aprendido.

### 3.3. Encaje

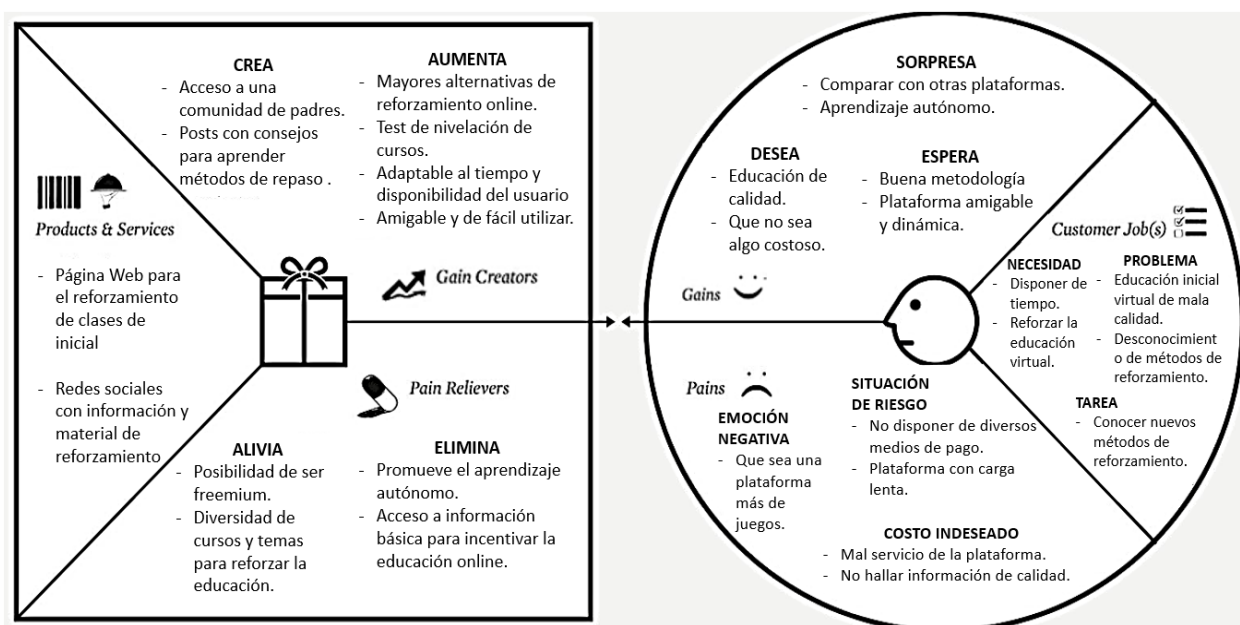


Figura 3. Encaje del Modelo de Negocio "Aprendo ABC". Elaboración Propia. 2021.

El tipo de encaje que se encontró es el de producto- mercado, ya que se descubrió pruebas mediante las entrevistas realizadas acerca de la poca disponibilidad de los padres al tener que estar pendiente de sus hijos en sus labores escolares mientras ellos están realizan sus actividades laborales.

Se sabe que gran porcentaje de padres de familia no suelen tener mucho tiempo para poder ayudar a sus niños en el colegio, ya sea en sus clases en línea, tareas, etc. También se aprecia que muchos de ellos prefieren contratar profesores independientes para que apoyen a sus hijos es sus deberes escolares. A raíz de ello, se ha propuesto la creación de una plataforma web para reforzar la enseñanza de los niños en su etapa inicial, de este modo, los pequeños se mantendrán distraídos haciendo sus deberes de una manera más didáctica y entretenida.

Además, se sabe que muchos padres tienen la preocupación de que sus niños no están aprendiendo y en especial que actualmente el personal educativo no tiene la capacitación necesaria para brindar clases de manera virtual. Incluyendo que tampoco no es tan interactivo las clases virtuales, ya que los niños, cuando las clases era de manera presencial, podían conversar o interactuar con los demás compañeros y con la profesora, sin embargo, por clases virtuales no se aprecia mucho de eso. Añadiendo que para los niños también es complicado estar sentado al frente de una computadora sin distraerse. Por ello, para que los padres estén tranquilos por sus niños, se contará con profesores de calidad en la enseñanza virtual, donde contarán con todos los materiales para que sus hijos aprenden de una manera más eficiente. Asimismo, se mostrará una sección en la plataforma donde podrán ver cuáles son los temas en la cual su niño tiene falencias para así reforzar su enseñanza.

Por último, lo que se busca es que los niños aprendan de una manera más entretenida, donde los padres vean que su niño está aprendiendo a realizar nuevas cosas, y además quitándole la preocupación de estar más al tanto de sus niños, porque como se sabe los padres en su gran mayoría trabajan, tanto de manera presencial como remota, de este modo, no pueden brindar mucho atención y tiempo a sus hijos. Las clases de los niños termina aproximadamente al medio día o a la 1 de la tarde. En

cambio, los padres terminan de trabajar aproximadamente a las 6 de la noche, además, que cuando se trabaja de manera presencial se incluye el tiempo de retorno, y el tráfico de Lima no ayuda a llegar rápido a sus respectivos domicilios, en otras palabras, no han podido atender a su niño en ese lapso de la tarde, donde su niño requiere cierta atención, especialmente en sus deberes escolares. Por ello, la plataforma buscará mantener al niño educándose en ese lapso con videos en la cual refuercen todos los temas que un niño de saber a esa edad, utilizando herramientas entretenidas para que los niños le agarren ese gusto a prender nuevas cosas.

### **3.4. Descripción de la propuesta de valor**

La página web “Aprendo ABC” es el apoyo perfecto para el padre de familia que se preocupa por el desarrollo y aprendizaje de su niño, especialmente con la nueva modalidad de enseñanza virtual, pero que no posee el tiempo necesario para estar completamente pendiente y en el acompañamiento de su hijo durante las clases, debido a las diversas obligaciones y tareas que debe cumplir.

A través de esta aplicación los padres tendrán la tranquilidad de que sus hijos en etapa inicial realmente están aprendiendo y desarrollando sus habilidades tanto en los aspectos de conocimientos como de valores, mediante una metodología que brinda una experiencia divertida de aprendizaje para captar la atención de los niños y estos adquieran los conocimientos a través del juego, es personalizada pues se le sugiere actividades al niño según el avance y desarrollo que muestren y, para que los padres tengan conocimiento del avance de los pequeños, se les enviará reportes a su correo o pueden consultarlo a través de la aplicación, así podrá adaptarse según el horario que mejor le convenga y evitar perder reuniones con profesores por falta de tiempo.

Finalmente, esta aplicación será accesible desde cualquier dispositivo que se pueda conectar a internet y tendrá dos alternativas para su uso: Básica y premium, En síntesis, la aplicación será el alivio y la mejor opción para los padres preocupados porque sus pequeños puedan realmente aprender los temas de sus clases de manera divertida, se adaptará al horario del padre y del niño y permitirá que los

papás puedan disponer de mejor manera de su tiempo, pues es una perfecta opción para entretener a los pequeños aprovechando al máximo el tiempo libre que estos tienen enfocándolo en el aspecto de educación, ya sea desde el celular del padre para mayor control o desde la Tablet del niño.

### **3.5. Identificación de elementos diferenciales (versus competidores)**

Para determinar lo que nos diferencia de los demás es fundamental establecer nuestros competidores directos, para ello se seleccionaron tres plataformas digitales que contienen el mismo propósito, el cual es brindar reforzamiento de forma didáctica a niños de 2 a 6 años.

#### **Árbol ABC.com**

Esta es una plataforma digital diseñada para incentivar el aprendizaje a través de divertidos juegos para niños de 3 a 10 años, incluye diversos ejercicios basados en inteligencias múltiples. Sin embargo, no cuenta con publicidad ni comunidades donde se mantenga la comunicación con los padres, esto es un factor fundamental con la que “Aprendo ABC” contara puesto que, los padres podrán supervisar el aprendizaje de sus hijos de cerca, así como se mantendrá una comunicación activa mediante Facebook e Instagram, con la finalidad de que la relación con el cliente sea duradera. Además, se añadirá un apartado que medirá el grado de satisfacción de los padres, con ello se planea buscar sugerencias de mejora.

#### **Smartick**

Es una página web enfocada en el aprendizaje de niños entre 3 a 14 años, en distintos niveles según corresponda su edad. Este portal va proponiendo sencillos ejercicios que el niño deberá resolver, a su vez se adapta a su ritmo de aprendizaje, así como envía una evaluación del trabajo a los padres. Sin embargo, no cuenta con apartados donde los padres puedan colocar sus sugerencias para las actualizaciones correspondientes, así como tiene un límite en el nivel de enseñanza. Además, no se encierra muy bien distribuida y podría ocasionar que los niños se confundan. En cambio, la propuesta que se propone tiene la finalidad de crear materiales de estudio de acuerdo con la edad y el grado de

aprendizaje que los niños tienen. Así como gracias a las sugerencias de los padres se mantendrá la página web en constantes actualizaciones que permitirá mejorar el contenido.

### E-Home Kids

Plataforma web con más de 295 cuadernillos señales, se encarga de brindar materiales didácticos para que los niños de 2 a 6 años puedan aprender desde casa. A diferencia de nuestra propuesta de valor, esta página web no cuenta con un diseño atractivo para los niños, ni se encuentra bien distribuida. Asimismo, no cuenta con ningún medio de comunicación con los padres de familia, lo cual es de suma importancia, ya que no solo se trata de brindar materiales de aprendizaje, sino de lograr que los niños se diviertan y creen una relación con sus padres.

## 4. BUSINESS MODEL CANVAS

### 4.1. BMC Gráfico

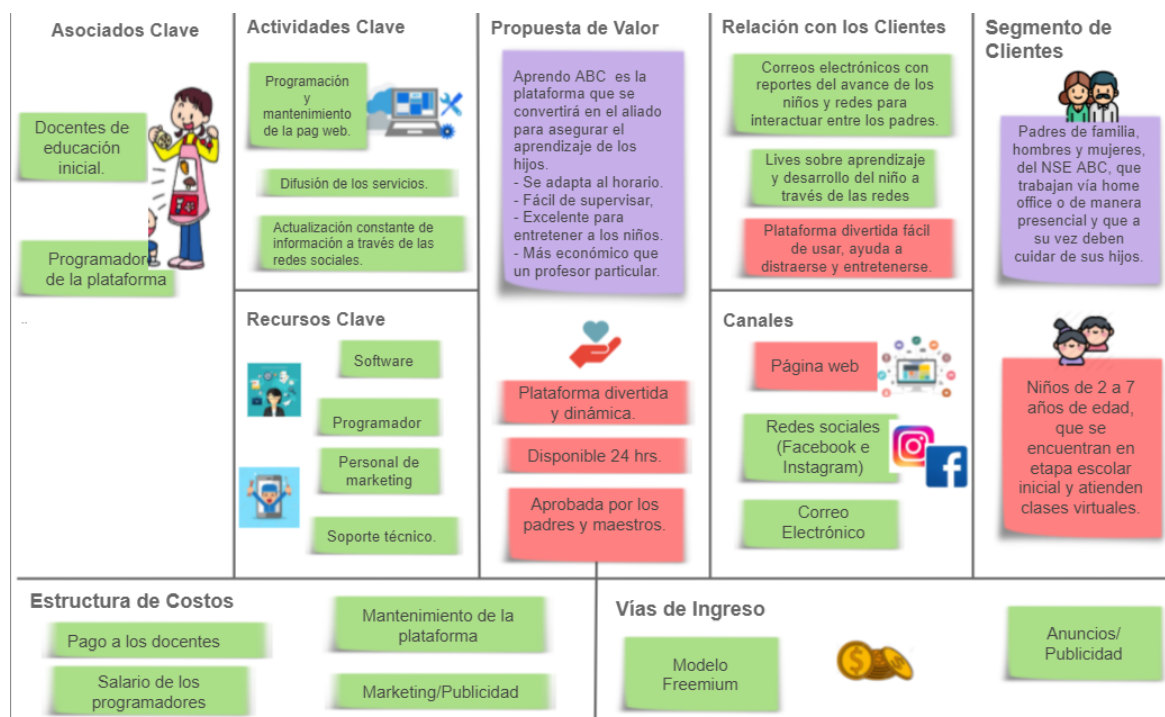


Figura 4. Business Model Canvas "Aprendo ABC". Elaboración Propia. 2021.



## **4.2. Desarrollo y sustento de cuadrantes**

### **Segmento de Mercado**

Los segmentos de clientes identificados a través de la investigación realizada se dividen en dos. Por un lado, se encuentran los padres de familia, quienes tienen responsabilidades diarias tanto en el hogar como en el trabajo, ya sea home office o presencial, preocupados porque sus pequeños puedan captar lo que se les enseña a través de las clases virtuales, pero no disponen del tiempo necesario para estar completamente pendiente y tampoco la técnica de un profesor para apoyar y mantener en control a sus hijos en clase o realizando tareas. Por ello, la plataforma web “Juego aprendo” será el aliado que les ayudará a reforzar lo enseñado a los niños para nivelar su aprendizaje.

En el otro lado, se encuentran los usuarios, niños de 3 a 7 años, que se encuentran en la etapa escolar de inicial, y que llevan clases virtuales. Ellos son quienes interactuarán con la página, además de los padres y bajo su supervisión, y en quienes el impacto de recibir estas clases será notorio.

### **Relación con el cliente**

Para que se mantenga una buena comunicación y que la experiencia de ambos usuarios sea excelente, se plantea realizar el envío de reportes del avance del niño o niños a los padres de familia, en el cual indicará el diagnóstico, el avance del niño y sus intereses en los diversos temas que realiza en la plataforma; a través del correo electrónico con el que se registró y de igual manera podrá revisarlo vía plataforma. Asimismo, mediante el uso de las redes sociales, Facebook e Instagram, se podrá interactuar con los padres e informarles sobre los nuevos niveles añadidos y todo lo respectivo a la plataforma, así como también ser un espacio para que se pueda dialogar sobre su experiencia.

En el caso de los pequeños, se utilizarán elementos visuales atractivos, felicitaciones cada vez que realizan bien un tema, una metodología dinámica que los distraiga pero que al mismo tiempo les enseñe y refuerce los diversos temas que se les enseña en clases de una manera más práctica e interactiva, que distraiga al niño.

### **Propuesta de valor**

Para los padres esta plataforma representa el alivio de la preocupación y el estrés que sienten porque sus niños no están avanzando en el nivel que solían estar en clases presenciales, además que les permite tener más tiempo para poder realizar sus actividades del trabajo y la casa sin tener que hacer muchos ajustes para ayudar a los niños pues saben que sus hijos estarán distraídos, pero al mismo tiempo reforzando lo aprendido.

Para los niños representa una oportunidad de distracción y entretenimiento, al mismo tiempo que los padres estarán tranquilos mientras ellos pueden disponer de los equipos electrónicos sin llamados de atención.

### **Canales**

Mantener una relación constante con nuestro público objetivo es un factor importante, ya que se necesita realizar actualizaciones del sitio web para que la navegación sea más beneficiosa, dado que nuestro canal es una plataforma web. Asimismo, se contará con otros canales como Facebook e Instagram, que servirán como método de información. Además, se sabe que estos canales nos ayudarán a llegar a más segmentos de mercado, así como ayudará a difundir la idea de negocio. Se puede inferir que:

Los canales de distribución y comunicación son los flujos que utilizan las empresas para hacer llegar sus propuestas de valor a los distintos segmentos de mercado (clientes). Para asegurar el éxito de nuestro negocio, es necesario determinar, entre otras cosas, cuáles son los canales estratégicos más eficaces para entregar el valor al cliente. (GUÍA DIDÁCTICA Modelo Canvas, s.f.)

### **Actividades claves**

Este cuadrante nos permitirá determinar el correcto funcionamiento de la empresa, la difusión de los servicios es a través de una página web y se hará uso de las redes sociales como método de marketing. Lo cual ayudará a promocionar y brindar información respecto a los servicios brindados, así se podrá aumentar el número de clientes. Además, se puede contextualizar que:

Son actividades estratégicas que se desarrollan para llevar la propuesta de valor al mercado, relacionarse con el cliente y generar ingresos. Estas actividades se deben realizar mediante la utilización de los recursos clave para producir la oferta de valor y para gestionar las relaciones con los clientes y los aliados. Es imprescindible concentrarse en las competencias esenciales y buscar aliados para las demás.

(Módulo III: Plan de Negocios, s.f.)

### **Recursos claves**

El principal recurso será nuestra página web en donde se mostrará el contenido de la propuesta de valor, para ello es necesario que todos los recursos dentro de la plataforma sean entendibles y fáciles de usar, así cuando el padre de familia le explique a su hijo no se presenten inconvenientes. Asimismo, se contará con profesores especializados que diseñarán el material de cada nivel de aprendizaje, el cual a medida que el niño avance se irán actualizando con sus retroalimentaciones respectivas. Se contará con un especialista en software que ayuden con las actualizaciones del sistema y con el manejo del contenido. Además, de contar con equipo tecnológico audiovisual para mantener el portal en constante cambios respecto a su contenido.

### **Socios claves**

Los socios claves del modelo de negocio son los maestros de educación inicial, quienes serán los encargados de brindar la asesoría necesaria para que los niños disfruten aprender de una manera más didáctica. Asimismo, tendrán la responsabilidad de identificar las falencias de los niños y recomendar a los padres que es lo que deben hacer para mejorar ese problema. En base a ello, elaboraran un plan

educativo que lleve a los niños a reforzar los cursos que más difícil se les hace en aprender, incluyendo una comunicación constante con los padres mediante la plataforma, de este modo, poder trabajar en conjunto para el crecimiento del pequeño. Asimismo, otros socios importantes para el proyecto son los programadores de plataformas, quienes serán los encargados de mantener la plataforma actualizada con las herramientas necesarias con el fin de que los niños y los padres de familia se sientan a gusto cuando navegan en la plataforma.

### **Flujos de ingresos**

El modelo que tendrá la plataforma será el freemium, que significa que hay un método que es gratis y otro premium. En el modelo gratis, los padres de familia solo tendrán acceso a un perfil y a menor información respecto a los temas que pueda ver su niño, es decir, solo tendrá acceso a un contenido básico y a temas sencillos que un niño pueda saber. En cambio, para el método premium, el padre tendrá mayor entrada a todas las secciones de la plataforma, además, su niño podrá tener un seguimiento más personalizado por parte de los docentes. Asimismo, se promocionará productos para niños, tanto educativos como de entretenimiento, donde los padres de familia podrán comprar objetos que potencien el desarrollo de su hijo.

### **Estructura de costos**

Los costos que tendrá el modelo de negocio son los pagos por asesoría de los docentes y el costo que genera el plan educativo, donde se busca que los profesores cuenten con las herramientas necesarias que su niño aprenda de una manera más didáctica. En segundo lugar, los salarios de los empleados, esto especialmente a las personas que manejaran la plataforma para así los padres aprecien un contenido de calidad por parte del servicio. En tercer lugar, está la elaboración de la plataforma, en esta incluye el mantenimiento y los programas que se utilizaran para tener una plataforma web vistosa y con herramientas para que los niños se mantengan actualizados con todos los temas que pueden aprender. Finalmente, está la campaña de marketing, que vienen hacer la de lanzamiento de la

plataforma y también los costos que realizaremos para poder llegar a más personas por medio de las redes sociales.

## 5. VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN

### 5.1. Validación Técnica de la solución

#### 5.1.1. Experimento 1

##### Objetivo del experimento

El objetivo de este experimento es identificar y recopilar información de aspectos de mejora digital para la plataforma web para aplicarlas en el desarrollo de esta.

##### Diseño y desarrollo del experimento

##### Descripción del experimento

Este experimento consiste en realizar una entrevista a un ingeniero de sistemas para que nos brinde una retroalimentación acerca del primer prototipo de la página web. Con ello se podrá realizar las actualizaciones necesarias para que el prototipo final cumpla con todos los requerimientos. Para ello, se desarrollaron preguntas de acuerdo el tipo de experimento a realizar, con ello validar una de las hipótesis presentadas.

Tabla 3. *Guía de Preguntas Para la Entrevista con el Ingeniero de Sistemas - Experimento 1*

<b>Guía de preguntas a Experto</b>
1. ¿Se debería crear una maqueta adicional?
2. ¿En qué lenguaje de programación se debería de desarrollar la página web?
3. ¿Cuánto tiempo tomaría poder realizarla teniendo en cuenta los juegos a colocar?
4. ¿Qué tipo de profesionales debería de contratar para que puedan realizar la página web?

5. ¿Se necesitará de alguna herramienta u otro mockup para presentárselo a la persona que desarrollará la plataforma?
6. ¿Qué servidor se podría utilizar para la conectividad de la web?
7. ¿Qué se necesita para integrar la pasarela de pago?
8. ¿Cuánto costaría desarrollar la página web?
9. ¿La arquitectura de la plataforma se puede considerar simple o compleja?
10. ¿Qué mejoras se le debería de aplicar a la plataforma?

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

### **i. Bitácora de actividades**

Tabla 4. *Bitácora de Actividades Experimento 1 - Validación de la Solución*

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>
	Elaboración de una guía de preguntas	Se elaboró una lista de 10 preguntas para realizar la entrevista

Entrevista con experto en ingeniería de software	Contactar y coordinar entrevista con el experto en plataformas digitales	Se coordinó una entrevista con un experto especialista en front-end para obtener información y desarrollar mejoras en la idea de negocio, así como también establecer aspectos presupuestales
	Reunión y enfoque de información y feedback	En el transcurso de la entrevista se recopila información valiosa para el proyecto de la plataforma web, aspectos de mejora, limitaciones y oportunidades.
Conseguir feedback	Desarrollar guía de preguntas	Se siguió la guía de 10 preguntas
	Realizar entrevista vía Zoom o Google Meet	Se entrevista al experto en Front-end
	Evidenciar información	Las entrevistas se subirán a la carpeta de drive.

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

**Fecha:** 12-09-2021

**Método:** Se realizará una simulación de la página web creada con la finalidad de que el experto logre visualizar como sería la plataforma final y seguidamente realizarle una entrevista para conocer su retroalimentación del diseño.

**Métrica:** Numero de mejoras a realizar

**a. Análisis e interpretación**

**i. Malla receptora**

Tabla 5. *Malla Receptora Experimento 1 - Validación de la Solución*

<b>Puntos fuertes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La plataforma se encuentra bien establecida.</li> <li>• Contiene colores agradables.</li> <li>• Buen diseño.</li> <li>• La pantalla de inicio tiene un landing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En la pantalla de inicio debería encontrarse un video tutorial para las personas que no sepan manejar a página web.</li> <li>• En la pantalla de inicio mostrar los campos que se van a utilizar.</li> <li>• Utilizar una modelo vista controlador</li> <li>• Que los programas sean más visibles para los padres.</li> <li>• Se debería contar con un administrador quien se encargaría de suministrar las actualizaciones.</li> </ul>
<b>Preguntas nuevas</b>	<b>Opiniones interesantes</b>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuánto nos costara contratar personal capacitado para desarrollar la página web?</li> <li>• ¿Cuánto nos va costar las actualizaciones de la página web?</li> <li>• ¿Cuánto nos va costar el desarrollador?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existen otras plataformas donde se puede realizar el prototipo final</li> <li>• Se podría comprar una librería virtual para el tema de los pagos, con ello nos brinde mayor seguridad y confianza para los clientes</li> </ul>
---	---

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

## ii. Principales hallazgos encontrados

- El experto considera que la plataforma se encuentra bien establecida, ya que cuenta con colores y diseños atractivos para los niños y los padres. Sin embargo, considera que se deberían agregar video tutoriales para que los niños sepan manejar el sistema correctamente, así como sus padres.
- El ingeniero de sistemas considera que Wix es una plataforma que contiene todo y es fácil de usar puesto que, te brinda una propia biblioteca para implementar la opción de pagos, así como te ofrece distintas plantillas ya diseñadas para que tu solo pongas la información. Pese a ello, existen otras plataformas donde también se podría emplear el prototipo final como Java Script.
- En cuanto a la distribución de los recursos considera que se encuentran muy bien diseñados, pero que los programas necesitan ser más visibles para los padres.

## iii. Interpretar el significado de los resultados

Luego de analizar la entrevista realizada al experto en sistemas, se puede inferir que la página web cuenta con aspecto a mejorar. Cabe resaltar que, según Ricardo, ingeniero de sistemas, la

plataforma digital se encuentra bien diseñada y cuenta con muchos aspectos positivos, además de que el interfaz del servidor es de fácil uso. Él nos indica que existen diversos servidores donde la experiencia del usuario es mucho más agradable, sin embargo, considera que Wix también es una herramienta para iniciar la idea de negocio.

**b. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Se debería insertar mayor información respecto a las actividades dentro de la plataforma, tales como video tutoriales que ayuden al usuario a mejorar su experiencia y se mantenga informado.
- Se debe añadir colores a la paleta de la plataforma, así como agregar más imágenes que sean atractivas para los niños.
- Emplear el uso de un modelo controlador, para que exista un administrador que pueda realizar las actualizaciones de la página web.

**c. Sustentación de las validaciones**

Se entrevistó a Ricardo Obeso de 23 años, quien estudia en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Actualmente cursa el décimo ciclo y se encuentra trabajando como desarrollador en back-net y front-end. A continuación, se deja el enlace que guiará a la entrevista realizada:

<https://drive.google.com/file/d/1giNugg07gCMVCdWfMu3PTmD2U-ivSMKF/view?usp=sharing>

### **5.1.2. Experimento 2**

**a. Objetivo del experimento**

El objetivo de este experimento es identificar los aspectos positivos y negativos de los aspectos digitales de la plataforma web con el fin de ser mejoradas.

b. **Diseño y desarrollo del experimento**

**i. Descripción del experimento**

Este experimento consiste en realizar una entrevista a un programador digital con el fin de que nos brinde una retroalimentación acerca del primer prototipo de la plataforma web. De esta manera, se podrá realizar mejoras a la plataforma, de este modo, poder satisfacer a nuestros clientes. Por ello, se realizará una serie de preguntas para el tipo de experimento con el fin de poder validar una hipótesis del proyecto.

Tabla 6. *Guía de Preguntas para la Entrevista con el Programador Digital – Experimento 2*

<b>Guía de preguntas a Experto</b>
1. ¿Qué tal te pareció el prototipo mostrado?
2. ¿En qué lenguaje de programación se debería de desarrollar la plataforma web?
3. ¿Cuánto tiempo tomaría poder realizarla teniendo en cuenta los juegos a colocar?
4. ¿Qué tipo de profesionales debería de contratar para que puedan realizar la plataforma web?
5. ¿Qué tipo de programas se van a utilizar para desarrollar la plataforma?
6. ¿Qué servidor se podría utilizar para la conectividad de la web?
7. ¿Qué se necesita para integrar la pasarela de pago?
8. ¿Cuánto costaría desarrollar la página web?
9. ¿Qué tipo de base de datos recomendarías para la plataforma?
10. ¿Qué mejoras se le debería de aplicar a la plataforma?

*Nota.* Elaboración Propia. 2021

**ii. Bitácora de actividades**

Tabla 7. Bitácora de Actividades Experimento 2 - Validación de la Solución

Actividad	Tarea	Resultado
Entrevista con experto en programación digital	Elaboración de una guía de preguntas	Se elaboró una lista de 10 preguntas para realizar la entrevista.
	Contactar y coordinar entrevista con el experto en plataformas digitales	Se coordinó una entrevista con un programador digital, con experiencia en realización en plataformas digitales, de este modo, obtener información y desarrollar mejoras en la idea de negocio.
	Reunión y enfoque de información y feedback	En la entrevista se recopila información necesaria para las mejoras al proyecto de la plataforma web.
Conseguir Feedback	Desarrollar guía de preguntas	Se siguió la guía de las 10 preguntas
	Realizar la entrevista vía Zoom o Google Meet	Se entrevistó al experto en programación digital
	Evidenciar información	Las entrevistas se subirán a la carpeta drive

Nota. Elaboración Propia. 2021.

Fecha: 12/09/2021

**Método:** Se realizará un prototipo de la plataforma web con el fin de que el experto vea como sería la plataforma final y seguidamente realizar la entrevista con el fin de conocer su retroalimentación respecto al prototipo.

**Métricas:** Número de mejoras a realizar

c. **Análisis e interpretación**

i. **Malla receptora**

Tabla 8. *Malla Receptora Experimento 2 - Validación de la Solución*

<b>Puntos fuertes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- La plataforma se encuentra bien distribuida.</li> <li>- Contiene bastante información de la idea de negocio.</li> <li>- Los niveles de cursos se encuentran bien con el efecto utilizado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El menú inferior se debería poner en forma de lista.</li> <li>- Para la sección de niveles, el efecto parallax se debería mostrar solo en la sección y no en toda la página.</li> <li>- Evitar usar tipo de letras muy animadas.</li> <li>- No deben justificar el texto.</li> <li>- En la página de inicio reforzar la identidad de la plataforma.</li> </ul>
<b>Preguntas nuevas</b>	<b>Opiniones interesantes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cuánto tiempo nos demorará en realizar la plataforma?</li> <li>- ¿Se trabajará con un solo programador o con una empresa de programación?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Una letra que se pueda utilizar para la plataforma es el tipo de letra Montserrat.</li> <li>- Implementar los planes que tendrá el negocio en la página de inicio.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Se implementará el carrito de compras?</li> <li>- ¿Cada cuánto tiempo se puede actualizar la plataforma?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se podría utilizar otras plataformas para su implementación.</li> </ul>
---	--

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

## ii. Principales hallazgos encontrados

De los principales hallazgos encontrados en la entrevista, él nos menciona que la plataforma se encuentra bien distribuida con información necesaria para que los padres sepan de qué trata la idea de negocio. Asimismo, los efectos utilizados en los niveles están bien, no obstante, hay cosas de diseño que pulir en la plataforma. Para ello, propone que la sección inferior debería estar en otro formato, él nos recomienda el formato listo donde se coloca la información necesaria de una manera más ordenada. Además, el efecto parallax utilizado en los niveles necesita ser mejorado, ya que recomienda solo debe estar en la sección y no en toda la página como está establecido. Asimismo, recomienda no utilizar letras muy animadas, ya que a veces no puedo llamar la atención al público, él nos recomienda un tipo de letra llamada Montserrat, donde nos todas las plataformas la tienen, no obstante Wix sí cuenta con ese tipo de letra. Añadiendo que no se debe justificar el texto de la plataforma, esto especialmente porque no se ve bien y en formato celular se ve desordenado. Por último, reforzar la identidad de la plataforma, a pesar de contar con buena información, él considera que se debe poner los planes con lo que va a contar la idea de negocio, para así el público sepa hacia dónde va dirigido.

## iii. Interpretar el significado de los resultados

Luego de analizar muy bien la entrevista, nos damos cuentas que aún se debe realizar mejoras para su futura implementación. Moisés, quien fue la persona entrevista, nos comenta que, a pesar de estar bien distribuida, la plataforma aún se encuentra en un proceso medio. Por ello, también nos pudo

brindar nuevas ideas para mejorarla, como el tipo de letra, el efecto que se está utilizando, reforzar la identidad de la idea de negocio. Igualmente, nos mencionó que hay plataformas que se pueden utilizar como WordPress, que cuenta con un mejor posicionamiento de la página web.

**d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Se debería utilizar otro tipo de letra, como por ejemplo el tipo de letra Montserrat, de este modo, se vea un poco más atractiva, evitando utilizar tipo de letras animadas.
- Se debe mejorar el efecto parallax, preferible es que solo se contenga para la sección establecida y no para toda la página.
- Se debería cambiar el formato del menú inferior de la plataforma, utilizando el formato lista, de este modo, se vea mucha más ordenado y atractivo el sitio web.

**e. Sustentación de las validaciones**

En el siguiente enlace se podrá acceder a la entrevista con el experto Moisés Cornejo, quien se desenvuelve en el ámbito laboral como Programador Digital:

<https://drive.google.com/file/d/15w9HspHFafmcw7gLoNnnfpELkQ9-3O7z/view?usp=sharing>

**5.1.3. Experimento 3**

**a. Objetivo del experimento**

El objetivo de este experimento consiste en recopilar la información de aspectos de mejora para elaborar los juegos didácticos educativos para los niños del nivel inicial.

**b. Diseño y desarrollo del experimento**

Se realizarán entrevistas a dos expertas en pedagogía del nivel inicial a través para validar las mejoras a realizar a los juegos didácticos.

**Fecha:** 13/09/2021

**Método:** Se realizará un prototipo de los juegos con el fin de que el experto vea como sería el desarrollo de estos en cuanto a los temas de enseñanza y metodologías y seguidamente realizar la entrevista con el fin de conocer su retroalimentación respecto al prototipo.

**Métricas:** Número de mejoras a realizar

### **i. Descripción del experimento**

El siguiente experimento consistirá en entrevistar a dos expertos en pedagogía de nivel inicial para que nos brinde una retroalimentación sobre los temas a emplear para el diseño de plan de reforzamiento y la elaboración de los juegos didácticos que se empleará dentro de la plataforma web, con la finalidad de mejorar el prototipo de la página en cuanto a la interacción con los niños. Para ello, se desarrollaron preguntas de acuerdo el tipo de experimento a realizar, con ello validar una de las hipótesis presentadas.

#### **Guía para la entrevista con los expertos docentes.**

Buen día, mi nombre es..., estudiante de 10mo ciclo de la carrera de Administración y Marketing de la UPC. Junto con mi grupo del curso de Implementación de negocios sostenibles, estamos desarrollando la idea de negocio de una plataforma de refuerzo educativo para los niños de inicial, mediante la cual los niños puedan aprender jugando. Se ha planteado desarrollar 5 niveles de enseñanza, además de videos y creación de dos a más perfiles para que los padres con más de un niño puedan personalizar el reforzamiento. Hemos desarrollado un prototipo, el cual nos gustaría pueda revisar y nos ayude respondiendo unas preguntas y brindándonos sus sugerencias de mejora en cuanto a los temas a abordar y juegos a desarrollar.

Tabla 9. *Guía de Preguntas para la Entrevista con Expertos Docentes - Experimento 3*

<b>Preguntas a Experto en pedagogía</b>
1. En base al prototipo, ¿Qué mejoras realizaría en los juegos didácticos?



2. En su experiencia, ¿Cuáles son los temas o competencias que necesitan reforzar más en los niños de inicial?
3. ¿Cuáles son las dinámicas que más captan el interés de los niños en las clases virtuales?
4. ¿Cuánto tiempo se podría emplear para desarrollar un plan de reforzamiento de clases para niños de inicial y cuántos profesionales estarían involucrados en la elaboración de este?
5. Respecto a la plataforma presentada ¿Qué cursos se podría agregar a la plataforma para reforzar lo aprendido en los niños?
6. ¿Qué recomendaciones podría brindarnos para mejorar el contenido de los juegos?
7. ¿Cree que los niños podrían manejar de manera adecuada la plataforma?
8. ¿Cuáles son los juegos que más captan el interés de los niños en edades tempranas?
9. ¿Nos podría brindar ejemplos de juegos didácticos que ha empleado o que se implementó para la educación de los niños de inicial?
10. En su experiencia, ¿Cuál es la mejor técnica para captar el interés de sus alumnos e interactuar con ellos sobre los temas a enseñar?

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

## ii. Bitácora de aprendizajes

Tabla 10. *Bitácora de Actividades Experimento 3 - Validación de la Solución*

Actividad	Tarea	Resultado
-----------	-------	-----------

Entrevista con experto en pedagogía del nivel inicial	Elaboración de una guía de preguntas	Se elaboró una lista de 10 preguntas para realizar la entrevista al experto en pedagogía de inicial.
	Contactar y coordinar entrevista con el experto en pedagogía.	Se coordinaron las entrevistas con los expertos a través de WhatsApp y vía llamada telefónica para obtener información y desarrollar mejoras en la idea de negocio en el aspecto de los juegos educativos y plan de aprendizaje.
	Reunión y enfoque de información y retroalimentación	En el transcurso de la entrevista se recopila información valiosa para el proyecto de la plataforma web en cuanto a contenido, aspectos de mejora, limitaciones y oportunidades.
Conseguir retroalimentación	Realizar la entrevista enfocada en los temas en los que nos basamos para elaborar las preguntas de la guía.	Se siguió la guía de 10 preguntas estableciendo un diálogo que permite poder cubrir todos los temas de la guía y preguntas que surgieron en el momento para aclarar dudas.

	Realizar entrevista vía Zoom.	Se entrevista a los expertos a través de reuniones individuales vía plataforma Zoom.
	Evidenciar información	Las entrevistas se subirán a la carpeta de drive.

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

### c. Análisis e interpretación

Luego de realizar las entrevistas y procesar la información, se obtuvieron los siguientes hallazgos.

#### i. Malla receptora

Tabla 11. *Malla Receptora Experimento 3 - Validación de la Solución*

<b>Puntos fuertes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena plataforma, atractiva tanto para los padres como para los colegios/profesores</li> <li>• Las áreas escogidas son las que usualmente el niño tiene que reforzar.</li> <li>• Los juegos contienen elementos que incorporan casi todas las áreas que se suelen enseñar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se debería primero tener en cuenta las competencias de los niños para realizar el plan.</li> <li>• Se podría dividir los juegos en áreas y dentro de cada área colocar niveles</li> <li>• Tener en cuenta si será enfocado en niños en general o específicamente en niños que no tienen tanta habilidad para captar los temas.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• El tiempo estimado de duración del juego es adecuado para no aburrir a los niños.</li> <li>• Plataforma manejable para el uso de los niños.</li> <li>• La metodología de nivel más fácil a más complicado concuerda con la metodología de enseñanza en inicial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se debería de utilizar más material concreto.</li> <li>• Tener en cuenta los dos niveles de inicial al momento de enfocar los temas de los juegos.</li> <li>• Los juegos deberían de mezclar todas las áreas juntas.</li> <li>• Las imágenes deben ser más grandes.</li> <li>• El nombre de las áreas podría ir de acuerdo con las áreas de enseñanza.</li> </ul>
<b>Preguntas nuevas</b>	<b>Opiniones interesantes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo podemos recrear de manera didácticas los juegos de clases presenciales a la plataforma?</li> <li>• ¿Deberíamos de agregar videos para que sea más dinámico el reforzamiento?</li> <li>• ¿Cómo podríamos juntar en un solo juego las 4 áreas que se enseñan en el nivel 2 de inicial?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los niños de hoy en día tienen mejor manejo de las plataformas digitales, desde dos años.</li> <li>• Los niños usualmente deberían de tener 15 horas de clases a la semana, por lo que una clase máximo debería de durar 20 minutos.</li> <li>• Para los niños el aprendizaje es lúdico.</li> <li>• Incorporan las nociones espaciales dentro del área de matemáticas.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El área de personal social es muy relevante, por lo que esta podría integrarse en todos los juegos.</li> <li>• Los vídeos y las canciones son aspectos que logran captar la atención del niño.</li> <li>• Si se incorporan señales de advertencia cuando el niño selecciona la respuesta incorrecta sería una buena manera de que este aprenda más rápido, pues le hace notar su equivocación.</li> <li>• Los pequeños se motivan más con palabras de aliento, lenguaje positivo.</li> </ul>
--	---

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

## ii. Principales hallazgos encontrados

Dentro de los principales hallazgos se encuentra que para los niños en etapa de inicial se les facilita el aprendizaje por medios de juegos que contienen formas grandes y concretas que indiquen relación con el tema a enseñar. Asimismo, para estos sería mejor el reforzamiento-guía, es decir que el juego le ayude a razonar paso a paso hasta llegar a la respuesta correcta, de esta manera el aprendizaje sería más efectivo y permanente que la memorización; es importante que el nivel sea ascendente de más sencillo a complejo. Debido a que la interacción es muy importante para la motivación del niño sería excelente que el lenguaje, las palabras y comunicación oral sea positivo. Por último, en inicial se enseñan las áreas integradas, dentro de estas áreas la de personal social en cuanto a valores es parte

importante en el desarrollo de los pequeños, por lo que lo ideal es combinar estas áreas de manera inadvertida para se pueda aprender de manera natural.

### **iii. Interpretar el significado de los resultados**

A nivel de diseño de los juegos, se debería de realizar las figuras de formas más grandes, con voces de fondo que ayuden a identificar los elementos para los niños más pequeños. Además, se tiene que buscar que el niño razone por lo que la táctica de desordenar y ordenar en los jugos puede ser efectivo. De esta manera se facilitará el entendimiento por parte de los usuarios y se mantendrán más entretenidos. La idea es que el reforzamiento sea natural mientras se divierten, para que esto suceda se necesita acomodar mejor los recursos gráficos.

La motivación es importante y la mejor manera de hacerlo es empleando un lenguaje en tono positivo, si comete un error sería mejor indicarle que lo puede hacer mejor o emplear sonidos alentadores para evitar que el niño se aburra o se sienta mal, dejando de lado las ganas de jugar y aprender. Otra de las maneras es a través de canciones o videos, enfocando en generar al niño movimientos en su cuerpo para aliviar tensiones y animarlo a seguir jugando, mientras más relajado y contento el niño, se muestra con mayor disposición a trabajar.

Finalmente, al combinarse diversas áreas en un solo juego implicaría que el niño adquiera y refuerza todas estas áreas en sólo unos minutos, es decir, no será necesario realizar un juego por cada área, sino que el juego puede enfocarse principalmente en un tema, pero también puede ser acompañado, din forzar, por las otras áreas. Tener en cuenta cuál es el objetivo de cada juego es importante, específicamente qué es lo que se quiere lograr en el niño con la interacción del juego para evitar crear confusión o saturación en el menor.

### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Dentro de los cambios a realizar se encuentran el agrandar los elementos gráficos principales, llámase figuras geométricas, números, vocales o letras y enfocar los juegos en el raciocinio del niño.
- El nombre de las áreas se mantendrá como comúnmente se utilizan en el colegio: Comunicación, Matemática, Ciencia y Ambiente, Personal social y Psicomotricidad.
- Se incorporarán videos y canciones para motivar a los niños y animarlos a mover el cuerpo con la finalidad de que se relajen.
- Los juegos tendrán una voz amigable que les dé indicaciones, felicitaciones o ayuda en los juegos.

**e. Sustentación de las validaciones**

En el siguiente enlace se podrá acceder a una carpeta que contiene las entrevistas a los usuarios del experimento: [https://drive.google.com/drive/folders/16iCB338rrAdY\\_XKfXtNYnWc--c5EoelA?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/16iCB338rrAdY_XKfXtNYnWc--c5EoelA?usp=sharing)

Tabla 12. *Expertos entrevistados en Experimento 3 - Validación de la Solución*

<b>Nombres y apellidos</b>	<b>Profesión</b>
María Casas Urmeneta de Linares	Directora de la I.E.P A Alexander Von Humboldt para inicial, primaria y secundaria.
Adela Ochoa	Directora y promotora de I.E.P María Magdalena para niños de inicial.

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

## 5.2. Validación de la experiencia del usuario

### 5.2.1. Experimento 1

#### a. Objetivo del experimento

A continuación, realizaremos entrevistas a nuestros clientes potenciales que vienen a ser los padres de familia, con el objetivo de encontrar mejoras y sugerencias para poder optimizar el contenido y el uso de la plataforma.

#### b. Diseño y desarrollo del experimento

##### i. Descripción del experimento

La realización de este experimento consta de entrevistas a los padres de familia luego de haber interactuado con la plataforma virtual diseñada. Estas entrevistas serán realizadas con preguntas específicas direccionadas a la distribución de la plataforma, el dinamismo y las herramientas utilizadas.

Tabla 13. Guía de Preguntas para Entrevista con los Usuarios - Experimento 1

<b>Preguntas a Usuarios</b>
1. ¿Considera que la plataforma se encuentra bien distribuida? ¿Te parece atractivo el nombre y el logo?
2. ¿Qué es lo que más le llama la atención a usted y a su hijo de la página web?
3. ¿considera que los colores dentro de la plataforma son del agrado de usted y de su hijo?
4. ¿Considera que el material es didáctico y agradable para su hijo?
5. ¿Qué herramientas considera que faltan en la plataforma?
6. ¿Tuvo el niño problemas al momento de interactuar con la plataforma?
7. ¿Cómo estuvo la experiencia del niño con la plataforma?
8. ¿Recomendarías la plataforma a otro padre de familia?



9. ¿Consideras que es necesario el uso de las redes sociales para brindar mayor contenido acerca de la plataforma web?
10. ¿Qué cambios nos recomendaría realizar? Algún comentario adicional

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

## ii. Bitácora de actividades

Tabla 14. *Bitácora de Actividades Experimento 1 - Validación de la Experiencia del Usuario*

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>
Realización de entrevistas con los padres de familia ya contactados	Formulación de preguntas	Formulación de 10 preguntas específicas y concisas.
	Evaluar la interacción de los padres de familia y los niños con la plataforma	Se agendo entrevistas a 5 padres de familia ya contactados
Rescatar puntos de mejora y nuevas herramientas que beneficien el aprendizaje del niño(a)	Obtener el mayor feedback de parte de nuestros consumidores	Se intensifico en escuchar las proposiciones y críticas constructivas de los padres entrevistados
	Preguntar por mejoras a criterio de los padres	Se obtuvo recomendaciones de mejora para optimizar la plataforma. Asimismo,

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

c. **Análisis e interpretación**

i. **Malla receptora**

Tabla 15. *Malla Receptora Experimento 1 - Validación de la Experiencia del Usuario*

<b>Puntos fuertes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe una gran expectativa en cuanto al lanzamiento oficial de la plataforma.</li> <li>• La distribución de colores en la plataforma cumple con los estándares de calidad.</li> <li>• La propuesta ataca directamente a la necesidad del consumidor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se debe mejorar la velocidad de carga de la página.</li> <li>• Respecto a la distribución optimizar los espacios para mayor información.</li> <li>• Aumentar la paleta de colores de la página principal.</li> </ul>
<b>Preguntas nuevas</b>	<b>Opiniones interesantes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Se puede abonar de manera mensual para una suscripción anticipada?</li> <li>• ¿Habrá clases de educación física?</li> <li>• ¿Todas las clases tendrán la misma duración?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se debería de loggear en dos perfiles el primero del niño y el otro del padre o apoderado.</li> <li>• Videos mensuales acerca del avance de los usuarios con felicitaciones de sus padres y profesores a cargo.</li> </ul>

Nota. Elaboración Propia. 2021.

## **ii. Principales hallazgos encontrados**

Respecto a las entrevistas pudimos recopilar información importante y concisa. Sobre todo, en aspectos de la funcionalidad de la plataforma web. Si bien es cierto, buscamos que nuestra plataforma través de las validaciones sea cada vez más completa con información detallada. Es de suma importancia la velocidad de carga que le damos a nuestra plataforma. En la actualidad, todo tipo de actividad infantil suele ser rápida y fresca. Esto no debe variar en una actividad virtual dirigida a los niños. Pues son el público más rápido en aburrirse con situaciones repetitivas o esperas de tiempo prolongadas. Para optimizar la rapidez de la página es importante contar con un personal de informática capacitado que le dé el mantenimiento necesario a una plataforma que carga mucho contenido visual y de video.

## **iii. Interpretar el significado de los resultados**

La rapidez de una página web es fundamental para todo usuario. Más aún si no está realizando una actividad de ocio o de diversión que la espera es más prolongada. Una plataforma de enseñanza virtual debe priorizar la rapidez de carga para mantener al usuario o al alumno despierto y atento a la siguiente enseñanza. Atrapándolo en la síntesis del tema a tratar. Los niños tienden a distraerse de manera muy rápida ante cualquier estímulo. Es por ello, que es recomendable si es que la espera de carga se vea prolongada. Atraer al niño con alguna figura o símbolo relacionado al tema que le permita mantenerse enfocado en su aprendizaje.

## **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

Un cambio para poder realizar de inmediato en la velocidad de la carga y programar. Símbolos, figuras educativas, inclusive juegos didácticos de corta duración; por ejemplo: durante la carga de un video que el niño está subiendo como tarea. La espera del profesor o en la espera del inicio de su clase programada. Son los pequeños detalles que hacen la diferencia. Es por ello, que APRENDE ABC no solo

buscará atraer a la mayor cantidad de público objetivo sino también satisfacer sus necesidades enfocándonos en los detalles.

**e. Sustentación de las validaciones**

En el siguiente enlace se podrá acceder a una carpeta que contiene las entrevistas a los usuarios del experimento 1:

[https://drive.google.com/drive/folders/1Yt\\_FCXiOGcOBzfxbutXvfYoOAmqmNni?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1Yt_FCXiOGcOBzfxbutXvfYoOAmqmNni?usp=sharing)

**5.2.2. Experimento 2**

**a. Objetivo del experimento**

El experimento tiene como objetivo observar la interacción de los usuarios frente al manejo de la página web “Aprendo ABC”, la cual ha sido mejorada en base a las sugerencias y recomendaciones brindadas por los anteriores entrevistados. Con la información recolectada se podrá validar si los padres de familia están dispuestos a dejar que sus hijos refuercen los temas de clases mediante la página, así como si esta es atractiva para sus niños, y si su uso se adecúa a ellos, además de otras sugerencias que harán a la plataforma lo más efectiva posible.

**b. Diseño y desarrollo del experimento**

**i. Descripción del experimento**

El desarrollo de este experimento consta en la realización de cinco entrevistas a padres de familia que tienen hijos en la etapa escolar inicial que puedan interactuar con la versión mejorada de la página web para que brinden la retroalimentación respecto al mismo, permitiéndonos analizar la experiencia de uso y comprobar la atracción e intención de registro de los padres.

Las entrevistas tuvieron lugar mediante reuniones virtuales en la cual se verificó junto a los padres cómo se llevó el funcionamiento de la página web para él y su niño. Entre las preguntas realizadas se encuentran las siguientes:

Tabla 16. *Guía de Preguntas para la Entrevista con los Usuarios - Experimento 1*

<b>Guía de preguntas para los Usuarios</b>
1. ¿Te parece que el nombre y el logo transmiten la propuesta de valor?
2. ¿Cuáles son las características que más le gustaron a tu hijo?
3. ¿Te parece que el diseño y modo de uso es fácil para ti y tu hijo?
4. ¿Los niveles y juegos han sido de ayuda para tu hijo?
5. ¿Dejarías que tu hijo refuerce sus clases mediante el uso de esta página?
6. ¿Dada su experiencia de uso, tiene alguna sugerencia de mejora?

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

## ii. Bitácora de actividades

Tabla 17. *Bitácora de Actividades Experimento 2 - Validación de Experiencia del Usuario*

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>
Realizar mejoras a la página web de “Juego Aprendo”	Evaluar la viabilidad de las sugerencias y mejoras planteadas al prototipo de “Juego Aprendo”	Se analizó cada una de las sugerencias de los primeros entrevistados, evaluando aquellas que fueron más realistas y que sirven para mejorar y facilitar el uso de la plataforma.
	Implementar a la página web las sugerencias y	Por medio de la página WIX se realizaron las mejoras al prototipo,

	mejoras recopiladas durante las primeras entrevistas de Experiencia al Usuario.	cambiando aspectos puntuales de la página como el logotipo y el nombre, además de otros cuadros que generaban contaminación visual; también se implementó la opción de compartir la página en redes sociales.
Realizar las entrevistas de Experiencia al Usuario.	Desarrollar una guía de preguntas en base a la propuesta al usuario.	Se formuló un guía de 6 preguntas específicas para evaluar características amigables y la disposición de uso de la página.
	Agendar entrevistas vía Zoom, Google meets o Salas de Messenger para observar la interacción.	Se entrevistó a 5 padres de familia de niños con edades de entre 3 y 7 años para que interactúen con la página web mejorada.
	Ayudar a los Usuarios a tener una adecuada interacción, explicando el propósito del proyecto y absolviendo las dudas de este.	A lo largo de la entrevista se explicó a los usuarios la funcionalidad de la página web y se resolvieron aquellas dudas que surgieron durante la interacción con el prototipo.
Recopilar y analizar la información	Exportar las grabaciones de los entrevistados.	Se creó una carpeta drive denominada “Experiencia del Usuario 2 – Aprendo ABC”, la cual contiene las 5 entrevistas realizadas

brindada por los usuarios.	Elaboración de una malla receptora	La información obtenida al final de las entrevistas se incorporó en una malla receptora, la cual se divide en aspectos positivos, negativos, sugerencias y preguntas nuevas.
	Confirmar la funcionalidad de la página web (propuesta de valor), así como definir el diseño y la interfaz (logo, colores y facilidad de uso).	Los entrevistados afirmaron que los la funcionalidad, el diseño, y la interfaz de la página web son los adecuados para las clases dinámicas, sin embargo, algunos comentaron mínimas sugerencias de mejora.
	Análisis de la información brindada por los usuarios para la incorporación de mejoras	Se incorporarán las funciones de puntos por nivel de avance, así como un ranking de los mejores puestos en tiempo real.

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

### c. Análisis e interpretación

#### i. Malla receptora

Tabla 18. Malla Receptora Experimento 2 - Validación de la Experiencia del Usuario

Puntos fuertes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> <li>La propuesta de valor presentada es aceptada por los usuarios como una</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No presenta la opción de poder competir en tiempo real con otros</li> </ul>

<p>alternativa de solución a la brecha educativa generada por la educación a distancia.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El diseño de la página es agradable y didáctico con el nombre, logo y colores.</li> <li>• La funcionalidad es completa y permite un fácil uso de la plataforma.</li> <li>• El apartado de comunidad es útil y de gran ayuda para que los padres compartan información entre ellos.</li> </ul>	<p>“Visitantes” en los niveles de aprendizaje.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No se puede visualizar un ranking de las mejores puntuaciones obtenidas por los visitantes.</li> <li>• Se podría implementar un video introductorio en Inicio para contextualizar la dinámica de aprendizaje de los visitantes.</li> <li>• Sería adecuado diversificar la gama de cursos de acuerdo con los días escolares de clase.</li> </ul>
<b>Preguntas nuevas</b>	<b>Opiniones interesantes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo incentivar las clases con un modelo de aprendizaje autónomo?</li> <li>• ¿De qué manera se puede facilitar el entendimiento de la página web?</li> <li>• ¿Para qué sirven los puntos acumulados en cada dinámica?</li> <li>• ¿Existirán más niveles en el modelo freemium?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar un video tutorial dando a conocer el funcionamiento de la página y de las dinámicas de aprendizaje.</li> <li>• También se incorporará un ranking en tiempo real de los jugadores con mejores puntajes.</li> <li>• Se incorporará un sistema de alerta de notificaciones cuando haya inactividad prolongada del visitante.</li> </ul>



## **ii. Principales hallazgos encontrados**

En base a la información brindada por los entrevistados, se pudo validar que a los padres de familia les interesa que el proyecto tenga un enfoque de comunidad para todos ellos, ya que lo consideran un diferenciador de otras páginas que solo se centran en la educación del niño. Además, son conscientes de que por medio de Aprendo ABC, se logrará reducir la brecha educativa originada por la pandemia, que limitó el aprendizaje de los niños y de los padres, quienes tuvieron que buscar por su cuenta métodos alternativos de educación en casa.

Por otro lado, los padres de familia valoran que la página web tenga un diseño mejorado de manera integral, los colores de la plataforma no cansan la vista y son muy atractivos para el niño, dando una sensación de frescura durante los niveles. En cuanto al logotipo y nombre de la empresa, los entrevistados comentan que esta expresa claramente la dinámica de juegos con la que se pretende brindar la educación inicial en los niños, además de que los demás padres podrán reconocer fácilmente la página cuando estos lo recomienden. Durante los niveles de aprendizaje fue muy entretenido para los niños interactuar con cada uno de los cursos, por lo que los papás estarían dispuestos a dejar que sus niños refuercen sus temas de clase con la página de Aprendo ABC.

## **iii. Interpretar el significado de los resultados**

Para los padres de familia es vital que sus niños desarrollen un aprendizaje autónomo, por lo que, ven como una buena alternativa de solución dejar que sus niños interactúen con Aprendo ABC. Además, la metodología de enseñanza virtual desarrollada para la plataforma es bien vista por diversos padres, quienes estarían dispuestos a pagar una suscripción premium si notan que los niños están desenvolviéndose mejor y que se divierten mucho pasando un buen rato en la página.

El contar con un servicio de comunidad de padres es un diferencial bien valorado que busca adaptar a un modelo virtual la cotidianeidad escolar a la que muchos de estos estaban acostumbrados. Incluso, ahora los padres podrán tener acceso a una gran variedad de información con la que podrán

interactuar, de modo que, logren integrarse a esta nueva normalidad en la que podrán ser padres y maestros calificados para sus hijos.

Los padres de familia buscan una plataforma digital 100% integrada que asegure una educación de calidad para los niños en casa debido a que para ellos es un punto clave para el crecimiento y desarrollo de los niños. Es por ello que, para la realización de la página web se integrarán elementos que permitan dinamizar y facilitar la interacción tanto de los padres como de sus hijos.

#### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

En primer lugar, para facilitar y agilizar el proceso de interacción de la plataforma con los usuarios, ya sean padres o hijos, se diseñará e implementará un video tutorial en el que los “Visitantes” podrán tener el paso a paso de cómo familiarizarse con los niveles y los cursos de cada categoría, además de los diferentes apartados como el de información básica, comunidad de padres, y el de registro y pago del programa en caso se elija la opción premium.

Como segunda alternativa, se diseñará e incorporará para cada nivel, un ranking en donde los Visitantes puedan observar los diferentes puestos en los que se encuentran de acuerdo con los puntajes obtenidos. Para ello, deberá ingresar a la opción de “Desafío Tibo”, a través del cual podrán tomar una pequeña prueba de lo aprendido para evaluar aquellos temas que han visto a lo largo del nivel. De esta manera se incentivará la sana competencia y el aprendizaje entretenido.

En tercer lugar, con el fin de asegurar un aprendizaje autónomo y didáctico para los niños, la página web implementará un sistema de alerta que detectará cuando el visitante haya pasado un largo tiempo de inactividad, de modo que, se les notificará a los padres de familia para que tomen conocimiento de la situación y puedan brindar retroalimentación con la explicación de los motivos por el cual se presenta la inactividad de su niño.

e. **Sustentación de las validaciones**

En el siguiente enlace se podrá acceder a una carpeta que contiene las entrevistas a los usuarios del experimento 2:

[https://drive.google.com/drive/folders/1J7GIYXyWUtSGLO7QAfLH\\_LJYAgRF0JsG?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1J7GIYXyWUtSGLO7QAfLH_LJYAgRF0JsG?usp=sharing)

**6. VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO**

**6.1. Validación de canales**

**6.1.1. Experimento 1**

a. **Objetivo del experimento**

El objetivo de este experimento es comprobar que el uso de las redes sociales, como Facebook e Instagram nos permite una mayor interacción con el usuario.

b. **Diseño y desarrollo del experimento**

i. **Descripción del experimento**

Este experimento consiste en publicar contenido de la página web mediante las redes sociales, posterior a ello, con el objetivo de llegar a más usuarios se realizó dos anuncios con un presupuesto de 18 soles cada uno, durante cinco días.

**Fecha:** 12/09/2021

**Duración:** 5 días

**Prototipo:** Post en las redes sociales

**Método:** Se realizarán publicaciones en las redes sociales, con el objetivo que los padres de familia conozcan del servicio brindado por “Aprendo ABC” así como de que interactúen con las publicaciones.

**Métrica:** Número de usuarios que interactúen con las publicaciones en Facebook e Instagram de Aprendo ABC

## ii. Bitácora de actividades

Tabla 19. Bitácora de Actividades Experimento 1 - Validación de Canales

Actividad	Tarea	Resultado
Realizar los posts en Facebook e Instagram	Crear la página de Facebook e Instagram	Se creó la página de Facebook e Instagram "Aprendo ABC" el día 13 de septiembre.
	Determinar cuál será el anuncio a realizar	El anuncio se creó con la finalidad de obtener mayor alcance y clics dentro de la página
Medir la interacción de los usuarios a través de las publicaciones realizadas	Contabilizar la cantidad de seguidos y me gusta que tiene la página	Percibir a cuántos usuarios les gusta las publicaciones realizadas
	Identificar el alcance del público objetivo	Determinar cuáles son las métricas de promoción
	Determinar qué tipo de publicaciones prefiere el usuario	Los usuarios prefieren el contenido mediante videos informativos, acerca del servicio brindado

Realizar dos anuncios en Facebook	Contabilizar la cantidad de me gusta que se obtiene posterior a la publicidad	Se contabilizo durante cinco días con un presupuesto de 18 soles por anuncio
	Identificar los usuarios potenciales nuevos	Se identificaron nuevos segmentos

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

c. **Análisis e interpretación**

i. **Malla receptora**

Tabla 20. *Malla Receptora Experimento 1 - Validación de Canales*

<b>Puntos fuertes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook es una herramienta que permite acercarte más al usuario, conocer y determinar sus preferencias.</li> <li>• La opción de crear anuncios resulta favorable, ya que permitió un mayor alcance del público.</li> <li>• Facebook permite que el anuncio se distribuya en cada red social vinculada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar mayor contenido acerca del uso de la página, incluir videos tutoriales.</li> <li>• Las publicaciones deberían ser más llamativas y con mayor alcance del público objetivo</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta red social permite destinar un presupuesto y días según las preferencias que dispongas,</li> </ul>	
<p><b>Preguntas nuevas</b></p>	<p><b>Opiniones interesantes</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Facebook es la mejor opción para promocionar la página web?</li> <li>• ¿Existen otras redes donde se obtengan mayores resultados en cuanto a las vistas?</li> <li>• ¿Todas las publicaciones realizadas deberán ser promocionadas?</li> <li>• ¿Se debería incrementar el presupuesto y los días para las promociones?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer uso de otras plataformas para crear anuncios, tales como Instagram o videos promocionales en YouTube</li> <li>• Realizar más post en Facebook acerca de los beneficios que tare el uso de esta página web</li> <li>• Realizar mayor contenido audiovisual</li> </ul>

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

## ii. Principales hallazgos encontrados

Durante los días que se promocionaron los anuncios se contabilizo que “Aprendo ABC” obtuvo 117 likes de personas que fueron captadas por la idea de negocio de la plataforma. Entre los dos anuncios se obtuvo más de 3000 alcances, más de 700 interacciones y más de 2000 impresiones.

Por el lado de Instagram se logró un alcance 151 personas, considerando incluso de que en esta red social no utilizó ningún anuncio que capte la atención de nuestro público objetivo. Esto debido a que consideramos a Instagram como una red social para un público más joven al nuestro.

### **iii. Interpretar el significado de los resultados**

Facebook es una herramienta fundamental para acercarse al público objetivo, ya que brinda facilidades para dar a conocer la página web, así como la promoción de publicaciones. Esto a su vez ayuda a generar mayor tráfico en el landing page, así como en los alcances y los clics, además, permite obtener resultados más rápidos y concisos. Una ventaja de esta red social es que permite segmentar el mercado de acuerdo al público objetivo, por lo que la consideramos como una buena alternativa para próximas promociones publicitarias.

Asimismo, se tiene en cuenta que el landing page nos puede acercar al consumidor por medio del marketing, ya que nos brinda distintas herramientas de redireccionamiento, donde el cliente puede conocer más acerca del portal web, así como generar mayor tráfico y brindar una excelente experiencia.

### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Se deberá realizar publicaciones que contengan más información acerca de los servicios brindados, así como de sus beneficios, con la finalidad de promover las interacciones de las personas.
- Se empleará el uso de otras redes sociales como Instagram para generar un mayor alcance a los usuarios.
- Se deberá usar un programa especial para la edición de las imágenes y videos, con ello lograr que sea más atractiva para el usuario.

e. **Sustentación de las validaciones**

En los siguientes enlaces se podrá acceder a las páginas de Facebook e Instagram respectivamente:

[https://www.facebook.com/AprendoABC2021/?ref=pages\\_you\\_manage](https://www.facebook.com/AprendoABC2021/?ref=pages_you_manage)

[https://www.instagram.com/juego\\_aprendo2021/](https://www.instagram.com/juego_aprendo2021/)





**Aprendo ABC**

5 d • 🌐



¿Buscas reforzar el aprendizaje en tu niño?  
 AprendoABC es tu aliado. Mientras tu hijo se  
 entretiene jugando, está reforzando lo que se  
 le enseña en clases! ¿Quién dice que aprender  
 no es divertido? 🤩 #kids #nivelinicial  
 #aprenderjugando  
 Mas información en !!  
<https://sparkjoelsa.wixsite.com/juego-aprendo>



**Aprendo ABC**

5 d • 🌐



¿Sabías de esto? 🤩 ¿Qué mejor manera de  
 ayudarles en su proceso de aprendizaje que  
 brindándoles una plataforma que combina las  
 clases y el juego? ¡APRENDER SÍ PUEDE SER  
 DIVERTIDO!  
 #kids #aprenderjugando #niños #educación  
 #plataformadigital  
 Mas información en:  
<https://sparkjoelsa.wixsite.com/juego-aprendo>

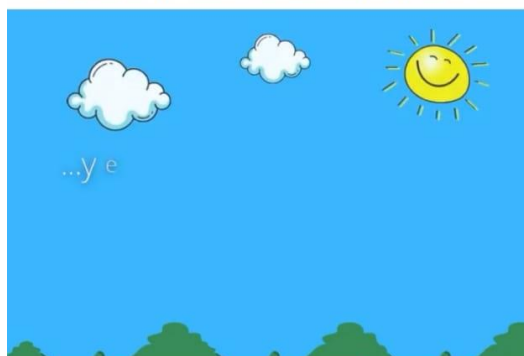


Figura 5. Anuncios Promocionados en Facebook de Aprendo ABC. Elaboración Propia.

2021.

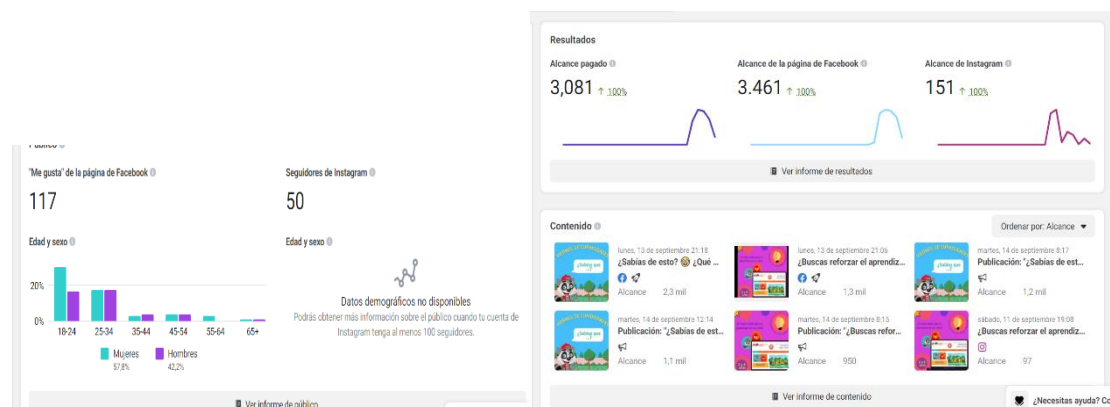


Figura 6. Resultados Obtenidos por Publicidad en Facebook. 2021.

## 6.1.2. Experimento 2

### Objetivo del experimento

El objetivo de este experimento es validar que Facebook permite comunicar y generar interés en los usuarios.

### Diseño y desarrollo del experimento

### Descripción del experimento

Se realizaron publicaciones en Facebook agregándose un botón de “más información” con ello el usuario tuvo la opción de enviar un mensaje a la página, así como redireccionándose al portal web, donde pudo obtener más información acerca de los servicios brindados.

**Fecha:** 12/09/2021

**Duración:** 5 días

**Prototipo:** Post en las redes sociales

**Método:** Se realizarán publicaciones en las redes sociales, con el objetivo que los padres de familia comenten o presionen la alternativa de más información

**Métrica:** Cantidad de usuarios que interactúan con las publicaciones en la página web.

### i. Bitácora de actividades

Tabla 21. *Bitácora de Actividades Experimento 2 - Validación de Canales*

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>
Realizar publicaciones en Facebook	Buscar información relevante que incentive al usuario a dar clic	Mas de 20 clics dentro de la publicación
	Subir la publicación con imágenes, utilizar la herramienta canva	Generar interacciones dentro del post
Medir la interacción de los clientes potenciales mediante las publicaciones	Generar el redireccionamiento hacia la página web	Mas de 18 mensajes dejados en la plataforma redireccionado por más información, lo cual permitió conocer cuál sería las publicaciones que más le agradan al usuario
	Contabilizar cuantas personas fueron las que reaccionaron a las publicaciones	Determinar cuál fue el alcance de los posts dando a conocer la plataforma

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

a. **Análisis e interpretación**

i. **Malla receptora**

Tabla 22. *Malla Receptora Experimento 2 - Validación de Canales*

<b>Puntos fuertes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permite conocer cuáles son las opiniones de los usuarios.</li> <li>• Brinda la facilidad de que el usuario conozca más acerca de la idea de negocio.</li> <li>• Interacciones libres de costos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar más posts con redireccionamiento, para que el usuario conozca el portal web.</li> </ul>
<b>Preguntas nuevas</b>	<b>Opiniones interesantes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cada cuánto tiempo será necesario realizar publicaciones?</li> <li>• ¿Sera necesario contar con personal que se encargue de la parte técnica de la página web?</li> <li>• ¿Qué otros canales se podrían utilizar para generar un mayor alcance?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar todas las herramientas del landing page.</li> <li>• Realizar más publicaciones con la opción de “más información”.</li> </ul>

Nota. Elaboración Propia. 2021.

## **ii. Principales hallazgos encontrados**

Los clientes se encuentran atraídos por las publicaciones realizadas, ya que se cuenta con un mayor alcance, así como las reacciones son mayores a los comentarios.

Las publicaciones que contienen el botón de “más información” genera que los usuarios pregunten dentro de la plataforma para conocer más sobre los servicios que ofrece Aprendo ABC.

## **iii. Interpretar el significado de los resultados**

Las publicaciones que se realizaron sirvieron para generar en el usuario la necesidad de buscar mayores respuestas, respecto a lo que ellos están visualizando. Los posts generaron mayor rebote de información por parte de los clientes, estos a su vez compartieron el contenido que consideraron de su grado.

Se debería compartir información relevante que genere conciencia en los padres de familia acerca de la importancia del estudio, para los niños que están en proceso de aprendizaje.

## **b. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Realizar publicaciones con mayor contenido informativo acerca de los programas que se cuenta, así como de sus beneficios.
- Incentivar al usuario con publicaciones atractivas para que ellos le busquen la redirección a buscar más información.
- Distribuir y ordenar las publicaciones a realizar para que no exista confusión respecto al mensaje a enviar.
- Crear una simulación de mensajes para que el usuario solo tenga acceso a la información acerca de los servicios brindados.

### c. Sustentación de las validaciones

A continuación, se mostrará la bandeja de mensajes obtenidos por las publicaciones, además de las estadísticas de alcance de las publicaciones:



Figura 7. Bandeja de Mensajes en Facebook de Aprendo ABC. 2021.

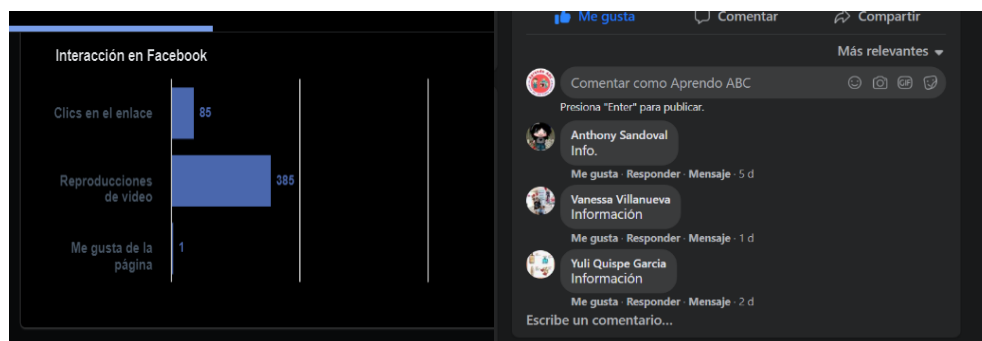


Figura 8. Resultados obtenidos en Facebook de Aprendo ABC. 2021.

## 6.2. Validación de recursos clave

### 6.2.1. Experimento 1

#### a. Objetivo del experimento

A través de este experimento se procederá a recopilar información sobre las estrategias a aplicar para las actividades de Marketing y los puestos de trabajo que deberíamos de implementar para esta área.

#### b. Diseño y desarrollo del experimento

Se realizarán entrevistas a dos expertos, con mínimo un año de experiencia en el área de marketing, de manera individual para validar la importancia de las acciones de marketing, corregir los errores cometidos y determinar la cantidad de personas que se deberían de contratar.

**Fecha:** 13/09/2021

**Método:** Entrevistas individuales a través de la plataforma Zoom.

**Métricas:** Número de mejoras a realizar

### i. Descripción del experimento

A través de este experimento se realizará una entrevista vía zoom a dos mercadólogos quienes nos van a brindar información relevante para determinar las mejores acciones de marketing, o las recomendables, a emplear para promocionar la plataforma web de aprendizaje de manera efectiva y mantener la comunicación e interacción con el público objetivo, así como también la cantidad de puestos a necesitar en esta área. Para poder recolectar de manera efectiva la información se procederá a realizar una guía de preguntas, la cual se especifica líneas abajo.

Tabla 23. *Guía de Preguntas para la Entrevista con los Expertos – Experimento 1*

<b>Guía de preguntas para los expertos en Marketing</b>
1. ¿Considera que las acciones de marketing realizadas para la idea de negocio, actualmente, son efectivas?
2. ¿Qué acciones podrías recomendar para mejorar la estrategia de Marketing?
3. ¿Cuál es el impacto que generaría una buena estrategia de marketing para esta idea de negocio?
4. ¿Cada cuánto tiempo se debería de realizar planes de marketing para esta plataforma?
5. ¿Cuántas personas, o puestos, necesitaríamos para que el área de marketing sea exitosa y ayude a impulsar nuestra idea de negocio?

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

### ii. Bitácora de actividades

Tabla 24. *Bitácora de Actividades Experimento 1 - Validación de Recursos Clave*

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>



Preparar la entrevista	Elaborar la guía de preguntas en base a los temas a consultar con el mercadólogo	Se elaboró la guía de 10 preguntas para el mercadólogo en base a las actividades a realizar para la plataforma virtual de reforzamiento "Aprendo ABC"
Realizar la entrevista	Contactar y coordinar con el experto	Se le llamará por celular al experto para explicarle la idea de negocio y preguntar sobre su disponibilidad para la entrevista vía zoom.
	Iniciar la entrevista	Se le brindará acceso al zoom y se procederá a realizar las preguntas de la guía de preguntas.
	Recopilación de información con el enfoque de acciones de marketing	Se realizarán nuevas preguntas para aclarar dudas en base a los temas tocados en la guía de preguntas.
Ordenar información y sustentación de la entrevista	Realizar la malla receptora	Se procedió a llenar la malla receptora con la información que se nos brindó en la entrevista.
	Sustentación de la entrevista	Se procede a descargar la grabación de la entrevista y subirla a la carpeta de drive para evidenciar la

		validar de recursos clave del modelo de la idea de negocio
--	--	--

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

### c. Análisis e interpretación

#### i. Malla receptora

Tabla 25. Malla Receptora Experimento 1 - Validación de Recursos Clave

<b>Puntos fuertes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los canales utilizados están bien escogidos</li> <li>• Las redes sociales son un buen inicio para empezar a tener más notoriedad</li> <li>• Tener en cuenta que, si bien el niño es el usuario, el padre es quien ve la publicidad por lo que se debe de tener adaptad la imagen a este.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se podría complementar la campaña de marketing con anuncios responsive y Google Search.</li> <li>• No basta con sólo una persona, se necesitaría alrededor de tres personas</li> <li>• Lo mejor sería ser constantes y crear contenido de valor.</li> <li>• Mejorar en cuanto a la constancia de publicaciones en redes sociales.</li> <li>• Tener en cuenta que otras de las plataformas en las que los padres, y niños, pasan tiempo del día es YouTube, plataforma a la que no se le considerado como opción inicial.</li> </ul>
<b>Preguntas nuevas</b>	<b>Opiniones interesantes</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Es necesario iniciar con tres personas o una que cumpla todas estas funciones?</li> <li>• ¿Deberíamos de colocar anuncios por YouTube y de qué tipo?</li> <li>• ¿Sería una acción correcta implementar marketing de contenidos enfocado en técnicas complementarias para los padres sobre cómo ayudar a su niño?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener en cuenta que para que el área de marketing funcione de buena manera sería necesario el gestor de comunidades, asistente de marketing y encargado de marketing digital.</li> <li>• Es necesario trabajar en alineación con las demás áreas para que el plan sea más efectivo</li> <li>• Los padres pasan más tiempo en Facebook mientras que los jóvenes en Instagram.</li> <li>• Al recién empezar se necesita como mínimo dos personas para que la persona encargada de marketing tendrá que se pueda elaborar y controlar el miso, además de estar pendiente de las diversas campañas.</li> </ul>
---	---

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

## ii. Principales hallazgos encontrados

Si bien las redes sociales son una manera excelente de tener mayor alcance a través de anuncios y distintas herramientas de segmentación, también hay que tener en cuenta los canales de video y búsqueda que utiliza el público objetivo, por lo que es necesario tener a la par a un experto en marketing digital que pueda determinar la mejor manera de obtener alcance. Asimismo, un buen plan de marketing debe de realizarse cada 6 meses, además de mantener constancia en las publicaciones e

interacción con los usuarios, por lo que contratar a tres personas para que sean parte del área de Marketing, desde la planificación a la ejecución, es lo recomendable.

### **iii. Interpretar el significado de los resultados**

El área de Marketing ayudará a que se puedan realizar las ventas a través de distintas estrategias ya sean de contenido, alcance o publicidad. Sin embargo, se deberá tener en cuenta realizar un estudio de mercado y planificar el contenido, ello implica tener personal capaz con el que se pueda desarrollar, ejecutar y controlar las estrategias de Marketing. Además, se tiene en cuenta que hoyen día los medios digitales son los predominantes para que las personas puedan tener conocimiento de las diversas ofertas del mercado, por lo que es imprescindible contar con un equipo de marketing que ayude a comunicar la oferta del negocio, mantener la relación con los clientes e incluso recopilar información para mejorar la oferta y diferenciarse de la competencia.

### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

Se contratará a un equipo de marketing, personal fijo, para que se puedan desarrollar de manera adecuada las estrategias de Marketing, especialmente en el inicio para que el producto se dé a conocer y mantener una buena relación con ellos, que poco a poco ayudará a que el crecimiento sea orgánico. Se hará énfasis en publicidad digital, marketing de contenidos y estrategias de oferta o plan de marketing general.

### **e. Sustentación de las validaciones**

En el siguiente enlace se podrá acceder a una carpeta que contiene las entrevistas a los usuarios del experimento:

<https://drive.google.com/drive/folders/14RXHUhBmkz7g-BE8CSrBK4-9rzCtfG4L?usp=sharing>

Tabla 26. *Enlace de las Entrevistas Realizadas a Expertos Docentes - Experimento 1*

<b>Nombres y apellidos</b>	<b>Profesión</b>
Vanessa Robles Gómez	Mercadóloga especialista en publicidad y marketing digital
César López Perauna	Mercadólogo publicista

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

## 6.2.2. Experimento 2

### a. **Objetivo del experimento**

El objetivo de este experimento es buscar distintas herramientas y programas que se requiere para poder implementar la plataforma.

### b. **Diseño y desarrollo del experimento**

#### i. **Descripción del experimento**

Para el desarrollo de este experimento se utilizó fuentes secundarias para buscar información acerca de los costos y uso de los distintos programas para implementar dentro de la plataforma web.

#### ii. **Bitácora de actividades**

Tabla 27. *Bitácora de Actividades Experimento 2 - Validación de Recursos Clave*

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>
Buscar los programas y herramientas que se	Buscar a detalle cada programa que se requiere para la elaboración del sitio web.	Se buscó información en fuentes fiables por Google Chrome.

necesitan para la plataforma web	Recopilar información necesaria para la elaboración del sitio web	Se encontró distinta información acerca de dominios, conectividad, certificado de seguridad y programas que se necesita para elaborar una página web.
Describir los programas para plataformas web	Colocar toda la información recopilada para la elaboración de una plataforma web.	Se conoció que existen distintos programas para elaborar una plataforma web.
	Analizar la información recopilada acerca de cómo crear una página web	Se analizó los distintos programas y herramientas que se requieren para implementar una página web

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

### c. Análisis e interpretación

#### i. Malla receptora

Tabla 28. *Malla Receptora Experimento 2 - Validación de Recursos Clave*

<b>Puntos fuertes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>El prototipo se realizó con Wix, un sitio web importante para elaborar plataformas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hay otros sitios web que estructuran mejor una plataforma web.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se necesita muchas herramientas para elaborar una plataforma web.</li> <li>• Existen diversas plataformas que te asesoran para elaborar un sitio web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se necesita trabajar con un diseñador web para contar una mejor calidad en el contenido de la plataforma.</li> </ul>
<b>Preguntas nuevas</b>	<b>Opiniones interesantes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Es necesario trabajar con plataformas digitales para diseñar una página web?</li> <li>• ¿Qué ofrecen los distintos programas para elaborar una plataforma eficiente?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay plataformas que vienen incluidas con herramientas esenciales para la elaboración de un sitio web.</li> <li>• Principalmente los programas vienen para diseñar gratuitamente, no obstante, si se necesita dominio u otras herramientas es un costo adicional.</li> </ul>

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

## ii. Principales hallazgos encontrados

Para elaborar un sitio web se requiere de muchas herramientas, tanto de comprar el nombre del dominio, que varía mucho dependiendo el precio, por ejemplos las extensiones más baratas son las que terminan “.co”, “.info” y “.org”, hasta suelen ser más baratas que el “.com” o un código del país como “.com.pe”. Sin embargo, hay programas que te brindan el dominio de manera gratuita, y esto depende del plan que tengas con dichos programas, no obstante, la mayoría si cobra un costo adicional. Además, se debe contar con un Web Hosting, que viene a ser el servidor de conectividad, existen tres tipos, uno un hosting compartido que es el más barato, luego está el servidor privado virtual (VPS) y el servidor dedicado. Esto varía dependiendo de los seguidores que se tenga en la plataforma Web.

El certificado de seguridad es una obligación para los que manejan plataformas web, ya que garantiza la tranquilidad del sitio web y de las personas que ingresan. El diseño web es de suma importancia ya que facilita a los clientes de poder navegar de una forma más sencilla. Esta sección la puedes realizar un diseñador web o los mismos creadores de la idea del negocio.

El prototipo de nuestra idea de negocio se realizó con Wix, que es un programa muy popular para crear páginas webs, sin embargo, existen otras páginas que algunas fuentes la consideran mejor que Wix.

### **iii. Interpretar el significado de los resultados**

El trabajo que se requiere para una plataforma web es demasiado, ya que se requiere mucha creatividad en la idea y en la elaboración de la misma. Asimismo, existen muchas herramientas que se necesitan para elaborar páginas web como dominios, conectividad, certificado de seguridad y diseño. Asimismo, se cuenta con distintos programas que facilita el trabajo de una plataforma, por ejemplo, como Wix, WordPress, Weebly, entre otros.

### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Se conoció que para elaborar una plataforma Web se necesita de distintas herramientas digitales.
- Existen diversos programas que facilitan la creación de una página web.
- El diseño de la página web es de suma importancia, ya que genera en los clientes mayor visibilidad y usabilidad para poder navegar en la plataforma de una manera más eficiente.

### **e. Sustentación de las validaciones**

A continuación, se muestran los enlaces citados en APA 7, de las fuentes secundarias de donde se tomaron la información:



GoDaddy. (2019, octubre 30). *Costo de una página web en Perú: todos los detalles que debes conocer*. Recuperado de <https://pe.godaddy.com/blog/cuanto-cuesta-crear-pagina-web-profesional-en-peru/>

Escriba, S. (s.f.). *Listado de los mejores los mejores programas para crear y diseñar páginas web*. Recuperado de <https://sergioescriba.com/listado-programas-crear-disenar-paginas-web/>

Digital Guide IONOS. (2020, julio 10). *¿Cuánto cuesta una página web? Comparamos 7 tipos de sitios*. Recuperado de <https://www.ionos.es/digitalguide/paginas-web/creacion-de-paginas-web/cuanto-cuesta-una-pagina-web/>

WIX Blog. (2020, junio 21), *¿Cuánto cuesta una página web?* Recuperado de <https://es.wix.com/blog/2020/02/precio-de-pagina-web/>

### **6.3. Validación de actividades clave**

#### **6.3.1. Experimento 1**

##### **a. Objetivo del experimento**

El objetivo de este experimento es determinar los aspectos digitales que se necesitan para elaborar la plataforma.

##### **b. Diseño y desarrollo del experimento**

Para la realización de este experimento se realizó una entrevista al programador digital, quien es especialista en desarrollo de plataformas web, donde nos brindará información relevante acerca de los programas que se deben utilizar, el tiempo estimado para implementarlo, y también sobre implementar

una pasarela de pago dentro de la plataforma. Para ello, se elaboró una guía de preguntas referente a los temas que se quiere recolectar.

Tabla 29. *Guía de Preguntas para Entrevistar al Experto Programador – Experimento 1*

<b>Guía de preguntas para el programador</b>
1. ¿Cuánto tiempo se requiere para implementar la plataforma?
2. ¿En qué lenguaje de programación debo desarrollar la plataforma?
3. ¿Qué tipo de programas se van a utilizar?
4. ¿Qué se necesita para implementar una pasarela de pagos?
5. ¿Cuánto es el costo aproximado para implementar la plataforma?

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

### **i. Descripción del experimento**

Para el desarrollo de este experimento se realizó una entrevista con un programador web, para que nos brinde información acerca de lo que se tiene que mejorar de la plataforma web.

### **ii. Bitácora de actividades**

Tabla 30. *Bitácora de Actividades Experimento 1 - Validación de Actividades Clave*

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>
Entrevista con experto en programación digital	Elaboración de una guía de preguntas	Se elaboró una lista de 5 preguntas para realizar la entrevista.
	Contactar y coordinar entrevista con el experto en plataformas digitales	Se coordinó una entrevista con un programador digital, con experiencia en

		realización en plataformas digitales, de este modo, obtener información y evaluar los distintos métodos que se utilizan para la plataforma web.
	Reunión y enfoque de información y feedback	En la entrevista se recopila información específica acerca de la plataforma.
Conseguir Feedback	Desarrollar guía de preguntas	Se siguió la guía de las 5 preguntas
	Realizar la entrevista vía Zoom o Google Meet	Se entrevistó al experto en programación digital
	Evidenciar información	Las entrevistas se subirán a la carpeta drive

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

### c. Análisis e interpretación

#### i. Malla receptora

Tabla 31. Malla Receptora Experimento 1 - Validación de Actividades Clave

Puntos fuertes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> <li>Está bien distribuida la plataforma.</li> <li>Wix es una plataforma sencilla de uso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El problema con Wix es que no sitúa bien la página web, es decir, va a ser más complicado encontrarlo en el buscador.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podrían trabajar con otro programa para implementar la plataforma web.</li> <li>• No recomienda implementar una pasarela de pagos desde un inicio.</li> </ul>
<b>Preguntas nuevas</b>	<b>Opiniones interesantes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Se deberá cambiar el programa que se utiliza para la plataforma web?</li> <li>• ¿Cuánto demorará implementar si trabajamos nosotros mismos en la implementación de la plataforma?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si se utiliza un solo programador, la plataforma estará en máximo tres meses, pero si utiliza un equipo (empresa) de demoraran aproximadamente un mes.</li> <li>• El lenguaje de información que se debe utilizar es PHP para back-end y para front-end el paquete clásico.</li> <li>• Utilizar la plataforma Ocean para la conectividad.</li> <li>• Shopify te da una estructura fija para implementar una plataforma web.</li> <li>• Uno mismo podría trabajar en el mantenimiento de la plataforma.</li> </ul>

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

## ii. Principales hallazgos encontrados

Los principales hallazgos encontrados es que se necesita muchos programas para poder implementar una plataforma. El prototipo se encuentra bien distribuido, sin embargo, para la implementación se requiere otros aspectos. Por ejemplo, si se piensa utilizar un solo programador, aproximadamente va a cobrar un poco más caro que una empresa, y además se va a requerir más tiempo para que pueda poner en marcha la plataforma web, sin embargo, si se piensa trabajar con una empresa, el costo es más barato, y el tiempo estimado es más corto. Además, el lenguaje de información que se debe utilizar es el de PHP para el back-end, y para el front-end se debe usar el paquete clásico.

Wix es una plataforma que no sitúa muy bien las plataformas en la búsqueda, por ello, nos recomendó trabajar en WordPress o Shopify que sitúan mejor los sitios web. Además, Shopify te da una estructura fija para poder implementar el sitio web.

Para la pasarela de pago, nos recomienda que no es mejor situarla desde un inicio, ya que para poder hacer eso se necesita miles de programadores, en cambio se puede conseguir cuando la plataforma está en marcha, por ejemplo, con Shopify es mucho más sencillo poder implementar eso.

## iii. Interpretar el significado de los resultados

Es muy importante saber de qué manera se piensa implementar la plataforma, ya que genera costos respecto a los sueldos de los programadores, los programas que se van a utilizar, entre otros. Para el sueldo de un solo programador ronda entre los 2,500 – 3,000 dólares, en cambio, si se trabaja con un staff el costo es menor a 2,000 dólares y mayor a 1,500 dólares. Igualmente, el costo de los programas para poder implementar una plataforma web varía depende, si lo realizamos nosotros mismos, solo se gastaría en el algoritmo que cuesta 15 dólares y 29 dólares que cuesta para que se llame “AprendoABC.com”, en cambio, si se trabaja con un staff, además del dinero que recibirían por implementar la plataforma, algunos cobran aparte por el costo del servidor y de mantenimiento.

**d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

Se buscará trabajar con una empresa de programación con el fin de poder implementar la plataforma, ya que se considera que es necesario que personas expertas trabajen en el buen uso de la plataforma web, añadiendo que la idea de negocio se trabaja con padres y niños, por ello, se necesita a personas capacitadas para la plataforma. Además, que el costo y el tiempo es mucho menor que a trabajar con un solo programador.

**e. Sustentación de las validaciones**

En el siguiente enlace se podrá acceder al video de la entrevista realizada al experto programador, Moisés Cornejo, quien se desarrolla como Programador Digital en el ámbito profesional:

<https://drive.google.com/file/d/15w9HspHFafmcw7gLoNnnfpELkQ9-3O7z/view?usp=sharing>

**6.4. Validación de socios clave**

**6.4.1. Experimento 1**

**a. Objetivo del experimento:**

A través de este experimento se validará la participación de personal sumamente capacitado para el desarrollo del proyecto. Obtendremos este personal capacitado (programador y docentes) mediante reclutamientos y procesos de selección virtuales. Que nos permitirá obtener profesionales acordes a la empresa.

**b. Diseño y desarrollo del experimento**

Publicaciones de reclutamiento para profesionales de docencia infantil y programadores digitales.

### i. Descripción del experimento

Para ello se realizarán publicaciones en nuestro fan page oficial “Aprende ABC” en Facebook. Estas publicaciones de reclutamiento serán dirigidas para profesionales capacitados de Programación y docencia infantil. En las cuales propondremos el perfil que debe contar el postulante, los requisitos académicos, la experiencia en el cargo o similar.

### ii. Bitácora de actividades

Tabla 32. *Bitácora de Actividades Experimento 1 - Validación de Socios Clave*

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>
Elaboración de la publicación laboral y preguntas de la entrevista	Escoger los requisitos necesarios para cada puesto	Finalización de la oferta de trabajo lista dirigida para programadores digitales y docentes infantiles.
	Indicar por donde se realiza el recepcionamiento de CV	
	Entrevista zoom con los candidatos	
Publicación de la oferta laboral	Promocionar la oferta en el fan page de APRENDE ABC	Captación de profesionales interesados en pertenecer al proyecto “APRENDE ABC”

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

c. **Análisis e interpretación**i. **Malla receptora**Tabla 33. *Malla Receptora Experimento 1 - Validación de Socios Clave*

<b>Puntos fuertes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Al realizarse la publicación en el fan page oficial, se reciben los cv de manera más directa. Sin intermediarios o páginas que se dedican a compartir ofertas laborales.</li> <li>• La modalidad y los requisitos son claros y precisos sin ambigüedades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se puede mejorar el diseño de la publicación.</li> <li>• Promocionar y darle mayor seguimiento a la publicación.</li> </ul>
<b>Preguntas nuevas</b>	<b>Opiniones interesantes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Habrá profesores que prefieren trabajar de manera virtual que presencial?</li> <li>• ¿Serán los más aptos para el proyecto?</li> <li>• Estarán de acuerdo con el horario plasmado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es importante que los o las docentes tengan una especialización en educación inicial.</li> <li>• Respecto al programador es importante que calce con los docs.</li> </ul>

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.



**ii. Principales hallazgos encontrados**

Se encontró que la publicación se realizó con éxito llegando a todas las personas que le dieron like y compartieron la página. Asimismo, se encontró personal capacitado para las vacantes en oferta. Es importante la videoconferencia en la entrevista del prospecto.

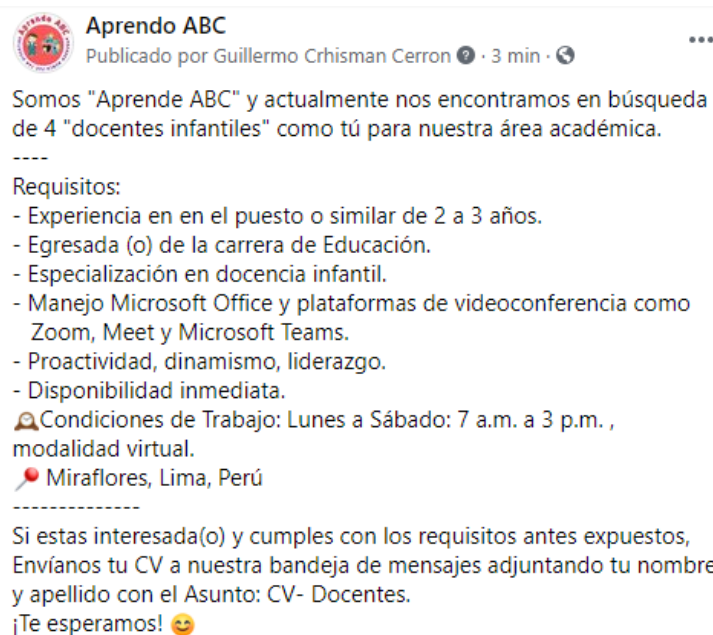
**iii. Interpretar el significado de los resultados**

Se logró captar profesionales para el puesto. De ahora en adelante es importante realizar jornadas de capacitación para todo el personal del proyecto. De esta manera, se encontrarán alineados a los objetivos del proyecto. Finalmente, se puede interpretar que las ofertas de manera virtual tienen acogida.

**d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

Se puede rescatar la iniciativa para poder hacer procesos de reclutamientos virtuales que sentarán un precedente de estas entrevistas y actividades relacionadas a la contratación de nuevo personal. Asimismo, se puede mejorar el diseño de la publicación, para poder generar un mayor impacto por nuestros consumidores.

### e. Sustentación de las validaciones



**Aprendo ABC**  
Publicado por Guillermo Crhisman Cerron · 3 min · 🌐

Somos "Aprende ABC" y actualmente nos encontramos en búsqueda de 4 "docentes infantiles" como tú para nuestra área académica.

-----

Requisitos:

- Experiencia en el puesto o similar de 2 a 3 años.
- Egresada (o) de la carrera de Educación.
- Especialización en docencia infantil.
- Manejo Microsoft Office y plataformas de videoconferencia como Zoom, Meet y Microsoft Teams.
- Proactividad, dinamismo, liderazgo.
- Disponibilidad inmediata.

📍 Condiciones de Trabajo: Lunes a Sábado: 7 a.m. a 3 p.m. , modalidad virtual.

📍 Miraflores, Lima, Perú

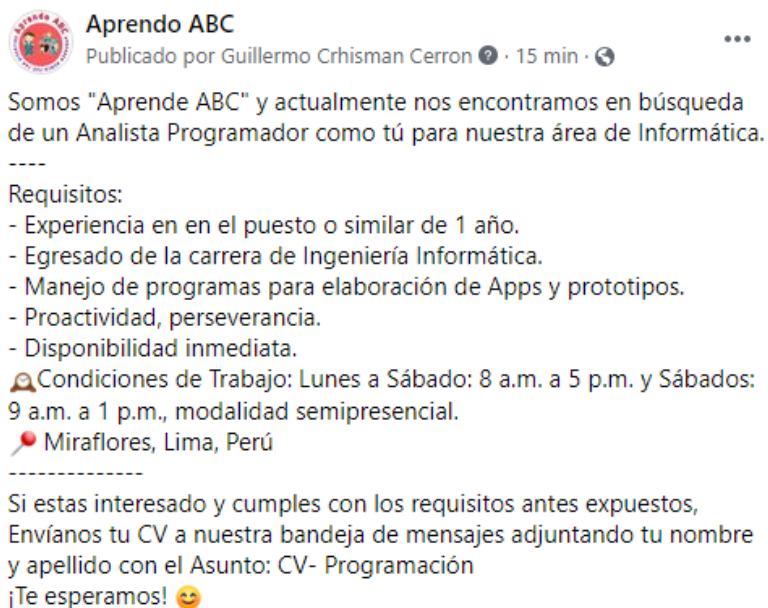
-----

Si estas interesada(o) y cumples con los requisitos antes expuestos, Envíanos tu CV a nuestra bandeja de mensajes adjuntando tu nombre y apellido con el Asunto: CV- Docentes.

¡Te esperamos! 😊

*Figura 9.* Publicaciones de Reclutamiento de Docentes en la Página de Facebook

Aprendo ABC. 2021.



**Aprendo ABC**  
 Publicado por Guillermo Crhisman Cerron · 15 min · 🌐

Somos "Aprende ABC" y actualmente nos encontramos en búsqueda de un Analista Programador como tú para nuestra área de Informática.

----

Requisitos:

- Experiencia en el puesto o similar de 1 año.
- Egresado de la carrera de Ingeniería Informática.
- Manejo de programas para elaboración de Apps y prototipos.
- Proactividad, perseverancia.
- Disponibilidad inmediata.

📍 Condiciones de Trabajo: Lunes a Sábado: 8 a.m. a 5 p.m. y Sábados: 9 a.m. a 1 p.m., modalidad semipresencial.

📍 Miraflores, Lima, Perú

-----

Si estas interesado y cumples con los requisitos antes expuestos, Envíanos tu CV a nuestra bandeja de mensajes adjuntando tu nombre y apellido con el Asunto: CV- Programación  
 ¡Te esperamos! 😊

*Figura 10.* Publicaciones de Reclutamiento de Programador en el de Facebook Aprendo ABC. 2021.

## 6.4.2. Experimento 2

### a. Objetivo del experimento

A través de este experimento se va a validar el interés y disponibilidad de participación de los docentes para la realización del trabajo conjunto del plan de reforzamiento de la plataforma web.

### b. Diseño y desarrollo del experimento

Se realizarán entrevistas individuales a la directora de una institución educativa privada y a una docente de inicial a través de la plataforma Zoom, se espera recopilar información importante que valide el cuadrante de socios clave.

**Fecha:** 13/09/2021

**Método:** Entrevistas individuales a través de la plataforma Zoom.

**Métricas:** % de aceptación de participación de trabajo vs rechazo.

### **i. Descripción del experimento**

Se realizarán dos entrevistas a pedagogos del nivel inicial vía plataforma zoom para poder validar su interés y disposición de tiempo de trabajar en el proyecto de la plataforma web de desarrollo, específicamente en la creación de juegos didácticos. Por ende, se ha desarrollado una guía de preguntas en base a los temas a tratar, las preguntas son las siguientes:

Tabla 34. *Guía de Preguntas para la Entrevista con los Expertos Docentes – Experimento 2*

<b>Guía de preguntas para los docentes</b>
1. Luego de explicar la idea, ¿Consideraría ser parte del equipo de profesores a participar de este proyecto?
2. ¿Cuántos docentes consideraría que se deberían de contratar?
3. ¿Dentro de su entorno de compañeros docentes considera usted que estos estarían dispuestos a ser parte del proyecto?
4. ¿Cuánto tiempo tomaría realizar el planeamiento y prototipos de juegos didácticos?
5. ¿Cuada cuánto tiempo se debería de actualizar o mejorar los juegos y o temas aplicados?
6. ¿Considera usted que tiene disponibilidad de tiempo para poder trabajar en este proyecto?
7. ¿Considera usted que el tiempo a dedicar a este proyecto será mayor, menor o igual al que se dedica a las clases virtuales profesor-alumno?

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

## ii. Bitácora de actividades

Tabla 35. Bitácora de Actividades Experimento 2 - Validación de Socios Clave

Actividad	Tarea	Resultado
Preparar la entrevista	Elaborar la guía de preguntas en base a los temas a consultar con el docente	Se elaboró la guía de 07 preguntas para el docente en base a las actividades a realizar para la plataforma virtual de reforzamiento "Aprendo ABC"
Realizar la entrevista	Contactar y coordinar con el experto	Se le llamará por celular al experto para explicarle la idea de negocio y preguntar sobre su disponibilidad para la entrevista vía zoom.
	Iniciar la entrevista	Se le brindará acceso al zoom y se procederá a realizar las preguntas de la guía de preguntas.
	Recopilación de información	Se realizarán nuevas preguntas para aclarar dudas en base a los temas tocados en la guía de preguntas.
Ordenar información y	Realizar la malla receptora	Se procedió a llenar la malla receptora con la información que se nos brindó en la entrevista.

sustentación de la entrevista	Sustentación de la entrevista	Se procede a descargar la grabación de la entrevista y subirla a la carpeta de drive para evidenciar la validación de recursos clave del modelo de la idea de negocio.
-------------------------------	-------------------------------	--

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

### c. Análisis e interpretación

Con la información recopilada se procede a analizarla y clasificarla a través de las siguientes herramientas.

#### i. Malla receptora

Tabla 36. *Malla Receptora Experimento 2 - Validación de Socios Clave*

Puntos fuertes	Críticas constructivas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es una plataforma que resulta atractiva para los profesores por lo que muestran alta disponibilidad al apoyo del desarrollo de esta.</li> <li>• La tarea del planteamiento de temas y desarrollo de planes resulta similar al de las clases presenciales por lo que la tarea no sería demasiado complicada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se debería de tener en cuenta que al inicio se necesitará más demanda de tiempo y profesores para la elaboración y coordinación de los temas a desarrollar y la manera en cómo los juegos se pueden abordar.</li> <li>• No es necesario tener un grupo grande de profesores, se podría enfocar en un profesor o docente por área.</li> </ul>

<p>animando a más docentes a participar.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es un proyecto que beneficiaría a instituciones privadas por lo que están estarías dispuestas a participar en el proyecto.</li> <li>• El proyecto representa una oportunidad para los docentes de desarrollar herramientas para la mejora de sus clases.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La responsabilidad del docente sólo es armar la estructura del juego, el diseñador o programador en quien debería de desarrollarlo, por lo que el trabajo del profesor es planificación.</li> <li>• Tener en cuenta que el enfoque que se va a brindar a los juegos debe tener en cuenta la realidad de la región en la que se estará brindando los juegos.</li> </ul>
<p><b>Preguntas nuevas</b></p>	<p><b>Opiniones interesantes</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿El interés y disposición por parte de instituciones académicas privadas podría representar una oportunidad para tener mayores profesores a disposición de manera que se puedan desarrollar juegos más personalizados y dinámicos adaptados según las necesidades y objetivos de cada escuela?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener como mínimo cuatro profesores, uno especializado en cada área (personal, ciencias, psicomotricidad y matemáticas).</li> <li>• El trabajo al inicio será más demandante, pero con el paso de dos meses la tarea consistirá en sólo perfeccionar los juegos.</li> <li>• Se podrían realizar revisiones cada tres meses para averiguar si se logra el objetivo del juego.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se considera que se emplearía la misma cantidad de tiempo para preparar una clase a los alumnos, para los juegos.</li> <li>• No es necesario contratar planilla, sino contratar con recibo por honorarios.</li> </ul>
--	--

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

## ii. Principales hallazgos encontrados

El proyecto de plataforma de reforzamiento digital es atractivo a nivel profesional para los docentes y a nivel educativo para las instituciones. En cuanto al tiempo a emplear para desarrollar los planes de juegos, se considera que es el mismo a emplear para desarrollar una clase exitosa para los niños de inicial. También, para que se logre el objetivo de crear juegos que impliquen las cuatro áreas que se enseñan en el nivel inicial, es necesario tener como mínimo 4 profesores, uno de cada área, y brindarles el tiempo necesario de llegar a un consenso sobre la manera de abordar los planes de juego, pues cada uno suele trabajar de manera distinta. Finalmente, se necesitaría realizar revisiones de los juegos cada tres meses para determinar si cumplen con el objetivo de cada uno de los juegos.

## iii. Interpretar el significado de los resultados

Tanto para los docentes, como para los directivos de instituciones educativas privadas, ser parte de un proyecto de aprendizaje o reforzamiento educativo digital es una oportunidad para mejorar o brindar un valor agregado a su metodología de enseñanza, por lo que su predisposición a brindar



personal decente es una oportunidad atrayente para la idea de negocio, así como también una manera de ampliar el segmento de mercado.

En cuanto a la cantidad de profesores requeridos son 4, uno por área, de esta manera se pueden crear juegos más completos y dinámicos que sean realmente divertidos y que logren el objetivo de reforzamiento y que anime a los niños a continuar interactuando con los juegos.

Finalmente, el tiempo en elaborar el plan de temas es de dos meses, adicionalmente se debe realizar un seguimiento cada tres meses, sin embargo, no se necesitarán ocho horas como un trabajo normal.

**d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

Ampliar la propuesta de valor a un paquete institucional para asociarse con colegios y poder disponer de mayor personal docente aliado para la elaboración de los planes de reforzamiento. Además, en el caso del seguimiento trimestral se plantea contratar a docentes a través de recibos por honorarios. Finalmente, tener en cuenta que el plan podría variar por zonas geográficas y ello implicaría una mayor personalización de los juegos, videos y canciones.

**e. Sustentación de las validaciones**

En el siguiente enlace se podrá acceder a la grabación de las entrevistas realizadas a los docentes del nivel inicial para el experimento 2:

<https://drive.google.com/drive/folders/14y5F8794aMwFR1isCH7oeLNSUyXPMF2x?usp=sharing>

Tabla 37. *Enlace de las Entrevistas Realizadas a los Expertos Docentes - Experimento 2*

Nombres y apellidos	Profesión
Elsa Victoria Linares Casas	Docente y promotora de la I.E.P San Judas Tadeo

Johana Patricia Tasayco	Docente del nivel inicial en la I.E.P. Alexander Von Humboldt
-------------------------	--

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

## 6.5. Validación de estructura de costos

### 6.5.1. Experimento 1

#### a. Objetivo del experimento

Este experimento tiene como objetivo averiguar por medio de fuentes secundarias confiables cuáles son los costos necesarios para implementar y mantener en marcha un modelo de negocio de página web educativa.

#### b. Diseño y desarrollo del experimento

##### i. Descripción del experimento

El objetivo es ingresar a las páginas web oficiales de las empresas relacionadas con las que tendremos contacto para obtener data fiable de costos y gastos en los que se incurriría al trabajar con plataformas como Google Chrome, Indecopi, Facebook, Sunat, Gobierno del Perú (Gob.pe), además de, incorporar la información brindada en las entrevistas con los docentes, programadores y el ingeniero de sistemas. Asimismo, es esencial buscar en diversas bolsas de empleo los salarios de los asistentes para que sean analizadas con los datos obtenidos de ofertas propias, de modo que se pueda elaborar una estructura de costos realista respecto a todos los montos que tendría que desembolsarse desde el diseño y dominio de página web, junto a su permanencia a lo largo del proyecto.

##### ii. Bitácora de actividades

Tabla 38. *Bitácora de Actividades Experimento 1 - Validación de Estructura de Costos*

Actividad	Tarea	Resultado
-----------	-------	-----------

<p>Definir la categoría de cada uno de los costos.</p>	<p>Enlistar a detalle la relación de los diferentes costos en los que incurrirá el modelo de negocio desde su implementación hasta su mantenimiento constante durante el proyecto.</p>	<p>Recopilando la información plasmada en el BMC se obtuvieron la fila de estructura de costos, dividiéndolas en tres categorías: costos fijos, costos variables, y costos que forman parte de la inversión inicial o se repiten a lo largo del tiempo.</p>
<p>Diseñar y completar la estructura en la que se presentarán los costos reales aproximados.</p>	<p>Estructurar y detallar los aspectos que ayudarán a tener un mejor entendimiento de la naturaleza de cada uno de los costos.</p>	<p>A las categorías se le incorporó un desglose de 5 columnas en las que tenemos: el detalle (descripción del costo), tipo de moneda (unidad de precio en que se encuentra), monto establecido, la frecuencia de pago, y la fuente fiable de información de donde se obtuvo dichos montos.</p>
<p>Introducir los montos exactos por cada desembolso, así con la frecuencia de</p>	<p>Buscar y verificar la información en fuentes secundarias de origen fiable en internet.</p>	<p>Los datos recopilados se buscaron únicamente en páginas oficiales de Sunat, Indecopi, Gobierno del Perú, Facebook y Google Chrome, etc.</p>

pago que finalizan la estructura de costos	Incorporación de toda la data obtenida de fuentes propias.	Para determinados costos se tomó información de las entrevistas realizadas a los docentes, al ingeniero de sistemas y al programador, además del destinado a cuentas personales por nuestra labor administrativa.
	Registrar en la estructura de costos toda la data obtenida a través de fuentes propias y secundarias.	Se incorporaron a la estructura los montos determinados, tanto la inversión inicial como los costos fijos, mientras que los costos variables no se pueden determinar aún para un largo plazo.

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

### c. Análisis e interpretación

Tabla 39. Estructura de Costos

<b><u>ESTRUCTURA DE COSTOS</u></b>				
<b>Detalle</b>	<b>Moneda</b>	<b>Monto</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Fuente</b>
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>				
Registro de marca	S/	534.99	Pago único	Gobierno del Perú
Patente	S/	603.55	Pago único	Indecopi
Diseño web	S/	1600	Pago único	Entrevista con el programador

<b>COSTOS FIJOS</b>				
Mantenimiento	S/	800	Anual	Entrevista con el ingeniero
Nombre de dominio	S/	300	Anual	GoDaddy
Certificado de seguridad	S/	1400	Anual	GoDaddy
Publicidad en redes sociales	S/	60	Mensual	Facebook
Honorarios del Administrador	S/	1324	Mensual	Indeed Jobs Perú
Honorarios de Marketing	S/	1376	Mensual	Indeed Jobs Perú
Honorarios de Atención al cliente	S/	950	Mensual	Indeed Jobs Perú
Honorarios de Contabilidad	S/	2279	Mensual	Indeed Jobs Perú
<b>COSTOS VARIABLES</b>				
Honorario del programador	S/	1300	Por temporada	Indeed Jobs Perú
Honorario del docente	S/	1042	Por temporada	Indeed Jobs Perú
Impuesto a la renta	S/	10%	Anual	Sunat

Nota. Elaboración Propia. 2021.

### i. Malla receptora

Tabla 40. Malla Receptora Experimento 1 - Validación de Estructura de Costos

<b>Puntos fuertes</b>	<b>Críticas constructivas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El diseño y programación de la plataforma digital presenta costos relativamente moderados.</li> <li>• Los costos de establecer una pyme en Perú son accesibles para el lanzamiento de un nuevo proyecto.</li> <li>• La publicidad es un medio de propaganda accesible para el proyecto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los costos de mantenimiento pueden necesitarse más de una vez por año.</li> <li>• Los honorarios del docente y el programador pueden variar de acuerdo a si se necesitan desarrollar mucho más la plataforma.</li> <li>• La interacción de la página puede incrementarse con la publicidad pagada.</li> </ul>
<b>Preguntas nuevas</b>	<b>Opiniones interesantes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles serán las nuevas estrategias de captación de usuarios si la publicidad pagada no es suficiente?</li> <li>• ¿Las incubadoras de negocio serían una buena alternativa para nuestro modelo de negocio en un largo plazo?</li> <li>• ¿Se puede conseguir un mejor precio para desarrollar la plataforma digital?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscar nuevas alternativas de desarrollo web que se acomoden a los presupuestos del proyecto.</li> <li>• Contratar al personal de trabajo bajo la modalidad de prestación de servicios.</li> <li>• Incluir a los bancos como una alternativa para la fuente de recursos futuros.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Estamos en la capacidad de poder tener a varias personas dentro de planilla?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversificar los medios por los que se hace publicidad para alcanzar a más padres de familia el proyecto.</li> </ul>
---	---

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

## ii. Principales hallazgos encontrados

Los montos de diseño, desarrollo e implementación de la página web son accesibles y alcanzables con ahorros propios y algún préstamo de un familiar o amigo. Por otro lado, el incursionar en un nuevo proyecto en Perú presenta costos relativamente bajos por pertenecer a la categoría de pymes; además, el querer establecer una marca registrada y una patente son costos no tan elevados si tenemos presente que tienen una vida útil de 10 años.

La propuesta de valor de Aprendo ABC logra transmitirse a través de la página web, por lo que se optó por el desarrollo de esta, la cual tiene además un menor costo de publicación a diferencia de una ampliación móvil para teléfonos celulares. Asimismo, puede establecerse una patente para este tipo de proyecto debido a que si bien existe un modelo de negocio ya establecido (educación online), la propuesta de valor ha sido mejorada y presenta diferenciadores que son del agrado de los usuarios, tales como la comunidad de padres, el test de aprendizaje, los rankings en tiempo real, etc.

## iii. Interpretar el significado de los resultados

El incursionar en la creación de un negocio implica asumir diversos costos que pueden llegar a encarecerse por el hecho de no conocer a profundidad el sector, además de que se está empezando desde cero; sin embargo, son montos alcanzables que pueden obtenerse con ayuda de familiares, amigos o los mismos miembros partícipes del proyecto, incluso, existen programas del gobierno

peruano que promueven el crecimiento de las pequeñas empresas. Por otro lado, existe la opción para evaluar diferentes alternativas en busca de una mejor propuesta que nos permita reducir costos en diferentes aspectos, analizando aquellas opciones que hagan viable el modelo de negocio y permita subsistir a la empresa en un mediano y largo plazo. Además, la publicidad paga es uno de los medios más fiables para captar usuarios que valoren la propuesta de valor; entre las redes oficiales más populares para realizar publicidad destaca Facebook.

#### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Es necesario buscar reducir costos de inversión y mantenimiento por medio de la búsqueda de nuevas alternativas de desarrolladores web.

- Se eliminarán los costos de planilla, quedando con el personal asistente y el contador, quienes trabajarán con el modelo de prestación de servicios (recibo por honorarios) debido a que el proyecto recién está iniciando.

- Los costos invertidos en la publicidad de la empresa serán analizados para evaluar el nivel de atracción de los usuarios, o caso contrario publicitar por medio de otras plataformas que nos permitan alcanzar un mayor número de padres de familia.

- Dado que los costos de inversión e implementación son alcanzables por el equipo, se evaluará el poder incluir en un futuro a los bancos como fuente de recursos para tener mayores posibilidades de invertir en una aplicación móvil.

#### **e. Sustentación de las validaciones**

A continuación, se muestran los enlaces citados en APA 7, de las fuentes secundarias de donde se tomaron la información:



GoDaddy. (2019, octubre 30). *Costo de una página web en Perú: todos los detalles que debes conocer*. Recuperado de: <https://pe.godaddy.com/blog/cuanto-cuesta-crear-pagina-web-profesional-en-peru/>

Gobierno del Perú. (2021, septiembre 19). *Registrar una marca - Registrar marca de producto y/o servicio*. Recuperado de: [Www.gob.pe](http://www.gob.pe). <https://www.gob.pe/333-registrar-una-marca-registrar-marca-de-producto-y-o-servicio>

Facebook. (2018). *Cuánto cuesta anunciarse en Facebook | Servicio de ayuda de Facebook para empresas*. Servicio de Ayuda de Facebook Para Empresas. Recuperado de: <https://www.facebook.com/business/help/201828586525529?id=629338044106215>

Indeed Jobs Perú. (2021). *Salarios | Indeed*. Recuperado de: <https://pe.indeed.com/career/salaries>

Indecopi. (2011). *Registro de Modelo de Utilidad - Indecopi*. Indecopi.gob.pe. <https://www.indecopi.gob.pe/web/invenciones-y-nuevas-tecnologias/registro-de-modelo-de-utilidad>

Sunat. (2018). *Tasa del impuesto | ORIENTACION*. Sunat.gob.pe. <https://orientacion.sunat.gob.pe/7200-03-tasa-del-impuesto>

## 6.5.2. Experimento 2

### a. Objetivo del experimento

Este experimento tiene como objetivo validar los cuatro puntos clave dentro de nuestra estructuración de costos, el pago a los docentes, el pago a los programadores, el gasto de publicidad y el costo de mantenimiento de la página web. Es decir, se busca averiguar los costos reales en los que se incurriría para sustentar nuestros costos fijos más importantes.

### b. Diseño y desarrollo del experimento

### i. Descripción del experimento

Para el desarrollo del experimento se realizaron una serie de 7 entrevistas, cinco docentes, un programador, y un ingeniero de sistemas, a quienes se les presentó la página web “Aprendo ABC”, en la cual, se explicó la solución que brinda el proyecto, la problemática que se plantea resolver, y la forma en la que se desea diseñar el modelo de negocio.

Las entrevistas se realizaron en tres días diferentes desde el 13 de septiembre al 15 de septiembre, en las que se realizaron preguntas acordes a cada experto, incluyendo en ellas los costos de trabajar en el proyecto, y la disposición de los mismos de formar parte.

### ii. Bitácora de actividades

Tabla 41. *Bitácora de Actividades Experimento 2 - Validación de Estructura de Costos*

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>
Realizar la presentación de la página web “Aprendo ABC” a los expertos.	Implementar las mejoras del prototipo de alta correspondiente para la página web.	Por medio de la plataforma Wix se realizaron los bosquejos de la página web, creando un prototipo de alta fidelidad que refleja lo que se quiere implementar en el proyecto.
Diseñar las publicaciones que serán publicadas	Publicar en Facebook los diseños que se utilizarán para captar más	Con ayuda de la plataforma Canva se realizaron el diseño de diversos anuncios de los cuales se

en la red social Facebook.	usuarios por medio de la publicidad pagada.	eligieron tres para que sean publicitados.
Realizar la entrevista a los docentes (socios clave) y al programador e ingeniero de sistemas (recursos claves).	Obtener la lista de los expertos a ser entrevistados.	Se obtuvo acceso a entrevistas por parte de cinco docentes, un programado y un ing. de sistemas.
	Realizar la guía de preguntas para los diferentes expertos.	Se formularon guías de preguntas para cada grupo de expertos en los que una de ellas permite validar el costo dispuesto a aceptar para formar parte del proyecto, así como otra de las preguntas valida la disposición de formar parte del equipo.
	Enviar el enlace de la página web de Aprendo ABC a cada experto.	Ante de contactar a los expertos, se le envió el enlace del prototipo de página web para que puedan observar y darse una idea de lo que el proyecto busca solucionar.
	Invitación del experto a la plataforma virtual.	Para todas las entrevistas realizadas en este experimento se utilizó la plataforma de reunión virtual Zoom, invitando a través del link a los expertos.

	Realizar las entrevistas correspondientes a cada experto.	Las entrevistas se realizaron desde el 13/09/2021 - 15/09/2021.
Realizar la publicidad pagada en la red social Facebook.	Publicitar tres de las publicaciones realizadas en la página de Facebook.	Se publicitaron los diseños con una inversión de 36 soles durante cinco días desde el martes 14/09/2021 al sábado 8/09/2021.
Recopilación y análisis de las entrevistas realizadas a los expertos, y de la publicidad pagada en Facebook.	Exportar las grabaciones de las entrevistas realizadas.	Se procede a crear la carpeta "Validación de Costos - Expertos" la cual contiene las 7 entrevistas realizadas en su momento.
	Realizar un análisis de la información obtenida.	Culminado el experimento, se incorporó la información recolectada por medio de la malla receptora y los aprendizajes.

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

### c. Análisis e interpretación

#### i. Malla receptora

Tabla 42. *Malla Receptora Experimento 2 - Validación de Estructura de Costos*

Puntos fuertes	Críticas constructivas
----------------	------------------------

<ul style="list-style-type: none"> <li>• El método de pago propuesto a los docentes (prestación de servicios) resulta atractiva para los docentes, el programador y el ingeniero.</li> <li>• Los costos a pagar comentados son montos aceptados como razonables por ambas partes.</li> <li>• Los gastos de publicidad son cómodos para el número de usuarios que atrae las publicaciones en redes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los pagos a expertos pueden incrementarse si surgen inconvenientes que deben solucionarse.</li> <li>• Los tiempos para el desarrollo de la propuesta de valor dependerá del modelo de juegos que se desee implementar.</li> <li>• La publicidad puede segmentarse aún más para alcanzar aquel segmento de padres de familia que son más activos en redes.</li> </ul>
<b>Preguntas nuevas</b>	<b>Opiniones interesantes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué sucede si alguno de los programadores decide abandonar a mitad de proyecto?</li> <li>• ¿Cómo afrontamos económicamente situaciones que nos obliguen a invertir más dinero del proyectado?</li> <li>• ¿En qué otras plataformas digitales podemos promocionar el proyecto para alcanzar más público?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contar un respaldo de contactos tanto de docentes como de ingenieros o programadores.</li> <li>• Adicionar un fondo de emergencia para aquellos costos no planificados.</li> <li>• Se pueden crear alianzas con instituciones educativas para dar a conocer la propuesta de valor del proyecto.</li> </ul>

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

## **ii. Principales hallazgos encontrados**

Los expertos entrevistados destacan la importancia de la propuesta de valor del proyecto, razón por la cual la mayoría de ellos están dispuestos a incursionar en el proyecto pudiendo incluso contactar a su círculo más cercano rápidamente para dar luz verde el inicio de Aprendo ABC.

En cuanto a la estructura de pagos, los docentes están de acuerdo que el sueldo promedio mensual de su profesión es aceptable, y que éste debe pagarse de acuerdo con los meses que se necesiten para desarrollar la plataforma. Mientras tanto, el programador y el ingeniero de sistemas comentan que en promedio el costo de sus servicios asciende a unos 2500 soles por el desarrollo de la plataforma, pero ello dependerá del nivel de dificultad y otras cosas más que tenga que incorporarse durante el desarrollo.

La publicidad pagada permitió alcanzar un número aceptable de posibles usuarios quienes lograron interactuar con las redes sociales mostrando su interés por la propuesta de valor de Aprendo ABC.

## **iii. Interpretar el significado de los resultados**

Debido a la modalidad de trabajo de los programadores y del ingeniero de sistemas, la prestación de servicios es una de las categorías más frecuentes con las que hacen contrataciones, razón por la cual para ellos no hay ningún inconveniente con el método de pago; sin embargo, los maestros están acostumbrados a formar parte de una plana docente en la que son miembros de planilla, pero debido a la necesidad exclusiva de querer diseñar un modelo online de reforzamiento de clases que

termine con la brecha educativa generada por la pandemia, los maestros no tienen inconveniente de trabajar bajo prestación de servicios.

Los costos se encuentran dentro de un promedio aceptable para la inversión inicial, siendo prioridad la contratación de los docentes y programadores, además del costo de mantenimiento de la plataforma, ya que el desarrollo del proyecto requerirá de constantes actualizaciones según comentan los expertos.

Las redes sociales son una buena alternativa para lograr un mayor alcance con nuestro segmento de cliente, pudiendo tener más interacción con los usuarios si se invierte mayor cantidad de dinero en la promoción. Asimismo, el algoritmo de Facebook permite segmentar más minuciosamente la población a la que se puede dirigir la publicidad de la página, pudiendo incluso, conectarla a la página de Instagram para compartir publicaciones in simultáneo.

#### **d. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Las actividades de marketing son motor principal del negocio para crear el reconocimiento de marca, junto a un mayor alcance y visibilidad de la propuesta de valor.
- El método de pago por prestación de servicios con los socios clave, docentes y programadores, es una buena alternativa para ambas partes ya que permite obtener beneficios compartidos sin llegar a trabajar con un sistema de pagos más tedioso.
- Una vez que la página web tome mayor notoriedad y concurrencia de usuarios, será necesario evaluar si se deben implementar más niveles y más dinámicas para un mismo curso, por lo que se necesitará contratar a docentes y programadores de forma fija, ingresándolos a planilla, a pesar de que ello signifique un ligero aumento de costos.

#### **e. Sustentación de las validaciones**

En el siguiente enlace se podrá acceder a una carpeta que contiene las entrevistas a los diferentes expertos entrevistados que han sido utilizados como información para el experimento 2:

<https://drive.google.com/drive/folders/1uNMgP4D7fbRiaA8Nx5rIkVjatXWJp6PR?usp=sharing>

Asimismo, se deja constancia de los gastos incurridos para la realización de la publicidad pagada de tres publicaciones durante cinco días.

Anuncios	Alcance	Objetivo	Importe gastado
 14 de sep Mensajes ¿Sabías de esto? 🧐 ¿Qué mejor... <b>Finalizado</b>	1.146 Alcance	9 Conversaciones con mensajes...	S/18,00 Gasto total: S/18,00 Ver resultados
 14 de sep Mensajes ¿Sabías de esto? 🧐 ¿Qué mejor... <b>Finalizado</b>	1.199 Alcance	8 Conversaciones con mensajes...	S/18,00 Gasto total: S/18,00 Ver resultados
 14 de sep Mensajes ¿Buscas reforzar el aprendizaje en tu... <b>Finalizado</b>	950 Alcance	4 Conversaciones con mensajes...	S/18,00 Gasto total: S/18,00 Ver resultados

*Figura 11.* Inversión realizada en la Publicidad de la Página de Facebook de Aprendo ABC. 2021.



## **7. PLAN DE EJECIÓN DEL CONCIERGE Y SIMULACIÓN DE VENTAS**

### **7.1. Concierge 01**

#### **i.Objetivo del experimento**

Determinar si la plataforma Aprendo ABC despierta el interés de compra para los padres de familia de lima respecto al apoyo de las actividades de reforzamiento de aprendizaje para sus hijos, para ello se empleará la página de Facebook de juego aprendo y una página de landing page donde los padres interesados se puedan registrar y recibir más información, para luego con los correos y números registrados hacerles llegar la oferta y realizar la venta del servicio. Con un presupuesto de s/. 30 soles para el anuncio y por una duración de 4 días se espera alcanzar 60 registros para el primer experimento.

#### **ii.Diseño y desarrollo del experimento**

Líneas abajo se explicará en qué consistió este experimento y las métricas a que se utilizó para determinar el éxito, fracaso y mejoras de este.

##### **o Descripción del experimento**

Para alcanzar el objetivo planteado se desarrolló una landing page que cuenta con la descripción de la oferta de valor, el botón de invitación a registrarse y el formulario de registro. Se tuvo en cuenta que, para facilitar el entendimiento de los padres, se utilizaron imágenes referenciales y videos explicativos. Asimismo, se diseñó un anuncio de paga que contiene el copy y la imagen de referencia, junto con el enlace de la página de registro para que se acceda automáticamente al hacer clic en el botón. Para que el anuncio nos permita llegar a nuestro segmento efectivo se utilizó la segmentación por distritos, edades, estado civil y familia, intereses como educación digital y en dispositivos se puso smartphones. Finalmente, se procedió a diseñar la imagen de oferta para que los usuarios accedan a suscribirse al plan premium.

A continuación, se colocará la descripción en resumen del experimento:

**Duración:** del 20 de octubre de 2021 al 23 de octubre de 2021, 4 días.

**Canales:** Se utilizó landing page y Facebook.

**Segmentación:**

Ubicación: Lima, región

Intereses: Maternidad, Paternidad o Educación preescolar

Situación sentimental: En una relación, Casado o Divorciado

Padres: Padres con hijos en edad preescolar (3-5 años)

**Presupuesto:** s/.30.00 para los 4 días de anuncios

**Métricas:**

Número de visitas/ Número de personas registradas en el landing page

- **Bitácora de actividades**

Tabla 43. *Bitácora de Actividades Concierge 01*

Actividad	Tarea	Resultado
Realizar Landing Page	Crear cuenta empresarial de Gmail y Wix	Se crea el correo empresarial <a href="mailto:aprendoabc123@gmail.com">aprendoabc123@gmail.com</a> así como una cuenta en Wix.
	Definir datos a ingresar por el potencial cliente	La información a requerir del usuario es "Nombre y Apellido", "Email" y "número de celular"
	Definir concepto del landing	El landing presenta un concepto alegre e interactivo, muestra la propuesta de valor y el funcionamiento del mismo par que los padres de familia se interesen en la plataforma y dejen su información de contacto.

	Realizar la interfaz	Se crea la interfaz <a href="https://sparkjoelsa.wixsite.com/juego-aprendo/registro">https://sparkjoelsa.wixsite.com/juego-aprendo/registro</a> el día Martes 19 de octubre.
Realizar anuncio de Facebook	Crear la página de Facebook	Se creó la página de Facebook "Aprendo ABC " el día 13 de setiembre.
	Definir objetivo de anuncio a realizar	El anuncio está dirigido a generar un mayor alcance y clics dentro del enlace de web adjunto. Para Facebook se define como mayor visitas a la página web.
	Definir texto, imágenes, segmento, presupuesto diario, duración y método de pago del anuncio	La duración del anuncio es de cuatro días, con un presupuesto total de 30 soles, gasto diario de 57 soles por día. Previamente se realizó el depósito de los 30 soles a través del aplicativo BCP. El anuncio contiene una imagen que presente el logo y slogan de la plataforma y el rango de edad escolar al que se dirige.  El texto indica la propuesta de valor de la plataforma e invita a las personas a registrarse para tener mayor conocimiento. Ver figura 10 "anuncio de Facebook- Concierge 01"
	Publicar el anuncio	Se publica el anuncio en Facebook el día Miércoles 20 de octubre.

Analizar resultados del anuncio y landing page	Exportar métricas obtenidas del anuncio en Facebook	Se tuvo un alcance de personas 7,923 y 102 clics en el enlace.
	Exportar los potenciales clientes registrados en el landing page	60 usuarios registrados en el landing page.

Nota. Elaboración Propia. 2021.

**iii. Análisis e interpretación de los resultados**

o **Malla receptora**

Tabla 44. *Malla Receptora Concierge 01*

<b>PUNTOS FUERTES</b>	<b>CRITICAS CONSTRUCTIVAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El post generado captó el interés de potenciales clientes pues se logró alcanzar el objetivo de clics en el enlace.</li> <li>• La publicación fue bien segmentada por lo que fue más sencillo llegar al público objetivo.</li> <li>• El presupuesto asignado para la publicación fue más que suficiente para llegar al objetivo deseado en cuanto a potenciales clientes.</li> <li>• El anuncio en la plataforma de Facebook es una buena decisión ya que permite generar interacción y segmentarme manera más</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se debió de especificar mejor el rango de edades para la cual la plataforma se enfocará.</li> <li>• El texto del anuncio, que acompaña al post, debió de ser más corto y concreto.</li> <li>• Se pudo mejorar la apariencia de registro para los padres o interesados que hicieron clic en el enlace y animarlos a llenar sus datos. Mejorar el diseño responsivo de la web.</li> </ul>

<p>precisa al público objetivo para obtener buen alcance y clics en el enlace.</p>	
<p style="text-align: center;"><b>QUE PREGUNTAS NUEVAS TENEMOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Si se realiza la publicación por más día se podrían obtener mayor cantidad de registros?</li> <li>• ¿Qué acciones deberíamos de realizar para animar a las personas a registrar más datos?</li> <li>• ¿Es la sección lo suficiente atractiva e informativa para los padres de familia?</li> <li>• ¿Cómo podemos aprovechar la información recolectada de los padres de familia interesados?</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>OPINIONES INTERESANTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear una sección de testimonios con videos o fotos de los niños interactuando con la plataforma</li> <li>• Realizar un breve video o descripción de la plataforma y lo que ofrece para que sea más claro para los padres.</li> </ul>

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

- Embudo de conversión

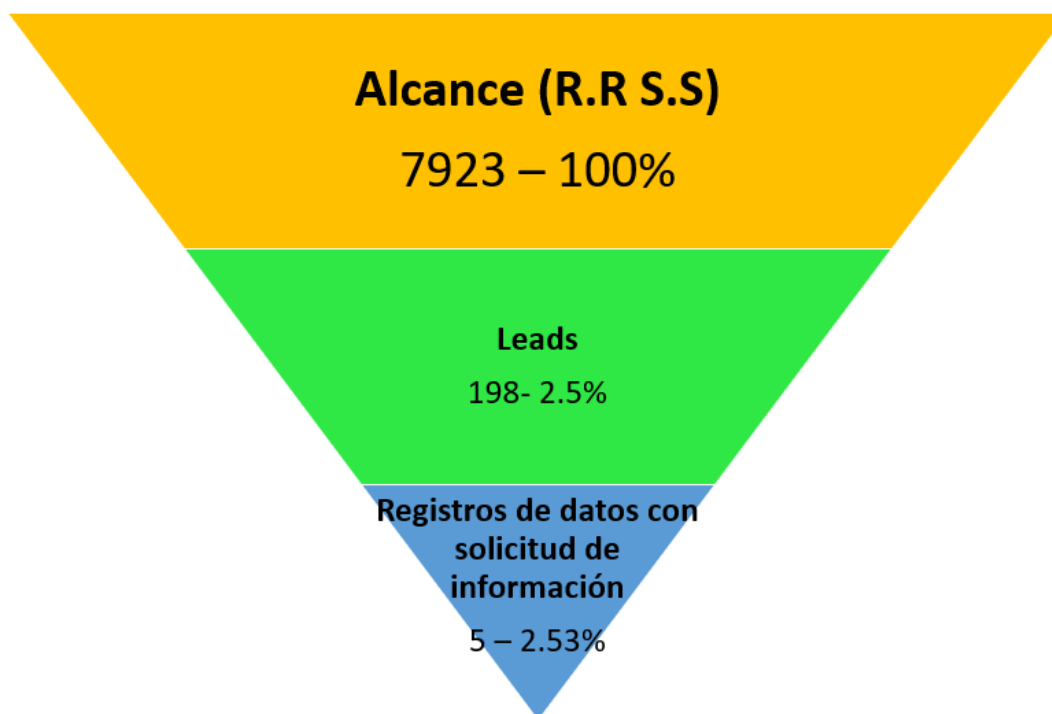


Figura 12. Embudo de conversión del experimento. Elaboración propia. 2021.

#### iv.Principales Hallazgos encontrados

- La tasa de conversión, la cual indica la cantidad de padres registrados con nombres, correos electrónicos y mensajes de solicitud de información, es de 2.53% pues estas demuestran interés más real que solo entrar en el sitio y dejar su información, para poder información del producto.
- El alcance de la publicación superó las 7,000 personas, de las cuales 102 realizaron clics en el enlace, con un costo de s/. 0.25.

- Se alcanzaron 198 sesiones (Interacción con la página), 78 clientes activos y 60 registros de datos para más información de la plataforma.
- Se obtuvieron mensajes en el formulario sobre costo del programa, intención de inscripción, confirmación de edades las que se dirige y felicitaciones por la innovación.

#### **v. Interpretación de los resultados obtenidos**

- Se puede afirmar que la plataforma de Facebook es una gran herramienta en redes sociales que permite alcanzar gran parte de nuestro público objetivo, sin embargo, al momento de ingresar en la sección de registro los registros de información fueron mucho menores, esto se puede deber a que la mayoría de las personas ingresan desde un dispositivo móvil y la página no se encontraba totalmente adaptada a este dispositivo, de manera que no brinde una imagen de confianza para el padre de familia.
- Por otro lado, la cantidad de registrados es considerable y ello implica el alto interés por los padres en la plataforma para ayudar a sus hijos en las tareas y su aprendizaje escolar, por lo tanto, la probabilidad de comprar este producto es mayor.
- Debido a que dentro de la plataforma no se encontraba la información del precio de la suscripción del producto, esto pudo ser de ayuda para alcanzar mayores registros, sin embargo, aún queda el sesgo de pérdida de interés por el precio lo que evita que el interés por el producto sea más realista.

#### **vi. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Para identificar intenciones de compra e interés más real del producto por parte de los padres de familia será mejor colocar el precio de la suscripción premium y la disponibilidad del plan freemium y, tanto en el landing page como en la web y publicidad, de manera que se pueda medir más exacta la intención de compra.

- Es necesario brindar información más clara en el landing page para que los padres puedan comprender al 100% de lo que se trata la plataforma y los beneficios que brindaría a sus pequeños.
- En cuanto a la publicidad de Facebook, esta es una excelente herramienta, por lo que con un presupuesto de s/. 100 soles mensuales para promocionar la página se podrían llegar al alcance necesario y atraer potenciales clientes de la plataforma.

### vii.Sustentación de las validaciones

#### Rendimiento

S/27,97 gastados en 4 días.

Clics en el enlace ⓘ

**102**

Alcance ⓘ

**7.923**

Costo por: Clic en el enlace ⓘ

**S/0,27**

#### Actividad

Interacción con una publicación

108

Clics en el enlace

102

Reacciones a la publicación

3

Veces que se compartió la publicación

2

Publicaciones guardadas

1

#### Calificación del anuncio

¿Estás satisfecho con este anuncio?

No

Si

#### Detalles

Estado

Finalizado

Objetivo

Conseguir más visitas en el sitio web

Presupuesto diario

S/7,00

Duración

4 días

Ver todo ▾

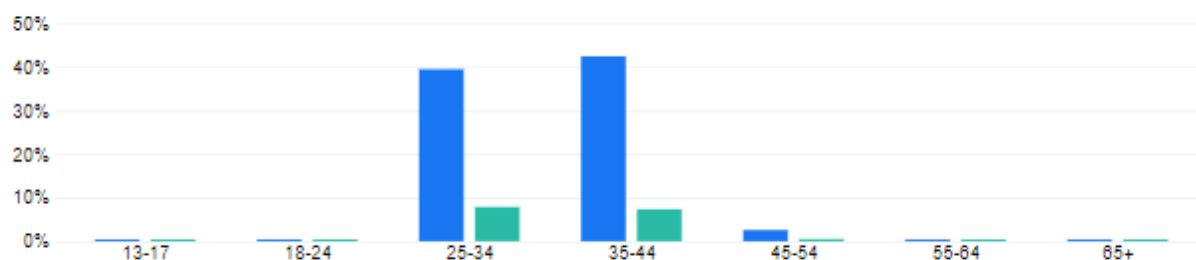


## Público

Este anuncio llegó a 7.923 personas de tu público.

Personas Ubicaciones Lugares

84.3% Mujeres 15.7% Hombres



## Características del público

Lugar - Viviendo en

**Perú**

Edad

**26 - 45**

Personas que coinciden con

**Intereses: Maternidad, Paternidad o Educación preescolar, Situación sentimental: En una relación, Casado o Divorciado y Padres: Padres con hijos en edad preescolar (3-5 años)**

Figura 13. Resultados de métricas por Facebook. Elaboración propia. 2021.

N°	Nombres	Apellido	Email	Teléfono
1	Javier	Carhuachuco	Javierbc@gmail.com	963875499
2	Mery	Giles Gomez	Merygi27@gmail.com	966619338
3	MARLENY	Olaguivel	olaguivelf1623@gmail.com	966935511
4	Gina	Limaylla	ginatoc921@gmail.com	989605548
5	Victoria	Magallanes	Victoriamagallan@gmail.com	958645752
6	Alejandra	Nunjar	alejandranunjar0923@gmail.com	982756234
7	Ivana	Del solar linares	Ivana.dlinares@gmail.com	940142864
8	Brigitte leslie	Soto Pérez	Bri.95soto@gmail.com	972079464
9	Cynthia thalia	Gebhardt linares	Thallagebhardt99@hotmail.com	998381277
10	Fiorella	Ayala	Fiorella89@gmail.com	935274967
11	Maryfer Solange	Ugarte Añazco	Solmafer1208@gmail.com	920494283
12	Cesar	Manrique	Cesar20 tauro@gmail.com	992468101
13	Fabricio	Pérez	fabricioibrahimp@gmail.com	967397044
14	Rafael	Lucero	6arafaellv@gmail.com	982042522
15	Carlos	Ruiz	psicarloiruiz@gmail.com	913019494
16	Maria	Jimenez Ramos	mariajimenez23@gmail.com	945878556
17	Laura Anna	Valencia Ruiz	valencialaura56@gmail.com	985623741
18	Carmen	Delgado	delgadop1250@hotmail.com	950132837
19	Fernando	Melgar Ballon	Fernando.melba@gmail.com	989440279
20	Cesar	López	cesarlp0108@gmail.com	934289655
21	Renato Alonso	Solis Coronado	renatosoliscoronado@gmail.com	933781052
22	Angel Jesus	Valladolid Orbezo	angelorbezo22@gmail.com	960143790
23	Alessandra	Vera	ale290121@gmail.com	982050765
24	Natalia	Carmona	naticarmona13@gmail.com	920790295
25	melanie	cisneros	melanieca02@hotmail.com	910557623
26	pedro	leon	pedrol9856@gmail.com	965336215
27	elizabeth	cisneros	eli.ca980@gmail.com	987230561
28	lucero	cordova	lucordova326@gmail.com	924562000
29	flavia	mendoza	flav.mdoza.gabriel@gmail.com	963000154
30	Heraly Milena	Mamani Matias	heraly.milena@gmail.com	967102454

Figura 14. Relación de datos de registro. Elaboración propia. 2021.

N°	Nombres	Apellido	Email	Teléfono
30	Heraly Milena	Mamani Matias	heraly.milena@gmail.com	967102454
31	Alexander	Kina Alvarado	alexanderkina76@gmail.com	942779829
32	Zlatna	Trinidad Avalos	Zlatnita@gmail.com	965630257
33	Jean Paul	Saavedra Calderón	jeanpaulsa@gmail.com	958570910
34	Johana	Tasayco	Jhopa93@gmail.com	945054572
35	Gina Úrsula	Obando Salcedo	Ginaobando227@gmail.com	99028686
36	William Pedro	Atoche Morales	pedroatoche1310@gmail.com	969705252
37	Angela Del Rosario	Tapia linares	at.linaress@gmail.com	913203892
38	Andrea Fernanda	Tapia Linares	anfer_1759@hotmail.com	950903456
39	Pedro	Atoche Morales	willycorazon68@hotmail.it	969705252
40	Gladys milagros	Almeyda marcos	daniamichelly@outlook.com	970548069
41	Melanie	Marca Lira	mela.marli7@gmail.com	948078072
42	Lyan Katherine Lucero	Rojas Zegarra	lykalu_24@hotmail.com	968202461
43	Maria Cecilia	Huaman Avalos	Ceciliahadb@gmail.com	946055424
44	Marisol valeria	Ortega macedo	marisol.valeria@outlook.com	956795091
45	Silvana	Huayta Gastelú	silhg2016@gmail.com	979757424
46	Betzabet	Ugalde Perez	betz345@gmail.com	956475852
47	Vanessa	Robles Gómez	Vanessaroblesgomez@gmail.com	986286797
48	José Manuel	Tasayco Linares	jmtasayco@pucp.pe	952297835
49	Key	Mantilla Zapata	keyjuliette.mantilla@gmail.com	915371327
50	Valery Michell	Delgado Paucarmayta	Valery.dp@hotmail.com	950132837
51	Henry Armando	Aguilar calderon	henryadrian123@gmail.com	938905700
52	Medy	Belizario Calsin	rosebelizariocalsin@gmail.com	945240999
53	Roger	Soldevilla Bacchas	alonsosb99@gmail.com	946125450
54	Cristina	Cieza Guzmán	Criscieza@msn.com	980779045
55	Alexia Karla Margarita	Luque Ojeda	karla.luque.ojeda@gmail.com	977542689
56	María Úrsula	Yáñez Yataco	maritayanezy@gmail.com	985878308
57	Carlos	Choquez Luque	cchoquezluque@gmail.com	964383020
58	Maria Paz	Reyes Tasayco	reyestasaycom@gmail.com	930497453
59	Flor	Hurtado	florpachaz@gmail.com	924784016
60	Hilda	Cervantes	Hilda.cervantessol3012@gmail.com	984856753

Figura 15. Relación de datos de registro. Elaboración propia. 2021.



Figura 16. Analíticas web. Elaboración propia. 2021.

## 7.2. Concierge 02

### i. Objetivo del experimento

El objetivo de este experimento es validar el interés de compra y el nivel de aceptación del precio pactado para este experimento, a través, de una publicación en la página oficial de Facebook respecto a una promoción 2x1, en donde se podrá inscribir dos perfiles por el precio de uno para cualquier tipo de plan al que se suscriban. Para ello, se espera obtener un alcance mínimo de 100 personas, además de interacciones en la publicación como cantidad de “Me gusta” y comentarios.

### ii. Diseño y desarrollo del experimento

#### o Descripción del experimento

A fin de realizar el objetivo planteado se desarrolló una publicación en la red social de Facebook referente a una promoción de suscripción doble, es decir, los padres tendrán la facilidad de acceder a dos cuentas por el precio de una. Con este experimento se busca captar inicialmente a aquellos padres

de familia que cuentan con más de un menor hijo que necesitan reforzamiento adicional. Respecto a la medición del interés de compra de nuestros clientes, se tomará en cuenta aquellas conversaciones iniciadas por el padre de familia, ya que es este quien luego de evaluar las condiciones descritas en el post ha decidido comunicarse con Aprendo ABC para requerir más información o suscribirse voluntariamente.

El experimento consta de invitar a los padres de familia a que se suscriban, pero antes de ello tendrán un mes gratis de prueba, posterior a ello se le cobrará un monto. Se tuvo que realizar un formulario de Google donde los padres pudieron registrarse mediante un correo y la fecha en la cual iniciarían el plan premium. La finalidad de este experimento es incentivar al cliente a que conozca los beneficios de la plataforma y su estadía sea duradera.

**Fecha:** 3 de noviembre hasta el 13 de noviembre del 2021

**Duración:** 10 días

**Prototipo:** Se publicó el siguiente enlace para su inscripción

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeo3Q-ae51gLDmKxbhq3pbbBwhMV63myLCN8sSvylPMBPar9A/viewform>

**Canales:** Redes sociales como Facebook y Messenger

**Métrica:** Número de conversaciones iniciadas / Alcance de la publicación

- **Bitácora de actividades**

Tabla 45. *Bitácora de Actividades del Concierge 02*

Actividad	Tarea	Resultado
Realizar la publicación de la promoción 2x1	Determinar el tipo de promoción ideal para el experimento	Se realiza una promoción de inscripción de 2 usuarios por el precio de uno en la plataforma web, válido para cualquier tipo de membresía.

	Definir la duración del sorteo, tanto hora y calendario desde su publicación en la red social fecha, además de la red social donde será publicado	La promoción tuvo una duración de 10 días en Facebook.
	Diseñar la publicidad a ser promocionada.	Se utilizó la plataforma Canva para poder crear el afiche publicitario, respetando la esencia de la marca, y enfatizando el 2x1.
	Publicación de la promoción en la red social	La promoción se publicó el día miércoles 03 de noviembre de 2021, vía Facebook: <a href="https://www.facebook.com/AprendoABC2021/posts/280506083915557">https://www.facebook.com/AprendoABC2021/posts/280506083915557</a>
Analizar las métricas del anuncio o promoción	Se procede a exportar las métricas obtenidas de la publicación en Facebook.	Se tuvo un alcance de 103 personas y 12 interacciones tratándose de comentarios y chats al imbox.

Nota. Elaboración Propia. 2021.

### iii. Análisis e interpretación de los resultados

#### o Malla receptora

Tabla 46. Malla Receptora del Concierge 02

PUNTOS FUERTES	CRITICAS CONSTRUCTIVAS

<ul style="list-style-type: none"> <li>• La imagen promocional llama la atención del padre de familia e invita a compartir el post generando mayor alcance.</li> <li>• La publicación brinda el mensaje correcto respecto al servicio de reforzamiento virtual didáctico para dos usuarios al mismo precio (2x1).</li> <li>• Se obtuvieron 4 conversaciones iniciadas gracias al post publicado en la red social.</li> <li>• Se obtuvo una buena acogida por el nivel de interacción considerando su publicación orgánica.</li> <li>• Las interacciones más representativas son los padres de familia comentando y solicitando más información del servicio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se debieron incluir las restricciones y la duración de la promoción dentro del post publicitario, puesto que muchos de los usuarios de Facebook no deslizan el texto complementario para leer la publicación en su totalidad.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>QUE PREGUNTAS NUEVAS TENEMOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿A través de qué otro mensaje se puede llamar más la atención de los padres o tutores?</li> <li>• ¿Los días utilizados para la promoción son suficientes para obtener una mayor cantidad de alcance?</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>OPINIONES INTERESANTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar toda una serie de publicaciones para llamar más la atención de los tutores, pudiendo expandir esta campaña por Instagram.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Con cuanta frecuencia se deberían de realizar este tipo de promociones?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar el diseño del afiche en páginas de mejor calidad para tener un posta más detallado.</li> <li>• Posicionar la publicación en estados de Facebook para incentivar que los padres puedan compartirlo voluntariamente.</li> </ul>
--	---

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

#### **iv.Principales hallazgos encontrados**

- La promoción 2x1 publicada el 03 de noviembre obtuvo un alcance de 103 personas con un total de 17 interacciones. Dentro de ello, se tenían 6 reacciones entre “likes” y “Me encanta”, además de 5 comentarios en el post, 2 veces compartido por usuarios, y 4 conversaciones iniciadas voluntariamente al imbox de la página que cuentan como interés de compra.
- El post promocional fue compartido por dos usuarios, incrementando así su nivel de interacciones y comentarios que solicitaban una mayor información del servicio.
- Las conversaciones iniciadas directa o indirectamente por el público objetivo son de 9 conversaciones, ya sea porque solicitaban más información en los comentarios o porque escribían directamente al chat privado de la empresa.
- El #% de todos los comentarios recibidos eran solicitando más información del servicio, mientras que el #% de los comentarios eran de padres de familia recomendando la promoción a otros padres etiquetándolos en la publicación.
- Una vez finalizado el tiempo válido de la promoción aún se recibieron mensajes directos de padres o tutores interesados en el servicio en promoción.



#### **v. Interpretación de los resultados obtenidos**

- Comparado con la cantidad de alcance obtenida por el post, existe un buen nivel de interacción, más aún considerando que los resultados han sido obtenidos de una publicación completamente orgánica. Es así, que son los comentarios los cuales denotan un mayor nivel de cercanía o mayor interés por parte de los tutores; sin embargo, la cantidad de conversaciones iniciadas todavía es relativamente bajo, pudiéndose atribuirle a la falta de seguridad de compra que pueda impulsar al tutor a adquirir un plan en Aprendo ABC.
- Se tuvo un mayor alcance en aquellos usuarios con rango de edad entre 18 a 25 años debido a que estos mantienen un mayor nivel de permanencia en las redes sociales a comparación de otros padres de familia de mayor edad. Sin embargo, aquellos usuarios que inician conversaciones directas con Aprendo ABC son aquellos potenciales usuarios mayores de 25 años.
- De los comentarios en donde algunos usuarios etiquetan a otros para que tomen conocimiento de la promoción, se puede resolver que las personas etiquetadas presentan un mayor interés por el servicio iniciando directamente conversación al chat interno de Aprendo ABC.

#### **vi. Aprendizajes – Cambios a realizar**

Tras haberse analizado los resultados obtenidos por el experimento; primero, determinamos que, si deseamos captar una mayor atención por parte de usuarios mayores a 25 años, debemos de optar por presentar dos publicaciones distintas segmentadas de acuerdo con el rango de edad, brindando un mensaje claro y adecuado para cada uno debido a que no es seguro que usar una misma publicación para ambos segmentos atraiga un mayor número de usuarios. Por ejemplo, para la

población adulta se puede utilizar promociones en Facebook, ya que ellos tienen mayor presencia en mencionada red, mientras que para los padres de familia más jóvenes se puede optar por utilizar Instagram como fuente alternativa.

Asimismo, referente a la publicación de la promoción en la página de Aprendo ABC, se buscó transmitir la propuesta por medio de un afiche divertido y amigable por lo que se usó gráficos y colores infantiles, sin embargo, se debe tomar en cuenta el público en redes sociales es mayor de edad y el afiche debe tener características que sean más atractivas para cada segmento elegido. Por ello, para futuras publicaciones, la elaboración de los afiches debe realizarse en una plataforma mucho más sofisticada que permitan adecuarse a cada segmento.

#### vii. Sustentación de las validaciones



Figura 17. Publicación de la promoción 2x1 de Aprendo ABC. 2021.

### 7.3. Concierge 03

#### i. Objetivo del experimento

Determinar si la plataforma Aprendo ABC despierta el interés de compra para los padres de familia de lima respecto al apoyo de las actividades de reforzamiento de aprendizaje para sus hijos. Para ello se realizó una publicación en Facebook la cual consta de ofrecer a los padres de familia una oferta de 1 mes premium, con lo cual posterior a esa fecha se les cobrara por su suscripción. Esta promoción tiene la finalidad de que el usuario conozca los beneficios de la plataforma y se suscriba a ella, se espera obtener más de 40 personas registradas.

#### ii. Diseño y desarrollo del experimento

##### o Descripción del experimento

Para lograr el objetivo planteado se desarrolló una publicación en Facebook, que consta de invitar a los padres de familia a que se suscriban, pero antes de ello tendrán un mes gratis de prueba, posterior a ello se le cobrara un monto. Se tuvo que realizar un Google forms donde los padres pudieron registrarse mediante un correo y la fecha en la cual iniciarían el plan premium. La finalidad de este experimento es incentivar al cliente a que conozca los beneficios de la plataforma y su estadía sea duradera.

**Fecha:** 7 de noviembre hasta el 12 de noviembre del 2021

**Duración:** 6 días

**Prototipo:** Se público el siguiente link para su inscripción

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeo3Q-ae51gLDMkxbhq3pbpBwhMV63myLCN8sSvylPMBPar9A/viewform>

**Método:** Concierge/ Landing page

**Métrica:** Número de usuarios que se inscribieron mediante el link vs personas alcanzadas mediante Facebook

○ **Bitácora de actividades**

Tabla 47. *Bitácora de Actividades del Concierge 03*

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>
Realizar la publicación en Facebook sobre un mes de prueba gratuita	Determinar cuál es el tipo de post a realizar y que se mostrara en él, definir si es mejor un video o una imagen didáctica	Se determino que un video indicando la finalidad del post es el más indicado, ya que ayuda a que más usuarios lo vean
	Definir la duración de la promoción	Se publicó por un periodo de 6 días y se esperó obtener más de 20 registros
	Diseñar un formulario en Google forms para que los usuarios llenen sus nombres y correos	Se registraron 32 registros de posibles clientes
Analizar resultados del post	Se procede a exportar las métricas obtenidas de la publicación en Facebook.	Se obtuvo 679 personas alcanzadas y 69 interacciones y más de 30 clics dentro de la publicación

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

### iii. Análisis e interpretación de los resultados

#### ○ Malla receptora

Tabla 48. *Malla Receptora del Concierge 03*

<b>PUNTOS FUERTES</b>	<b>CRITICAS CONSTRUCTIVAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se obtuvieron más de 80 reproducciones del video, lo cual nos indica que Facebook es una buena herramienta para difundir anuncios y promocionar la pagina</li> <li>• El video propuesto genero interés por parte de los usuarios, ya que es muy explicativo y contiene datos precisos</li> <li>• Los colores que se emplearon dentro del anuncio fueron los necesarios para atraer a los posibles clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar las publicaciones con un presupuesto en publicidad, lo cual nos ayudara a alcanzar a más clientes potenciales</li> <li>• Se debieron utilizar otras redes sociales tal como Instagram, como medio de difusión</li> <li>• Aumentar el número de publicaciones tanto en Facebook como en Instagram para generar mayor tráfico dentro de la pagina</li> </ul>
<b>QUE PREGUNTAS NUEVAS TENEMOS</b>	<b>OPINIONES INTERESANTES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Se debe disminuir costo del servicio?</li> <li>• ¿Se debería crear más ofertas para atraer más usuarios?</li> <li>• ¿Se debería promocionar todas las publicaciones?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La mayoría de los usuarios prefiere empezar su plan el 10 de enero, con ello esperan que su menor hijo obtenga una base para su regreso a clase</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuánto sea nuestro presupuesto?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se debería crear publicaciones en otros medios como tiktok, ya que es la red social más vista en la actualidad</li> </ul>
--	--

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

#### **iv.Principales Hallazgos encontrados**

- La publicación del video es una gran herramienta para alcanzar a más clientes, ya que en un corto periodo se llegó a 679 posibles usuarios potenciales, se sabe que las redes sociales son un gran impulsor para difundir anuncios y promociones, así como un buen espacio para comunicarse con los clientes.
- Se obtuvo que solo un 4.42% de personas se inscribieron para recibir el primer mes de prueba gratuito
- Se debe revisar correctamente si el tiempo de la publicación es correcta o si se necesita promocionarla para lograr más vistas.
- Se debería empezar la promoción en enero de 2022 puesto que, la mayoría de los suscritos desean comenzar su plan en esa fecha
- Se obtuvieron menor números de comentarios dentro del post, esto se debe a que el video estuvo bien detallado sobre los pasos a realizar para obtener su mes de prueba

#### **v. Interpretación de los resultados obtenidos**

- De acuerdo con los datos obtenidos se obtuvo que solo un 4,48% de padres de familia se suscribieron para participar en la prueba gratuita de un mes, esto se debe a que el post estuvo publicado por 6 días y el único medio de difusión fue Facebook. Además, se realizó un video explicativo, que fue de gran atracción para los usuarios.
- La gran mayoría de los padres prefiere empezar el plan en enero del 2022, porque es una fecha próxima al inicio de las clases. Es por ello, que se tiene en cuenta publicar post constantemente para que los clientes se mantengan en contacto con la página web y esto genere interés de compra para futuros usuarios.
- El 20% de las personas suscritas tiene 30 años lo cual nos indica que nuestro post llegó a ese segmento de padres de familia, por ende, se debería emplear videos o imágenes más visuales y explicativas.

#### **vi. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Se debería seleccionar un monto para realizar publicidad y los posts obtengan mayores resultados, asimismo, la página web obtenga mayor tráfico.
- Esta publicación ayudo a determinar con mayor exactitud el interés de compra por parte de los usuarios, ya que ellos no solo visualizaron el video sino, tuvieron que inscribirse para que su plan de membresía pueda efectuarse.
- Se debería tener un mayor orden con respecto a las publicaciones, es decir, tratar de publicar más seguido en las redes sociales puesto que, se ha comprobado que las redes sociales son un efectivo medio de acercarse a los padres de familia.

## vii. Sustentación de las validaciones

Dirección de correo electrónico	Nombre	Apellido	Edad
mariadolores56@gmail.com	Maria	Pinto Cartagena	32
marisolTorres@outlook.com	Marisol	Torres Mesa	31
mariapilar@gmail.com	Maria Pilar	Martinez Ramirez	28
miekoflores@gmail.com	Mieko Lisa	Sarada Javier	25
dianamirella23@gmail.com	Diana	Balvin Rivera	34
nievesana@gmail.com	Nieves Ana	Torres Rodriguez	35
carlosrodriguez@gmail.com	carlos	rodriguez	27
alexandraramos@gmail.com	alexandra	ramos rosales	27
valeriavillar@gmail.com	valeria	villar ruiz	30
tenchotapphan@gmail.com	Ten mario	chotapphan maldonado	36
Johnnysubs@gmail.com	johnny	saldafia fernandez	30
franciscarommero@gmail.com	francisca	romero pajuelo	30
anirodriguez@gmail.com	annie	rodriguez mendoza	24
luisaportal@gmail.com	luisa	portal castro	29
danielcarinel@gmail.com	daniel	carinel	32
sheyllameldendez@gmail.com	sheylla	melendez torres	25
solar Maldonado@gmail.com	solar	maldonado rivera	32
soniapomatay@gmail.com	sonia	pomatay archi	36
olgaportal@gmail.com	olga	portal menesez	35
isabelquinto@gmail.com	isabel	quinto oyarce	26
gloriabendezu@gmail.com	gloria	bendezu aguilar	24
karolmontalvo@gmail.com	karol	montalvo galvez	24
yessicacruz@gmail.com	yessica	cruz bernardo	27
camilapachas@gmail.com	camila	pachas	30

Figura 18. Registros de correos por la publicación. Elaboración propia. 2021.

The image shows two promotional materials for 'Aprendo ABC'. On the left is a social media post from a Facebook page named 'Aprendo ABC', published by Elsa María Tasayco Linares on November 7, 2021. The post promotes a free one-month trial of the platform, which uses educational games to reinforce learning for children. It includes a link to a Google Docs form for registration and a website link. On the right is a purple promotional banner with the text 'OBTÉN UN MES DE PRUEBA TOTALMENTE GRATIS!' (Get a completely free one-month trial!) and 'Sin cargos adicionales' (No additional charges). The banner also features images of children using the platform and a '¡Regístrate!' (Sign up!) button.



*Figura 19.* Publicación formato video a través de Facebook. Elaboración propia. 2021.

#### 7.4. Concierge 04

##### i. Objetivo del experimento

Con este experimento se busca tener un mayor acercamiento con los padres de familia que previamente se mostraron interesados en la plataforma al dejar sus datos de contacto y solicitud de información en la landing page, para validar si el precio de suscripción mensual es el adecuado y estarían dispuestos a realizar la compra de suscripción. Se espera alcanzar 10 ventas de la modalidad premium mensual.

##### ii. Diseño y desarrollo del experimento

###### o Descripción del experimento

Para lograr el objetivo planteado se desarrolló una imagen en la que se describen los servicios que brinda la plataforma Aprendo ABC y se envió a los usuarios que previamente brindaron sus datos para solicitar mayor información.

**Fecha:** 2 de noviembre hasta el 7 de noviembre del 2021

**Duración:** 6 días

**Prototipo:** Se envió el boletín desde el correo creado para la página:  
aprendoabc123@gmail.com.

**Método:** Email marketing

**Métrica:** Número de personas que realizaron la compra/ Número de personas a quienes se les envió el mensaje.

###### o Bitácora de actividades

Tabla 49. *Bitácora de Actividades del Concierge 04*

Actividad	Tarea	Resultado
-----------	-------	-----------

<p>Crear el correo electrónico de la plataforma Aprendo ABC</p>	<p>Creación del correo electrónico, elaborar un nombre de usuario representativo, colocar el logo de la plataforma y mensaje de cierre de los correos.</p>	<p>Se procedió a realizar el correo y su el perfil para que los usuarios puedan identificar la página y reconozcan que el envío de información es a modo de respuesta de su solicitud de información que realizaron vía página web.</p>
<p>Desarrollar el boletín y la información en esta.</p>	<p>Realizar el diseño y determinar la información a colocar en la imagen.</p>	<p>Se diseñó en total 1 imagen que contiene la explicación de la oferta de valor, la modalidad en la que utilizará y los planes freemium y premium, así como también la aclaración del pago de suscripción mensual.</p>
<p>Enviar boletín</p>	<p>Se revisó y desarrolló la lista de correos para proceder a enviar la información</p>	<p>En total se obtuvieron 60 direcciones de correo electrónico para enviar información, por lo 60 personas en total fueron alcanzadas con este correo.</p>
<p>Análisis obtenidos de la publicación</p>	<p>Se revisó la cuenta de Yape para identificar</p>	<p>Se obtuvieron 16 suscripciones al plan mensual de la plataforma ABC.</p>

	los yapeos confirmando la suscripción.	
--	--	--

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

### iii. Análisis e interpretación de los resultados

#### o Malla receptora

Tabla 50. *Malla Receptora del Concierge 04*

PUNTOS FUERTES	CRITICAS CONSTRUCTIVAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El envío de boletín pudo satisfacer la solicitud de los padres interesados en el servicio.</li> <li>• Los colores y la imagen, además de la información, presentada en el boletín contienen colores llamativos y despiertan el interés e incentivan a la compra por parte del cliente potencial.</li> <li>• Este método permitió establecer una interacción y aumentar la presencia de la marca en las personas interesadas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se pudo tener mayor alcance de juntar la base de datos con los correos obtenidos en otros experimentos de intención de compra.</li> <li>• Se pudo añadir la información de los planes semestrales y anuales para tener mayor claridad en cuanto a la preferencia de los padres por los planes de pago.</li> <li>• Se pudo colocar las páginas sociales de la plataforma, así como también testimonios para incentivar la compra del servicio.</li> </ul>

QUE PREGUNTAS NUEVAS TENEMOS	OPINIONES INTERESANTES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuánto tiempo es necesario esperar los pagos de los padres?</li> <li>• ¿Se debería de más información informativa?</li> <li>• ¿Para qué otros temas se puede utilizar la herramienta de email Marketing?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esta actividad se puede realizar cada semana no sólo para promocionar los planes, sino también para mantener contacto con los padres de familia.</li> <li>• Se puede crear un canal de consulta de WhatsApp para los padres y ayudarles en el proceso de compra y aclaración de dudas.</li> </ul>

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

#### **iv. Principales Hallazgos encontrados**

- Se alcanzó una tasa de 27% para la aceptación del plan premium de 30 soles, con un total de 26 suscripciones.
- Se necesita incorporar un canal de atención del cliente para brindar información sobre el servicio y ayudar en el proceso de compra.
- En mayor parte las encargadas de realizar la compra fueron mujeres.
- Se puede cruzar información para obtener mayor alcance en el envío de boletín.

#### **v. Interpretación de los resultados obtenidos**

- El precio de suscripción mensual es aceptado por los padres de familia en un 27%, especialmente por las madres de familia, quienes en su mayoría realizaron la compra del servicio. Por ende, se debe tener en cuenta colocar imágenes con madres para tener mayor empatía con las posibles compradoras del servicio.

- A pesar del boletín, es necesario un canal adicional para poder ser ayuda y soporte en cuanto a los diversos procesos que deben de realizar los padres de familia, así como solucionar dudas pues esto ayudará a concretar más compras.

#### **vi. Aprendizajes – Cambios a realizar**

- Se debe de colocar más información en el boletín, así como también agregar el canal de ayuda para los padres. Sería recomendable que fueses WhatsApp ya que hoy en día es una de las aplicaciones que utiliza la mayoría de las personas para comunicarse.
- Se deberían de enviar o agregar testimonios para impulsar la venta, especialmente testimonios de madres de familia con sus hijos, ya que estas fueron la mayoría de las compradoras del servicio.
- Agregar los planes mensuales, semestrales y anuales para conocer a mayor profundidad la sensibilidad al precio que poseen los potenciales clientes respecto del servicio.

## vii.Sustentación de las validaciones

**Aprendo ABC** "Aprender nunca fue tan divertido"

INICIO NOSOTROS NUESTROS NIVELES PAGOS REGISTRO

**5 niveles de juegos que harán a los niños reforzar lo aprendido**

Prueba Gratis 1 mes

LENGUAJE MATEMÁTICAS NOLES CANCIONES DIVERSIÓN

Yapaa a chiflar

**¿BUSCAR QUE TU NIÑO APRENDA AL 100% LO QUE SE LE ENSEÑA?**

**¡NOSOTROS TE AYUDAMOS!**

Los pequeños suelen interiorizar los conocimientos a través del juego y la experiencia, así que a través de esta plataforma con sus juegos educativos diseñados cuidadosamente, podrán reforzar lo que se les enseña en clases mientras se divierten.

Freemium	Premium
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sin anuncios</li> <li>• Sin límites de tiempo</li> <li>• Sin publicidad</li> <li>• Sin límites de tiempo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sin anuncios</li> <li>• Sin límites de tiempo</li> <li>• Sin publicidad</li> <li>• Sin límites de tiempo</li> </ul>

**Paga aquí con Yape**

**JOEL ANGEL BERNACHEA ATOC**

Escanea este QR O Yapea al 996469757 ¡Únete a Aprendo ABC!

**\$1.30 mensual**

Figura 20. Boletín informativo. Elaboración propia. 2021.

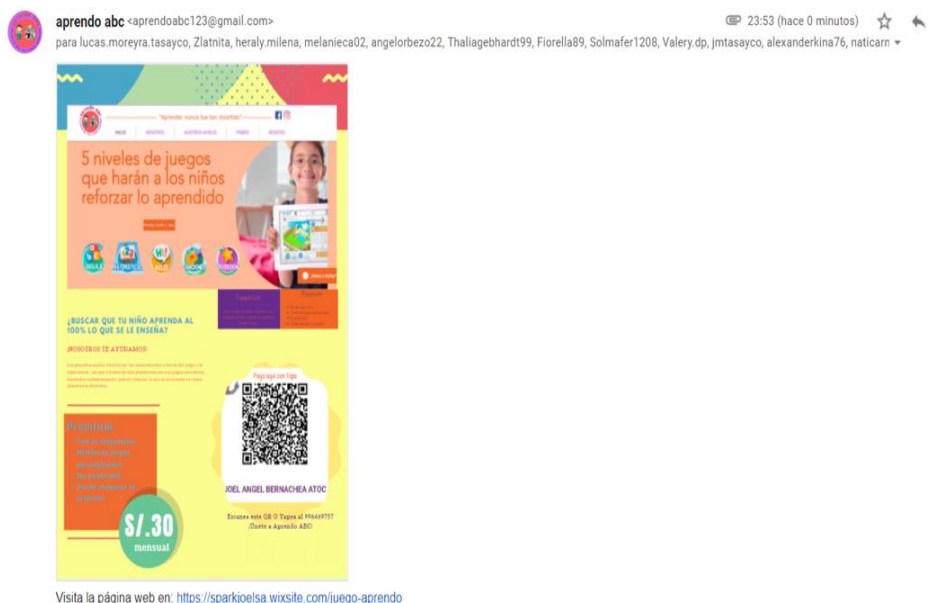


Figura 21. Envío de boletín informativo a las 60 personas interesadas. *Elaboración propia. 2021.*

Movimientos		Movimientos	
<b>Brigitte Leslie Soto Pérez</b>	S/ 30.00	<b>Noviembre 2021</b>	
05 Nov. 2021 - 8:10 pm		<b>Fanny Natalie Silva Agapito</b>	S/ 30.00
<b>Luisa Isabel Perauna Vargas</b>	S/ 30.00	07 Nov. 2021 - 3:02 pm	
05 Nov. 2021 - 5:57 pm		<b>Javier Carhuachuco Huamán</b>	S/ 30.00
<b>Cynthia Thalia Gebhardt Linares</b>	S/ 30.00	07 Nov. 2021 - 2:50 pm	
05 Nov. 2021 - 4:34 pm		<b>Mery Giles Gomez</b>	S/ 30.00
<b>Renato Alonso Solis Coronado</b>	S/ 30.00	07 Nov. 2021 - 6:29 pm	
04 Nov. 2021 - 8:57 pm		<b>Marleny Olaguivel Céspedes</b>	S/ 30.00
<b>Angel Jesus Valladolid Orbezo</b>	S/ 30.00	05 Nov. 2021 - 10:27 am	
03 Nov. 2021 - 11:10 pm		<b>Victoria Magallanes Cárdenas</b>	S/ 30.00
<b>Jean Paul Saavedra Calderón</b>	S/ 30.00	05 Nov. 2021 - 3:39 pm	
03 Nov. 2021 - 5:41 pm		<b>Gina Limaylla Guerra</b>	S/ 30.00
<b>Alexander Kina Alvarado</b>	S/ 30.00	05 Nov. 2021 - 3:39 pm	
03 Nov. 2021 - 2:05 pm		<b>Jose Manuel Tasayco Linares</b>	S/ 30.00
<b>Johana Patricia Tasayco Linares</b>	S/ 30.00	05 Nov. 2021 - 11:09 pm	
02 Nov. 2021 - 8:10 pm		<b>Maryfer Solange Ugarte Anazco</b>	S/ 30.00
		05 Nov. 2021 - 11:08 pm - Tenkiu elsilla	

Figura 22. Relación de pago para suscripciones de un mes. Elaboración propia. 2021.

## 7.5. Concierge 05

### i. Objetivo del experimento

Determinar si la plataforma Aprendo ABC despierta el interés de compra para los padres de familia de lima respecto al apoyo de las actividades de reforzamiento de aprendizaje para sus hijos. Para ello se realizó una publicación en Facebook, la cual consta con la finalidad que los clientes aprovechen el momento de precios bajos y logren suscribirse.

### ii. Diseño y desarrollo del experimento

#### o Descripción del experimento

Para lograr el objetivo planteado se realizó una publicación en Facebook que consta de brindarles a los padres de familia descuentos por pronta suscripción, en este caso se propuesto que fuera mensual o anual, claro está que esto son solo suposiciones y en el transcurso puede variar o añadirse otra oferta. Se sabe que las personas sienten algo más “atractivo” cuando ven la palabra “oferta” e inmediatamente preguntan por ello e intentan comprar los servicios, así que con este experimento se espera demostrar que tan capaces están los padres de suscribirse.

**Fecha:** 7 de noviembre hasta el 12 de noviembre del 2021

**Duración:** 6 días

**Método:** Concierge/ Landing page

**Métrica:** Número de personas alcanzadas vs Número de personas suscritas



○ **Bitácora de actividades**

Tabla 51. *Bitácora de Actividades del Concierge 05*

<b>Actividad</b>	<b>Tarea</b>	<b>Resultado</b>
Realizar la publicación en Facebook sobre un mes de prueba gratuita	Determinar cuál es el tipo de post a realizar y que se mostrara en él, definir si es mejor un video o una imagen didáctica	Se determino que un post es el más indicando, ya que ayuda a que más usuarios lo vean
	Definir la duración de la promoción	Se publicó por un periodo de 6 días
	Definir que editor es el mejor	Se uso canva como editor
Analizar resultados del post	Se procede a exportar las métricas obtenidas de la publicación en Facebook.	Alcanzo a más de 120 personas con más de 20 interacciones.

Nota. Elaboración Propia. 2021.

iii. **Análisis e interpretación de los resultados**

○ **Malla receptora**

Tabla 52. *Malla Receptora del Concierge 05*

<b>PUNTOS FUERTES</b>	<b>CRITICAS CONSTRUCTIVAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>La publicación logro el objetivo de generar interés por parte de los padres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El post debió tener más duración, ya que mientras más tiempo exista una</li> </ul>

<p>de familia, ya que se obtuvieron más de 120 alcances, más de 13 interacciones, a su vez esta oferta solo fue puesta por 6 días, lo cual genera grandes expectativas por si se planeara publicar un anuncio de mayor duración.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los colores y la imagen presentada en el post contienen colores llamativos y despiertan el interés</li> <li>• Difundirla mediante Facebook genero una gran ventaja puesto que, es la red social más vista de todo el mundo.</li> </ul>	<p>posibilidad de obtener más usuarios meta.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se debió publicar en otras redes sociales para generar mayor tráfico de la página web.</li> <li>• Se debió utilizar publicidad pagada para generar mayores resultados.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>QUE PREGUNTAS NUEVAS TENEMOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuánto nos costara la publicidad?</li> <li>• ¿Se debería incluir más imágenes?</li> <li>• ¿Sera atractivo para el cliente?</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>OPINIONES INTERESANTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar publicaciones y subirlas por otros medios, tales como YouTube o tiktok</li> <li>• Utilizar otros editores para diseñar los posts</li> </ul>

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

#### **iv.Principales Hallazgos encontrados**

- La promoción de descuento por pronto pago generó gran acogida por parte de los padres de familia, ya que al tener una duración de 6 días logro alcanzar a más de 120 personas con más de 20 interacciones.
- Los colores y la imagen del post fueron muy atractivos con el cliente, ya que se obtuvieron 12 reacciones de me encanta
- Se determinó que la mayor parte de las personas alcanzadas fueron mujeres de 25 años a más, por ende, la publicación logro conectar con la edad promedio de clientes madres de familia
- Se debería ampliar la fecha de la promoción, así alcanzaría a llegar a más usuarios meta.

#### **v.Interpretación de los resultados obtenidos**

- Esta promoción logro captar la atención de los clientes, dado que genero un mayor alcance de lo esperado por los pocos días de anuncio. La mayor cantidad de comentarios que se recibieron fueron de padres de familia buscando más información acerca del descuento.
- Los colores en la publicación son atractivos por los usuarios, son amigables y despiertan interés en ellos, por lo tanto, se deberían publicar más post con la misma paleta de colores.

#### **vi.Aprendizajes – Cambios a realizar**

- La promoción de descuento por pronto pago es una gran alternativa para que los clientes puesto que, les brinda una facilidad para que puedan pagar al instante, así como la página web obtiene beneficios de mayores clientes.
- El tiempo de duración del post se debería ampliar, ya que así se obtendría mayor alcance, así como mayor número de tráfico dentro de la plataforma.

vii.Sustentación de las validaciones (enlaces, audios, videos, imágenes, etc)

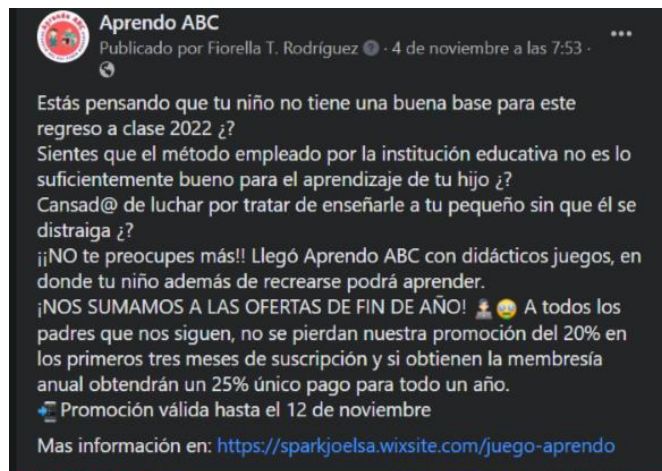


Figura 23. Publicación de Facebook. Elaboración propia. 2021.



7.6. Aprendizajes y conclusiones de los experimentos obtenidos

- En el primer experimento se obtuvieron grandes resultados, a pesar de que se puede mejorar la adaptación de la página web a otros dispositivos, el número de personas interesadas en información es alentador. Sin embargo, hay aspectos a mejorar en la información a brindar y diseño del texto que acompaña la imagen del post de Facebook, así como también la imagen. La publicidad paga para este tipo de experimentos es realmente un potenciador para tener mayor alcance.
- El tercer experimento nos sirvió para demostrar que existen padres de familia interesados en obtener un mes gratis en la plataforma, con ello podrán comprobar los beneficios con los que cuentan nuestra página. Asimismo, nos sirvió para determinar nuestras ventas futuras. Pese a ello, contamos con aspectos que mejorar como son las duraciones de las promociones, si bien es cierto que tuvieron una validez de 6 días no se pudo contar con exactitud el mercado real, se cree que si se aumenta los días se podrá llegar a más clientes.
- En el cuarto experimento se pudo comprobar el interés y la intención de compra de los padres de familia respecto al servicio, alcanzando una tasa 27%, más de la cuarta parte. Para mejorar esta tasa se debe tener en cuenta el mejorar el contenido, ser más precisos y claro. Asimismo, el email marketing y la apertura de canal de atención vía WhatsApp serán una herramienta clave para mantener el contacto con los clientes.
- El quinto experimento nos ayudó a determinar el interés de compra por parte de los usuarios, así como determinar con mayor exactitud la cantidad de personas que visualizaron el post, con ello se logró aproximar las ventas.

### **7.7. Estrategias de fidelización**

Nuestra estrategia se basa en brindar al cliente un servicio de calidad, innovando, manteniéndonos actualizados con la plataforma, se sabe que los clientes son el motor de la empresa y sin ellos no existe vida. Es necesario que mantengamos estrategias centradas en ellos, se planea crear posts informativos con contenido educativo, el cual explique la importancia de la educación y que beneficio nos brinda reforzar el aprendizaje desde una edad temprana, así como crear videos, conferencias o charlas en vivo, para mantenernos comunicados con los padres y se logre entender que es lo que sus hijos necesitan para una educación de calidad. Además, se contará con un asistente que se encargará de supervisar las sugerencias que los padres dejen en la página, con ello se pueda mejorar y seguir creciendo. Nos enfocamos en brindar un servicio de calidad centrándonos en la educación a distancia, se sabe que los niños no aprenden correctamente de forma virtual, existen diversos factores que hacen a ellos no comprender bien, por ello "Aprendo ABC" planea ser su aliado en el reforzamiento y logren adaptarse al cambio. Además, se tiene en cuenta que en el 2022 los niños ya regresan a clases, por ende, establecer alianzas estrategias con algunos centros educativos es una misión, lograr entablar una relación donde el único beneficiado sean los niños.

### **8. PLAN DE FORMALIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO**

Para la constitución de Aprendo ABC, esta debe ser registrada ante el Estado para poder gozar de los beneficios que trae consigo la formalidad. Entre ellos se encuentra el poder tener la libertad de exponer la marca legalmente, crecer y emplear gente que obtenga beneficios del Estado, acceder a préstamos bancarios, y formar parte del ecosistema comercial del país. Por ello, para la formalización de este proyecto, se debe seguir una serie de pasos sugeridos por Formaliza Perú del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo:

- Elegir el tipo de personería de la empresa: Debido a que el proyecto nace de la iniciativa de 5 socios, determinamos que la personería jurídica bajo la denominación de Sociedad Anónima es la indicada.
- Realizar búsqueda y reserva de nombre: Averiguar si el nombre Aprendo ABC S.A se encuentra disponible, para lo cual se paga una tasa registral de cinco soles. De estar disponible, se procede a pagar la reserva del nombre ascendente a 20 soles.
- Elaborar la minuta de constitución: Con ayuda de un abogado se procede a elaborar la minuta donde se consigna los nombres de los socios del proyecto y su aporte monetario, así como el giro del negocio, las normas, estatutos, y tipo de empresa al que se rige el proyecto.
- Elevar la minuta a escritura pública: Con asesoramiento de un notario se eleva la minuta a escritura pública, formalizando así el emprendimiento, para ello, se debe contar con la firma del notario y de los socios que conforman la sociedad.
- Inscripción del RUC en Sunarp: Una vez obtenida la Escritura Pública, es necesario llevarla a SUNARP para realizar la inscripción de la empresa en los Registros Públicos. De esta manera, luego de constituida, podremos inscribirnos en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) de Sunat.

## **9. PLAN DE RECURSOS HUMANOS**

### **9.1. Estructura organización**

Aprendo ABC es un emprendimiento digital dirigido a los padres de familia que desean que sus niños aprendan de una manera más entretenida y didáctica. Para que el emprendimiento sea un éxito, la estructura organizacional de Aprendo ABC consta de la siguiente forma: un Gerente General, socios,

programadores web, profesores, abogados y empleados extras (Administración, marketing y servicio al cliente).

## 9.2. Regímenes a que se acoge la organización

Para iniciar un negocio hay que tener en claro los abonos que se generan tanto en la empresa como en los empleados.

El impuesto que fiscaliza la Sunat en proyectos digitales es el impuesto a la renta. Para las empresas equivale al 29,5% de las ventas, mientras que para los empleados que trabajen de manera dependiente e independiente, el descuento varía entre 8% y 30%. Además, todas las personas que tengan un ingreso anual superior a 7 UIT deben pagar impuesto a la renta.

Tabla 53. *Regímenes que se acoge la organización*

<b>Renta Neta Cuarta-Quinta</b>	<b>Tasa</b>
Hasta 5 UIT: (S/ 22,000)	8%
Más de 5 UIT hasta 20 UIT: (Más de S/ 22,000 hasta S/ 88,000)	14%
Más de 20 UIT hasta 35 UIT: (Más de S/ 88,000 hasta S/ 154,000)	17%
Más de 35 UIT hasta 45 UIT: (Más de S/ 154,000 hasta S/ 198,000)	20%
Más de 45 UIT: (Más de S/ 198,000)	30%

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

Por otra parte, el Impuesto General a las Ventas (IGV) aún no se recauda ni se fiscaliza en emprendimientos digitales.



Todo empleado cuenta con aportes y beneficios, que se calcula mediante el sueldo que perciba por parte de la empresa. Para el caso del Aporte de Essalud y ONP, Sunat ya ha establecido un porcentaje requerido:

Tabla 54. *Aportes que realiza la organización*

<b>Aporte</b>	<b>Porcentaje</b>
Essalud	9%
ONP	13%

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

Para los beneficios sociales esto varía dependiendo del sueldo. Hay dos tipos de beneficios sociales importantes, la CTS que se deposita dos veces por año (mayo y noviembre), donde cada abono equivale a la mitad del salario mensual. Las gratificaciones equivalen aproximadamente a un sueldo completo incluido la asignación familiar y el seguro de salud. Este monto se abona dos veces al año (julio y diciembre). Además, existe el beneficio de asignación familiar, donde la empresa está en la obligación de pagar S/ 93 por cada hijo del empleado. Este caso aplica siempre que se tenga hijos menores de 18 años o hijos mayores de 18 años que están siguiendo estudios superiores. Ante esa situación, la asignación se extiende hasta 6 años más.

Es decir, todos los empleados que trabajen dentro de Aprendo ABC, contarán con todos los beneficios de acuerdo con ley.

### 9.3. Organigrama

En el siguiente organigrama se aprecia cómo está dividido las áreas y el personal de Aprendo

ABC:

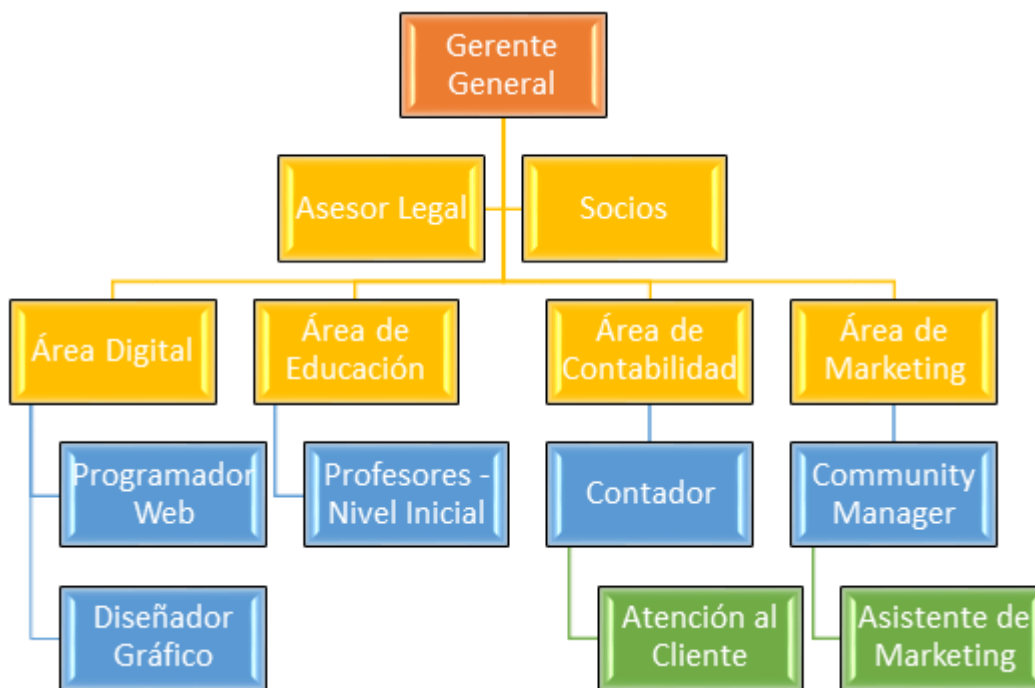


Figura 24. Organigrama de la organización. Elaboración Propia. 2021.

### 9.4. Descripción de Perfil de Puesto

- Gerente General: Es la persona que será la cabeza del negocio, estará al tanto de todos los pormenores que pase dentro del negocio. Además, se encargará de cumplir con los objetivos o visión que tenga la empresa. Además, de contratar al personal calificado para sacar adelante el emprendimiento.
- Los socios: Son las personas que junto con el CEO crearon el negocio digital, estarán al tanto de todo lo que pase con el negocio, y tomarán decisiones dentro de la organización.

- Asesor Legal: Es la persona encargada de ver si el negocio va acorde a ley y estará a cargo de la constitución de la empresa.
- Programador Web: Es la persona encargada de velar porque la plataforma web funcione de la mejor manera.
- Diseñador Gráfico: Junto al programador web diseñarán la plataforma digital de Aprendo ABC, además, deben estar al tanto del mantenimiento y la actualización de la plataforma.
- Profesores y Nivel Inicial: Son las personas encargadas de preparar el material con el que contarán los niños dentro de la plataforma. Además, podrán tener comunicación con los padres si es que sus niños presentan algún inconveniente educativo.
- Contador: Será la persona encargada de ver los egresos e ingresos que tenga el emprendimiento en un lapso de tiempo.
- Atención al Cliente: Será la persona encargada de responder las llamadas del público en general.
- Community Manager: Será el encargado de mantener las plataformas digitales, tanto Instagram como Facebook actualizando, generando contenido diario, de esta manera, atraer a más público a la plataforma.
- Asistente de Marketing: Estará asistiendo al Community Manager en el contenido que generen dentro de las plataformas digitales.

#### **9.5. Cuadro de asignación de Personal.**

Para desarrollar la plataforma web y los juegos educativos es necesario contar con el plan de recursos humanos correcto, para ello se realizaron diversas validaciones que indican se necesitarían un profesor o profesora por nivel, un desarrollador y un diseñador gráfico. Asimismo, en cuanto a las

actividades de marketing, se contarán con dos personas quienes tendrán a su cargo las estrategias de difusión de contenido y estrategias comerciales. Finalmente, se contratará a un contador, quien llevará la cuenta de los ingresos y gastos que realizará la compañía, una persona encargada de la atención de servicio al cliente y el administrador será quien tome las decisiones finales, por lo que se le considera parte de la planilla. A continuación, esta información se resume de manera más específica en el siguiente cuadro.

Tabla 55. Cuadro de asignación de personal

<b>Puesto</b>	<b>Modalidad de pago</b>	<b>Cantidad de personas</b>	<b>Sueldo individual</b>
Profesora del nivel inicial	Recibo por honorarios	4 (Tres meses)	1000
Desarrollador web /Programador	Recibo por honorarios	1	1350
Community Manager	Planilla	1	1300
Asistente de marketing	Planilla	1	930
Contador	Recibo por honorarios	1	250
Servicio al cliente	Planilla	1	930
Gerente	Planilla	1	1900

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

En los siguientes cuadros se aprecia todo el gasto que tendrá el emprendimiento con relación al personal. Además, se evaluó en base a tres años. En los cuadros posteriores se aprecia los sueldos incluido los beneficios que se tiene de acuerdo con ley.

Tabla 56. Personal año 01

AÑO 1							
PERSONAL - AÑO 1							
Cargo	Remuneración	1	2	3	4	5	6
Gerencia	S/.1.900,00	S/.1.900,00	S/.1.900,00	S/.1.900,00	S/.1.900,00	S/.1.900,00	S/.1.900,00
Programador	S/.1.350,00						
Encargado de Atención al Cliente	S/.930,00	S/.930,00	S/.930,00	S/.930,00	S/.930,00	S/.930,00	S/.930,00
Servicio de Contabilidad	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00
Community Manager	S/.1.300,00	S/.1.300,00	S/.1.300,00	S/.1.300,00	S/.1.300,00	S/.1.300,00	S/.1.300,00
Profesores (4)	S/.1.000,00						
<b>TOTAL BRUTO</b>		<b>S/.4.380,00</b>	<b>S/.4.380,00</b>	<b>S/.4.380,00</b>	<b>S/.4.380,00</b>	<b>S/.4.380,00</b>	<b>S/.4.380,00</b>

7	8	9	10	11	12	Total Año 1
S/.3.800,00	S/.1.900,00	S/.1.900,00	S/.1.900,00	S/.1.900,00	S/.3.800,00	<b>S/.11.400,00</b>
			S/.1.350,00	S/.1.350,00	S/.1.350,00	
S/.1.860,00	S/.930,00	S/.930,00	S/.930,00	S/.930,00	S/.1.860,00	<b>S/.5.580,00</b>
S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	<b>S/.1.250,00</b>
S/.2.600,00	S/.1.300,00	S/.1.300,00	S/.1.300,00	S/.1.300,00	S/.2.600,00	<b>S/.7.800,00</b>
			S/.4.000,00	S/.4.000,00	S/.4.000,00	
<b>S/.8.510,00</b>	<b>S/.4.380,00</b>	<b>S/.4.380,00</b>	<b>S/.9.730,00</b>	<b>S/.9.730,00</b>	<b>S/.13.860,00</b>	<b>S/.26.030,00</b>

Nota. Elaboración Propia. 2021.

Tabla 57. Personal año 02

AÑO 2							
PERSONAL - AÑO 2							
Cargo	Remuneración	1	2	3	4	5	6
Gerencia	S/.1.900,00	S/.1.900,00	S/.1.900,00	S/.1.900,00	S/.1.900,00	S/.1.900,00	S/.1.900,00
Programador							
Encargado de Atención al Cliente	S/.930,00	S/.930,00	S/.930,00	S/.930,00	S/.930,00	S/.930,00	S/.930,00
Servicio de Contabilidad	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00
Community Manager + Practicante	S/.2.230,00	S/.4.460,00	S/.2.230,00	S/.2.230,00	S/.2.230,00	S/.2.230,00	S/.2.230,00
<b>TOTAL BRUTO</b>		<b>S/.7.540,00</b>	<b>S/.5.310,00</b>	<b>S/.5.310,00</b>	<b>S/.5.310,00</b>	<b>S/.5.310,00</b>	<b>S/.5.310,00</b>

7	8	9	10	11	12	Total Año 2
S/.3.800,00	S/.1.900,00	S/.1.900,00	S/.1.900,00	S/.1.900,00	S/.3.800,00	<b>S/.26.600,00</b>
			S/.1.350,00	S/.1.350,00	S/.1.350,00	
S/.1.860,00	S/.930,00	S/.930,00	S/.930,00	S/.930,00	S/.1.860,00	<b>S/.13.020,00</b>
S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	<b>S/.3.000,00</b>
S/.3.530,00	S/.2.230,00	S/.2.230,00	S/.2.230,00	S/.2.230,00	S/.3.530,00	<b>S/.31.590,00</b>
			S/.4.000,00	S/.4.000,00	S/.4.000,00	
<b>S/.9.440,00</b>	<b>S/.5.310,00</b>	<b>S/.5.310,00</b>	<b>S/.6.660,00</b>	<b>S/.6.660,00</b>	<b>S/.10.790,00</b>	<b>S/.74.210,00</b>

Nota. Elaboración Propia. 2021.

Tabla 58. Personal año 03

PERSONAL - AÑO 3							
Cargo	Remuneración	1	2	3	4	5	6
Gerencia	S/.2.200,00	S/.2.200,00	S/.2.200,00	S/.2.200,00	S/.2.200,00	S/.2.200,00	S/.2.200,00
Programador							
Encargado de Atención al Cliente	S/.1.860,00	S/.1.860,00	S/.1.860,00	S/.1.860,00	S/.1.860,00	S/.1.860,00	S/.1.860,00
Servicio de Contabilidad	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00
Community Manager + Practicante	S/.2.230,00	S/.2.230,00	S/.2.230,00	S/.2.230,00	S/.2.230,00	S/.2.230,00	S/.2.230,00
<b>TOTAL BRUTO</b>		<b>S/.6.540,00</b>	<b>S/.6.540,00</b>	<b>S/.6.540,00</b>	<b>S/.6.540,00</b>	<b>S/.6.540,00</b>	<b>S/.6.540,00</b>

PERSONAL - AÑO 3							
Cargo	7	8	9	10	11	12	Total Año 3
Gerencia	S/.4.400,00	S/.2.200,00	S/.2.200,00	S/.2.200,00	S/.2.200,00	S/.4.400,00	<b>S/.30.800,00</b>
Programador				S/.1.350,00	S/.1.350,00	S/.1.350,00	
Encargado de Atención al Cliente	S/.3.720,00	S/.1.860,00	S/.1.860,00	S/.1.860,00	S/.1.860,00	S/.3.720,00	<b>S/.26.040,00</b>
Servicio de Contabilidad	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	S/.250,00	<b>S/.3.000,00</b>
Community Manager + Practicante	S/.3.530,00	S/.2.230,00	S/.2.230,00	S/.2.230,00	S/.2.230,00	S/.3.530,00	<b>S/.29.360,00</b>
				S/.4.000,00	S/.4.000,00	S/.4.000,00	
<b>TOTAL BRUTO</b>	<b>S/.11.900,00</b>	<b>S/.6.540,00</b>	<b>S/.6.540,00</b>	<b>S/.7.890,00</b>	<b>S/.7.890,00</b>	<b>S/.13.250,00</b>	<b>S/.89.200,00</b>

Nota. Elaboración Propia. 2021.

Tabla 59. Sueldo neto para pagar - gerencia

Gerentes	Año 1		Año 2		Año 3	
	Mensual	Año 1	Mensual	Año 2	Mensual	Año 3
Sueldo Bruto	S/.1.900,00	S/.9.500,00	S/.1.900,00	S/.22.800,00	S/.2.200,00	S/.26.400,00
ESSALUD 9%	S/.171,00	S/.855,00	S/.171,00	S/.2.052,00	S/.198,00	S/.2.376,00
AFP 11.73%	S/.222,87	S/.1.114,35	S/.222,87	S/.2.674,44	S/.258,06	S/.3.096,72
Gratificación(2 sueldos al año)	S/.1.900,00	S/.3.800,00	S/.1.900,00	S/.3.800,00	S/.2.200,00	S/.4.400,00
<b>Sueldo neto a pagar</b>	<b>S/.1.506,13</b>	<b>S/.7.530,65</b>	<b>S/.1.506,13</b>	<b>S/.18.073,56</b>	<b>S/.1.743,94</b>	<b>S/.20.927,28</b>
Pago al Estado	S/.171,00	S/.855,00	S/.171,00	S/.2.052,00	S/.198,00	S/.2.376,00
Pago a AFP	S/.222,87	S/.1.114,35	S/.222,87	S/.2.674,44	S/.258,06	S/.3.096,72

Nota. Elaboración Propia. 2021.

Tabla 60. *Sueldo neto a pagar atención al cliente*

Encargado de Atención al Cliente	<b>Sueldo NETO A PAGAR - Ayudante de Atención al Cliente</b>					
	<i>*En el segundo año se contratará a un segundo ayudante</i>					
	<u>Año 1</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 3</u>
	Mensual		Mensual		Mensual	
Sueldo Bruto	S/.930,00	S/.4.650,00	S/.930,00	S/.11.160,00	S/.1.860,00	S/.22.320,00
ESSALUD 9%	S/.83,70	S/.418,50	S/.83,70	S/.1.004,40	S/.167,40	S/.2.008,80
AFP 11.73%	S/.109,09	S/.545,45	S/.109,09	S/.1.309,07	S/.218,18	S/.2.618,14
Gratificación(2 sueldos al año)	S/.930,00	S/.1.860,00	S/.930,00	S/.1.860,00	S/.1.860,00	S/.3.720,00
<b>Sueldo neto a pagar</b>	<b>S/.737,21</b>	<b>S/.3.686,06</b>	<b>S/.737,21</b>	<b>S/.8.846,53</b>	<b>S/.1.474,42</b>	<b>S/.17.693,06</b>
Pago al Estado	S/.83,70	S/.418,50	S/.83,70	S/.1.004,40	S/.167,40	S/.2.008,80
Pago a AFP	S/.109,09	S/.545,45	S/.109,09	S/.1.309,07	S/.218,18	S/.2.618,14

Nota. Elaboración Propia. 2021.

Tabla 61. *Servicio de contabilidad*

Contador	<b>SERVICIO DE CONTABILIDAD</b>					
	<u>Año 1</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 3</u>
	Mensual		Mensual		Mensual	
<b>Sueldo neto a pagar</b>	S/.250.00	S/.1,250.00	S/.250.00	S/.3,000.00	S/.250.00	S/.3,000.00

Nota. Elaboración Propia. 2021.

Tabla 62. *Practicante de marketing*

Practicante de Marketing	<b>PRACTICANTE DE MARKETING</b>					
	<i>*En el tercer año se contratará a un practicante</i>					
	<u>Año 1</u>	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 3</u>
	Mensual		Mensual		Mensual	
<b>Sueldo neto a pagar</b>	S/.1,300.00	S/.6,500.00	S/.2,230.00	S/.26,760.00	S/.2,230.00	S/.26,760.00

Nota. Elaboración Propia. 2021.

Tabla 63. Costos totales de Recursos Humanos

CATEGORÍA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>Sueldo neto a pagar</b>	S/.11.436,06	S/.38.606,53	S/.47.453,06
<b>Pago al Estado 9%</b>	S/.1.273,50	S/.3.056,40	S/.4.384,80
<b>Pago a AFP 11.73%</b>	S/.1.659,80	S/.3.983,51	S/.5.714,86
<b>Gratificación</b>	S/.5.660,00	S/.5.660,00	S/.8.120,00

Nota. Elaboración Propia. 2021.

### 9.6. Cuadro de actividades

A continuación, se muestra el cuadro de actividades por cada área y en base a los meses de un año. El área que está en constante acción es Marketing, pues esta es clave para poder atraer a más clientes y seguir creciendo en alcance y compras de suscripciones.

Tabla 64. Cronograma de Actividades

Detalles	Cronograma de Actividades											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<b>1. CEO</b>												
1.1 Revisar los objetivos cumplidos												
1.2 Informar a los socios												
1.3 Evaluar el personal de la empresa												
<b>2. Asesor Legal</b>												
2.1 Velar si todo va acorde a ley												
2.2 Realizar un informe al CEO acerca de los problemas												
<b>3. Área Digital</b>												
3.1 Mantenimiento de la plataforma web												
3.2 Diseñar nuevas funciones												
3.3 Programar nuevas secciones												
<b>4. Área de Educación</b>												
4.1 Crear contenido didáctico												
4.2 Evaluar el material												
4.3 Grabar videos educativos												
<b>5. Área Administrativa</b>												
5.1 Evaluar el presupuesto del negocio												
5.2 Informar al CEO sobre los ingresos y egresos												
5.3 Administrar los recursos												
<b>6. Área de Marketing</b>												
6.1 Crear contenido por redes sociales												
6.2 Recepcionar los mensajes que envían los clientes												
6.3 Mantener las plataformas al día												

Nota. Elaboración Propia. 2021.

## 10. PLAN DE MARKETING

### 10.1. Producto / Servicio



Respecto a la estrategia de marketing sobre el servicio, si bien es importante resaltar los beneficios de Aprendiendo ABC a sus clientes. También lo es, enfocarnos en la necesidad del consumidor. Tener como enfoque hay que comunicar que podemos satisfacer la necesidad de una mejor educación virtual para los niños en edad temprana. De esta manera, para poder posicionar nuestra plataforma, es fundamental el uso de estrategias de marketing digital. En este caso, aplicaremos estrategias SEO que nos permitirán alcanzar una mejor exposición de la marca y ser más recurrentes en la búsqueda que realizan los usuarios. Entre ellas tenemos:

- Mejora de palabras claves
- Contenido dinámico
- Optimización de Siglas de búsqueda de la plataforma

## **10.2. Precio**

Respecto al precio, hemos propuesto para el plan Premium el costo de 30 soles. Se eligió este precio pues buscamos ser competitivos con nuestros competidores directos (plataformas online de reforzamiento) y nuestros competidores indirectos (profesores particulares, grupos de aprendizaje, círculos de nivelación inicial). Asimismo, este pago viene acompañado de beneficios y promociones de descuento que se darán de transición mensual. Este monto se expondrá al consumidor a través de publicaciones promocionales en nuestras redes sociales y anuncios publicitarios virtuales segmentados. Este precio se estableció teniendo en cuenta a los precios de la competencia.

## **10.3. Plaza**

El proceso de la venta de las suscripciones tiene que alinearse con la estrategia de posicionamiento virtual de la plataforma. Es por ello, que se utilizará el canal online como canal de distribución de contenido, ofertas y descuentos. Asimismo, es importante destacar que las redes sociales de Aprendo ABC tendrán un rol fundamental para el redireccionamiento de nuestros clientes potenciales a la plataforma principal. Es por ello, que necesitaremos de personajes familiarizados y con experiencia en generación de contenido online como lo son los influencers para afianzar nuestro posicionamiento.

#### 10.4. Mix Promocional

Respecto a la promoción se buscará aplicar estrategia de marketing digital SEO (posicionamiento orgánico, sin costo) y estrategias SEM (posicionamiento con pago por publicidad) esto en lo que respecta de manera directa a la plataforma web.

Por otro lado, se realizará promoción de la marca a través de nuestras redes sociales de Facebook e Instagram. Para lo cual se le destinará un presupuesto mensual para la elaboración de anuncios de ofertas en suscripción y descuentos. Estas actividades serán planificadas y propuestas por el community manager a través de un cronograma de actividades. Asimismo, se realizará reseñas y colaboraciones con micro influencers que calcen con los valores de la marca “Aprendo abc” y sobre todo que cuenten con un público objetivo con necesidades similares a la de nuestros clientes potenciales.

Tabla 65. *Cronograma de actividades distribuido en 3 etapas*

Detalle		Pre lanzamiento		Lanzamiento				Post Lanzamiento				
		Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre
Estrategias de Marketing Digital	Estrategias de Posicionamiento - Landing Page											
	SEO											
	SEM											
Redes Sociales	Instagram											
	Reels interactivos											
	Facebook											
	Publicaciones de descuentos											
	Google Adds											
	Refuerzo de campaña											
	Colaboración con Influencers											
	Publicaciones de reforzamiento en redes sociales											

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

### 10.5. Presupuesto de Marketing y Ventas

Respecto al presupuesto de marketing como se detalló anteriormente se elaboraron estrategias BTL para promocionar la plataforma de Aprendo ABC. Asimismo, se realizaron actividades orgánicas sin costo algunas y actividades promocionales con un presupuesto determinado.

A continuación, en los siguientes cuadros podremos ver el conjunto de estrategias que se aplicarán en los primeros 3 años, para poder posicionar la plataforma Aprendo ABC en nuestro mercado potencial. De igual manera, estas actividades contarán con una frecuencia de tiempo determinada para no saturar al usuario con un contenido repetitivo. Cabe resaltar, que estas actividades se verán distribuidas en 3 etapas: Prelanzamiento, lanzamiento y Post lanzamiento de la plataforma ABC. (cuadro de GANNT)

Tabla 66. Año 01

AÑO 1 (ENERO - DICIEMBRE)									
	Estrategia	Push/Pull	Actividad	Tipo	Unidad de Medida	Frecuencia	Cantidad al año	Costo Unitario	Costo total
Estrategia Online	Publicidad en Facebook	Pull	Anuncios	Social Media	S/.	Mensual	12	80	960
	Publicidad en Instagram	Pull	Anuncios	Social Media	S/.	Mensual	12	40	480
	Colaboración con Micro Influencers	Pull	Reseñas	Social Media	S/.	Anual		980	0
	Growth Hacking	Push	Sorteo	Social Media	S/.	Semestral	2	100	200
	Cupones de descuento	Push	2X1	Social Media	S/.	Semestral	2	100	200
<b>TOTAL</b>									<b>1840,00</b>

Nota. Elaboración Propia. 2021.

AÑO 2 (ENERO - DICIEMBRE)									AUMENTA 15%
	Estrategia	Push/Pull	Actividad	Tipo	Unidad de Medida	Frecuencia	Cantidad al año	Costo Unitario	Costo total
Estrategia Online	Publicidad en Facebook	Pull	Anuncios	Social Media	S/.	Mensual	12	92	1104
	Publicidad en Instagram	Pull	Anuncios	Social Media	S/.	Mensual	12	46	552
	Colaboración con Micro Influencers	Pull	Reseñas	Social Media	S/.	Anual		1127	0
	Growth Hacking	Push	Sorteo	Social Media	S/.	Semestral	2	100	200
	Cupones de descuento	Push	2X1	Social Media	S/.	Semestral	2	200	400
<b>TOTAL</b>									<b>2256,00</b>

Tabla 67. Año 02

Nota. Elaboración Propia. 2021.

Tabla 68. Año 03

AÑO 3 (ENERO - DICIEMBRE)									AUMENTA 30%
Estrategia	Push/Pull	Actividad	Tipo	Unidad de Medida	Frecuencia	Cantidad al año	Costo Unitario	Costo total	
Estrategia Online	Publicidad en Facebook	Pull	Anuncios	Social Media	S/.	Mensual	12	119,6	1435,2
	Publicidad en Instagram	Pull	Anuncios	Social Media	S/.	Mensual	12	59,8	717,6
	Colaboración con Micro Influencers	Pull	Reseñas	Social Media	S/.	Cuatrimestral	3	1465,1	4395,3
	Growth Hacking	Push	Sorteo	Social Media	S/.	Semestral	2	200	400
	Cupones de descuento	Push	2X1	Social Media	S/.	Semestral	2	200	400
<b>TOTAL</b>								<b>7348,1</b>	

Nota. Elaboración Propia. 2021.

## 11. PLAN DE OPERACIONES

### 11.1. Cadena de Valor

Respecto a la cadena de valor buscamos describir las actividades de apoyo y secundarias que influyen en la empresa. Así como el valor y la interrelación que tienen entre ellas. Para el presente trabajo adecuamos la propuesta a una cadena de valor de servicios. En este caso, Aprendo ABC, es un emprendimiento que brinda el servicio de reforzamiento académico a los niños suscritos en la plataforma.

Entre las actividades primarias tenemos: Personal de contacto, soporte físico y habilidades, prestaciones, marketing, ventas y clientes. Asimismo, entre las actividades de apoyo tenemos: La dirección general y de recursos humanos, organización interna y tecnología, infraestructura y ambiente. Finalmente, tenemos el abastecimiento

<b>DIRECCIÓN GENERAL Y DE RECURSOS HUMANOS</b> - La marca Aprende ABC, debe plantearse que al ser una empresa que brinda un servicio digital no puede depender solo del área de marketing para la promoción. - Todas las áreas deben verse involucradas en ello. Siendo responsabilidad de la dirección general promover esta cultura en la empresa.				
<b>ORGANIZACIÓN INTERNA Y TECNOLOGÍA</b> - Todos las áreas de la empresa deben manejar un enfoque de servicio al consumidor. - Siendo el canal digital la cadena de distribución de contenido. Asimismo, los materiales tecnológicos, programas tecnológicos para innovación, para medición de los objetivos permiten generar un mayor valor a la marca.				
<b>INFRAESTRUCTURA Y AMBIENTE</b> - Respecto a la infraestructura el proyecto se prototipa y se analiza de manera digital. - Al ser un emprendimiento digital, no genera gastos por alquiler de local de momento.				
<b>ABASTECIMIENTO</b> - Espacios publicitarios virtuales - Seguros de salud de trabajadores -Servicios de capacitación a docentes - Adquisición de equipos tecnológicos.				
<b>PERSONAL DE CONTACTO</b> - El community manager es el personal que interviene en la orientación para cerrar un venta online. - Influencers contratados semestralmente por la marca para promocionar la plataforma a los clientes potenciales.	<b>SOPORTE FÍSICO Y HABILIDADES</b> - Se tiene en cuenta los formularios llenados por los usuarios. - Los bouchers entregados por pagos realizados para las suscripciones.	<b>PRESTACIONES</b> - Para la plataforma "Aprende ABC" se realiza las prestaciones de servicio de aprendizaje y reforzamiento virtual académico con los usuarios suscritos bajo una modalidad de pago.	<b>MARKETING Y VENTAS</b> - Se utiliza estrategias de ventas online a travez de publicidad pagada en redes sociales. - Se contrata influencers para campañas por redes sociales. - Se realiza inversión para publicidad y marketing digital estrategiaS SEO y SEM.	<b>CLIENTES</b> - Servicio Post-venta implementado por la empresa (email-marketing). - Soporte académico para nuestros usuarios. - Soporte profesional constante en la plataforma de Aprende ABC.

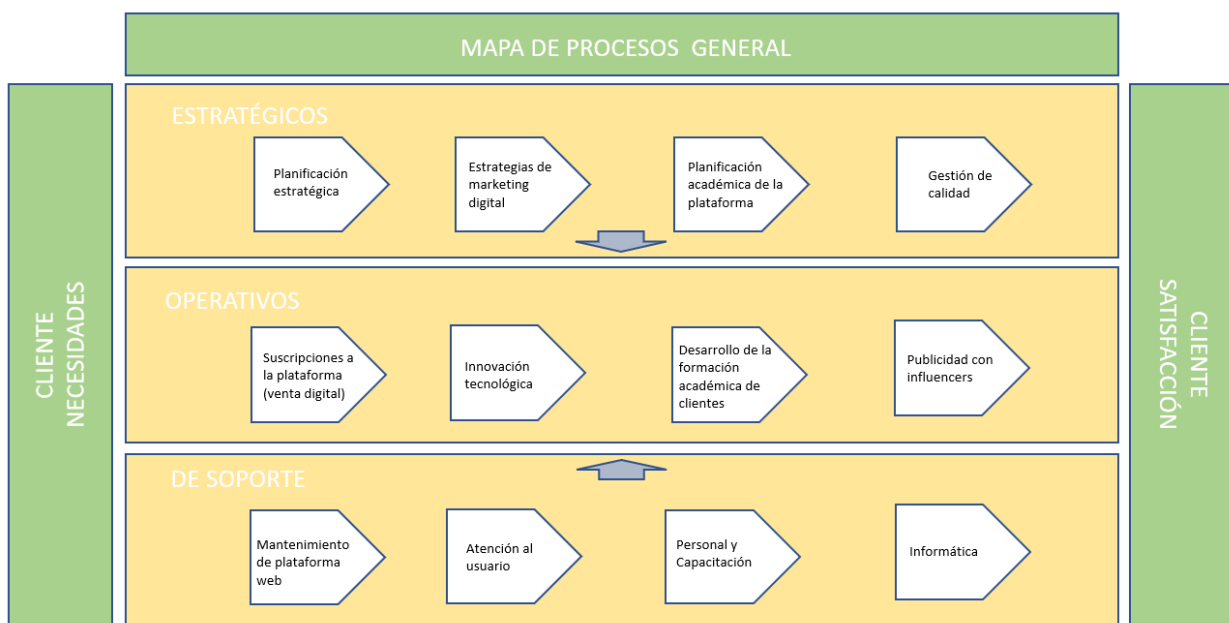
Figura 25. Cadena de Valor de Aprende ABC. Elaboración propia. 2021.

## 11.2. Mapa general de procesos

En el siguiente gráfico vamos a presentar los principales procesos de la organización “Aprende ABC” que funcionan de manera interrelacionada entre sí. Asimismo, para la elaboración de este mapa debemos tener en cuenta el enfoque de las necesidades de los clientes en un inicio y posteriormente la

satisfaciendo esa necesidad a través de nuestro servicio. Presentamos los siguientes procesos en 3 jerarquías:

- Procesos estratégicos
- Procesos operativos
- Procesos de soporte



*Figura 26. Mapa de procesos de Aprendo ABC. Elaboración propia. 2021.*

### 11.3. Flujograma de procesos

Como se detalló en puntos anteriores, el principal proceso de compra del servicio es la suscripción a la que se afilian los usuarios. Este proceso de compra puede venir derivada de una publicidad pagada en redes sociales o de una publicación orgánica realizada por el community manager de la empresa mediante Facebook o Instagram. A continuación, se elabora un flujograma de proceso con las actividades correspondientes:

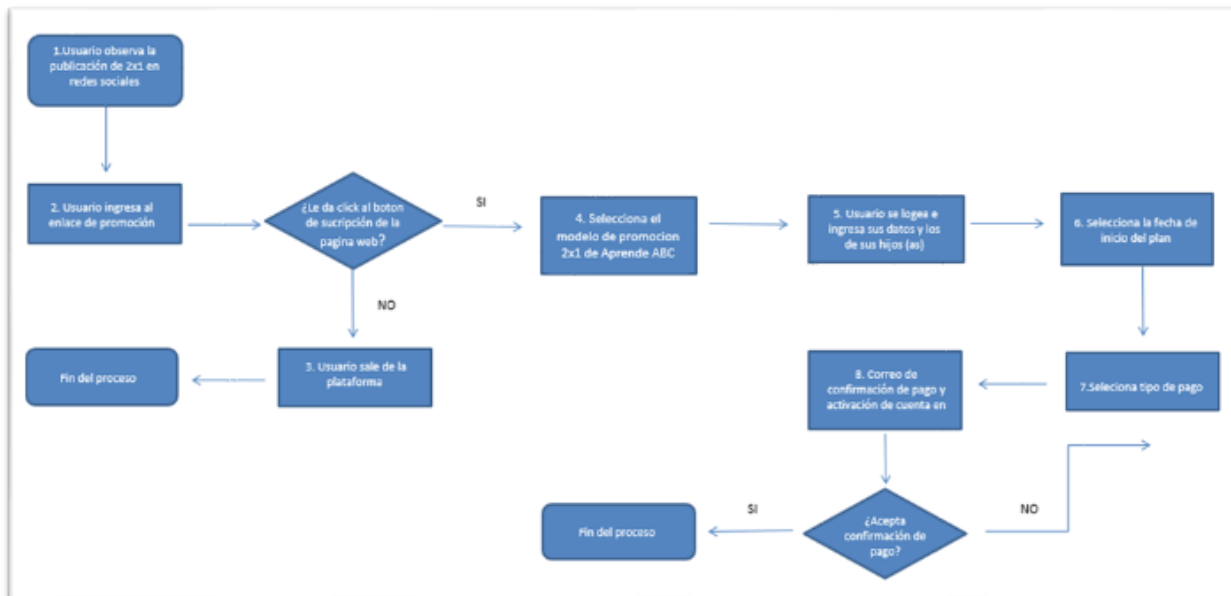


Figura 27. Flujograma. Elaboración propia. 2021.

#### 11.4. Presupuesto de operaciones

Respecto al presupuesto destinado para la parte operativa de “Aprende ABC” se procedió a enumerar una lista de gastos específicos:

- Mantenimiento de la plataforma web:

Para poder estimar el costo que representa el mantenimiento de una plataforma Web con diseño de interacción nos basamos en una entrevista realizada a un desarrollador profesional, el cual nos comenta que el mantenimiento de una página web más que un gasto representa una inversión para atraer a más usuarios y potenciales suscriptores. Pues son ellos, a través de sus conversaciones, interacciones virtuales y opiniones; los que recomiendan la marca. En especial nuestro público objetivo que son padres de familia interesados en una mejor educación virtual y suelen aconsejar a otros padres de familia si les funciona el servicio que contratan.

- Internet

La tarifa expuesta del servicio de internet en el siguiente cuadro se destaca de la una corroboración de información de planes vigentes de internet ilimitado para corporativos.

- Dominio

De igual manera el precio por la adquisición del dominio fue comentado por el especialista de programación entrevistado.

Tabla 69. *Gastos Operativos*

<b>GASTOS OPERATIVOS</b>	
Mantenimiento de la plataforma web	S/.1.200,00
Internet + Teléfono Fijo	S/.62,90
Dominio	S/.138,00
Docentes	S/.4.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>S/.9.510,90</b>

*Nota.* Elaboración Propia. 2021.

## **12. PLAN FINANCIERO**

### **12.1. Proyección de ventas (ingresos)**

Luego de realizar los experimentos se procede a realizar un cuadro con los resultados obtenidos. En este caso, el primer experimento se realizó el día 20 de octubre hasta el 23 de octubre, con lo cual se obtuvieron 23 registros mediante el landing page y Facebook para demostrar la intención de compra de cada uno de ellos. El segundo experimento se realizó el día 3 de noviembre hasta el 13 de noviembre por medio de Facebook, el cual comprendía una promoción de 2x1 en donde se registraron 18 padres de familia. El tercer experimento se realizó el día 6 de noviembre hasta el 12 de noviembre, para lo cual se realizó un video indicando un mes de prueba gratuita, con ello, se registraron 31 usuarios. En el cuarto experimento se obtuvieron 39 registros, ya que este constaba de validar si el precio de suscripción



mensual es el adecuado y estarían dispuestos a realizar la compra de suscripción. Por último, con el quinto experimento se obtuvieron 60 registros, con ello se buscaba ofrecer a los padres una promoción de pronto pago.

Tabla 70. Resumen de intenciones de compra y compras de la suscripción

PRECIO POR SESIÓN (Valor Unitario)							
25.42		EXP1	EXP2	EXP3	EXP4	EXP5	TOTAL
Servicio							
Freemium		7	16	15	30	55	123
Mensual		10	2	16	5	5	38
Semestral		2	0	0	2	0	4
Anual		4	0	0	2	0	6
Total		23	18	31	39	60	

Nota. Elaboración Propia. 2021.

Para realizar la proyección de ventas se tomó en cuenta el dato del experimento 4 puesto que, se realizaron intenciones de compras reales y se tomó como dato base la cantidad de 39 registros. Asimismo, para realizar las estimaciones se tomó en cuenta las variaciones del incremento de plataformas para la educación. Se sabe que la pandemia ocasionada por el covid-19 prohibió que los niños regresen a clases, por ende, sus padres buscaron distintos medios digitales para que su formación no se vea afectada, además de que ellos indican que no es suficiente con las clases que llevan en el colegio, de modo online. Es por ello, que el crecimiento del uso de herramientas digitales de incremento en un 1000%, generando no solo que los alumnos utilicen este medio, sino los mismos profesores. Con ello se realizó las variaciones de cada experimento obteniendo un 17,42% para el primer año. Para el segundo año se proyectó un 10%, esto debido a que en el año 2022 se espera que los niños regresen a clases, con lo cual disminuiría la aproximación. Sin embargo, se sabe que desde el año 2019 al 2020 los

alumnos han realizado clases virtuales y al regreso a clases tendrán que volver a adaptarse, por lo tanto, los padres requerirán fortalecer el aprendizaje de su hijo y con ello utilizarán la plataforma “Aprendo ABC”. Esto generaría que el año siguiente la variación suba a 11,20%.

Tabla 71. Variaciones promedio de las ventas

Presentación	VARIACIONES				VARIACIÓN PROMEDIO
	SEM 1- SEM 2	SEM 2 - SEM 3	SEM 3 - SEM 4	SEM 4 - SEM 5	
	-28%	42%	21%	35%	17,42%
VARIACIONES %					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3		
	17,42%	10%	11,20%		

Nota. Elaboración Propia. 2021.

En la siguiente figura se logra apreciar la proyección de las ventas mensuales, con respecto al servicio que brinda “Aprendo ABC”, con un valor unitario de S/25.42 soles y un crecimiento de 17,42% para el primer año, para este año se cerrará con S/58.220,51. Con respecto al año 2 se puede observar que se espera obtener S/220.797,41 en ventas totales. Las ventas se incrementan cada mes, ya que los alumnos regresan a clases y necesitan reforzar sus aprendizajes, los padres buscaran una opción de reforzarlos y buscaran esta plataforma para lograrlo. En el tercer año las ventas siguen creciendo y se espera cerrar con S/753.107,5. (ver anexo)

Tabla 72. Proyección de ventas anuales

	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Unidades</b>	2625	8686	29627
<b>Precio premium</b>	25.42	25.42	25.42
<b>Venta</b>	S/54.063,66	S/220.797,41	S/753.107,5

Nota. Elaboración Propia. 2021.

## 12.2. Inversión inicial y presupuestos (egresos)

Para la inversión inicial del proyecto Aprendo ABC se comenzó identificando los gastos preoperativos que abarcan la constitución de la empresa, el desarrollo de la página web, y los gastos de publicidad preoperativos. A pesar de que la empresa oferta un servicio online, esta debe estar registrada ante SUNARP, para lo cual se incurren en distintos gastos como la reserva del nombre, la elevación de la minuta a escrituras públicas, y el registro de marca. En conjunto, los gastos preoperativos ascienden a un total de S/ 16,109.99 soles.

Tabla 73. Gastos preoperativos para el mes 0, expresado en soles

GASTOS PRE-OPERATIVOS / INTANGIBLES		
Detalle	Costo (Dólares)	Costo (Soles)
Constitución de la empresa		S/.1.009,99
Desarrollo de la página y juegos (software)		S/.15.000,00
Publicidad Pre-operativa		S/.100,00
<b>TOTAL</b>		<b>S/.16.109,99</b>

*Nota.* La data se obtuvo de fuentes secundarias. Elaboración propia. 2021.

Tabla 74. Gastos de constitución de la empresa

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	
Verificar si la razón social se encuentra disponible (Tasa Registral)	S/.5,00
Reserva del nombre	S/.20,00
Elaboración de la minuta	-
Elevar la minuta a Escritura Pública	S/.450,00
Inscripción de la Escritura Pública en la Sunarp	-
Inscripción al RUC en SUNAT	-
Registro de marca	S/.534,99
<b>TOTAL</b>	<b>S/.1.009,99</b>

*Nota.* La data se obtuvo de fuentes secundarias. Elaboración propia. 2021.

## 12.3. Flujo de caja

La elaboración del flujo de caja se realizó analizando los tres primeros años del proyecto, teniendo como año base el 2021, el 2022 como el primer año, el 2023 como el segundo año, y el 2024

como el tercer año. Este flujo identifica las entradas y salidas de dinero como las ventas, costo de ventas, los gastos operativos, administrativos y de marketing, y las inversiones en intangibles, así como el capital de trabajo neto y el impuesto a la renta vigente.

Cabe mencionar que el proyecto no cuenta inicialmente con gastos financieros debido a que para el año base se participará en el concurso Start UPC que nos brindará un aporte que servirá para cubrir los primeros 13 meses de funcionamiento. Esto debido a que nuestros egresos superan con creces nuestros ingresos durante nuestra etapa de despegue; sin embargo, debido a que para el segundo año aún se tiene un déficit, se optó por acceder a un financiamiento bancario de corto plazo que nos ayude a sobrellevar los gastos durante el 2023.

Para el año siguiente, los resultados se muestran positivos debido a que las estrategias de marketing plantadas en índices anteriores permiten que Aprendo ABC pueda captar a más padres de familia interesados en el reforzamiento virtual, así como la colaboración con colegios que incentivan a sus alumnos a prácticas temas básicos en nuestra plataforma.

Tabla 75. Flujo de caja anual expresado en soles para los años 1, 2 y 3

<b>FLUJO DE CAJA ANUAL</b>				
<b>Expresado en soles</b>				
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Ventas		S/54.063,66	S/220.797,41	S/753.107,51
Costo de ventas (-)		S/0,00	S/0,00	S/0,00
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>S/54.063,66</b>	<b>S/220.797,41</b>	<b>S/753.107,51</b>
(-) Gastos operativos		S/14.400,00	S/14.400,00	S/14.400,00
(-) Gasto de marketing		S/22.540,00	S/36.138,00	S/40.566,50
(-) Gastos administrativos		S/42.620,00	S/42.620,00	S/59.840,00
(-) Amortización		S/1.611,00	S/1.611,00	S/1.611,00
<b>Utilidad Operativa</b>		<b>-S/27.107,34</b>	<b>S/126.028,41</b>	<b>S/636.690,01</b>
(-) Gastos financieros		-S/1.804,23	S/0,00	S/0,00
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		<b>-S/27.107,34</b>	<b>S/126.028,41</b>	<b>S/636.690,01</b>
Impuesto a la Renta (29.5%)		S/0,00	S/33.465,00	S/187.823,55
(+) Amortización		S/1.611,00	S/1.611,00	S/1.611,00
<b>Utilidad Neta</b>		<b>-S/25.496,34</b>	<b>S/94.174,41</b>	<b>S/450.477,46</b>
Inversiones	-S/16.109,99			
Inversión CTN	-S/23.978,37			
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-S/40.088,36</b>	<b>-S/25.496,34</b>	<b>S/94.174,41</b>	<b>S/450.477,46</b>

Nota. Elaboración Propia. 2021.

Por otro lado, también se procedió a calcular el flujo de caja del accionista tomando en cuenta datos esenciales como el monto de préstamo y la tasa de interés. Posterior a ello se procede a calcular cuales son los montos obtenidos como amortización y como interés del préstamo, para finalmente determinar el flujo del accionista.

Tabla 76. Flujo de Caja del Accionista

<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-S/.40.088,36</b>	<b>-S/.25.496,34</b>	<b>S/.94.174,41</b>	<b>S/.450.477,46</b>
<b>Préstamo</b>		S/.21.874,84		
<b>Amortización</b>			S/.21.874,84	
<b>Interés</b>			S/.1.804,23	
29,50% <b>Escudo fiscal</b>			S/.532,25	
<b>FLUJO DE CAJA ACCIONISTA</b>	<b>-S/.40.088,36</b>	<b>-S/.3.621,50</b>	<b>S/.71.027,58</b>	<b>S/.450.477,46</b>

Nota. Elaboración Propia. 2021.

### Capital de trabajo

Para poder iniciar operaciones en el proyecto se procedió a calcular el capital de trabajo neto (CTN); en este resalta que existe un déficit en las utilidades acumulativas durante el año 1 y 2 para luego obtener ganancias en el año 3. Razón de ello, es que el capital que se necesita cubrir asciende a 23, 978.37 soles.

Tabla 77. Capital de Trabajo Neto de Aprendo ABC año 1

	AÑO1												Año2
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	MES 1
<b>Ingresos</b>	S/.1.604,87	S/.1.884,40	S/.2.212,62	S/.2.598,01	S/.3.050,52	S/.3.581,84	S/.4.205,72	S/.4.938,25	S/.5.798,38	S/.6.808,32	S/.7.994,17	S/.9.386,56	S/.10.325,22
<b>Egresos</b>	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00
<b>CTN</b>	-S/.6.060,00	-S/.6.060,00	-S/.6.060,00	-S/.6.060,00	-S/.6.060,00	-S/.6.060,00	-S/.8.890,00	-S/.6.160,00	-S/.6.060,00	-S/.6.160,00	-S/.6.060,00	-S/.9.870,00	-S/.6.257,94
	-S/.4.589,38	-S/.4.309,85	-S/.3.981,63	-S/.3.596,24	-S/.3.143,73	-S/.2.612,41	-S/.4.818,53	-S/.1.356,00	-S/.395,87	S/.514,07	S/.1.799,92	-S/.617,69	S/.3.128,97
<b>CTN</b>	<b>-S/.23.978,37</b>												

Nota. Elaboración Propia. 2021.

### 12.4. Indicadores financieros

A continuación, se mostrará el balance de situación financiera y los Estados de Resultados, los cuales brindarán una imagen más detallada del desempeño de la empresa en los próximos tres años. Asimismo, debido a la modalidad de trabajo, remoto, y la búsqueda de financiamiento con capital

propio y préstamos a corto plazo (12 meses o un año) lo pasivos de la empresa resultan ser mínimos. Ello indica que la empresa se encuentra en la posición de invertir en más equipos, oficinas o mejoras del Software y así potenciar la propuesta de valor.

Tabla 78. Estado de Situación financiera 2022

<b>ACTIVOS CORRIENTE</b>		<b>PASIVOS</b>	
Efectivo	S/.23.978,37	Cuentas por pagar	S/.0,00
Cuentas por cobrar	S/.0,00	Préstamos	S/.0,00
Inventario	S/.0,00	Salarios	S/.0,00
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>S/.23.978,37</b>	<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>S/.0,00</b>
		<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	
<b>ACTIVOS NO CORRIENTE</b>		Préstamos	S/.0,00
Inmb. maq. y eq.	S/.0,00	<b>Total pasivo no corriente</b>	<b>S/.0,00</b>
Intangibles	S/.16.109,99		
Depreciación		<b>PATRIMONIO</b>	
		Capital Social	S/.40.088,36
		Resultados Acumulados	S/.0,00
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>S/.16.109,99</b>	<b>Total Patrimonio</b>	<b>S/.40.088,36</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>S/.40.088,36</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>S/.40.088,36</b>

Nota. Elaboración Propia. 2021.

Tabla 79. Estado de Situación financiera 2023

APRENDO ABC S.A.C  
BALANCE GENERAL  
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2023

ACTIVOS CORRIENTE		PASIVOS	
Efectivo	S/.118.152,78	Cuentas por pagar	S/.0,00
Cuentas por cobrar	S/.0,00	Préstamos	S/.0,00
Inventario	S/.0,00	Salarios	S/.0,00
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>S/.118.152,78</b>	<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>S/.0,00</b>
		PASIVO NO CORRIENTE	
<b>ACTIVOS NO CORRIENTE</b>		Préstamos	S/.0,00
Inmb. maq. y eq.	S/.0,00	<b>Total pasivo no corriente</b>	<b>S/.0,00</b>
Intangibles	S/.16.109,99		
Depreciación		PATRIMONIO	
		Capital Social	S/.40.088,36
		Resultados Acumulados	S/.94.174,41
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>S/.16.109,99</b>	<b>Total Patrimonio</b>	<b>S/.134.262,77</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>S/.134.262,77</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>S/.134.262,77</b>

Nota. Elaboración Propia. 2021.

Tabla 80. Estado de Situación financiera 2024

APRENDO ABC S.A.C  
BALANCE GENERAL  
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2024

ACTIVOS CORRIENTE		PASIVOS	
Efectivo	S/.568.630,24	Cuentas por pagar	S/.0,00
Cuentas por cobrar	S/.0,00	Préstamos	S/.0,00
Inventario	S/.0,00	Salarios	S/.0,00
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>S/.568.630,24</b>	<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>S/.0,00</b>
		PASIVO NO CORRIENTE	
<b>ACTIVOS NO CORRIENTE</b>		Préstamos	S/.0,00
Inmb. maq. y eq.	S/.0,00	<b>Total pasivo no corriente</b>	<b>S/.0,00</b>
Intangibles	S/.16.109,99		
Depreciación	0	PATRIMONIO	
		Capital Social	S/.40.088,38
		Resultados Acumulados	S/.544.651,86
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>S/.16.109,99</b>	<b>Total Patrimonio</b>	<b>S/.584.740,23</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>S/.584.740,23</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>S/.584.740,23</b>

Nota. Elaboración Propia. 2021.



Tabla 81. Estado de Resultados de los años 2022, 2023 y 2024

<b>APRENDO ABS SAC</b>			
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>			
<b>Expresado en soles</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Ventas	S/.63.795,12	S/.260.540,94	S/.888.666,86
Costo de ventas (-)	S/.0,00	S/.0,00	S/.0,00
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>S/.63.795,12</b>	<b>S/.260.540,94</b>	<b>S/.888.666,86</b>
(-) Gastos operativos	S/.14.400,00	S/.14.400,00	S/.14.400,00
(-) Gasto de marketing	S/.22.540,00	S/.36.138,00	S/.40.566,50
(-) Gastos administrativos	S/.42.620,00	S/.42.620,00	S/.59.840,00
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>-S/.15.764,88</b>	<b>S/.167.382,94</b>	<b>S/.773.860,36</b>
(-) Gastos financieros	S/.0,00	S/.23.146,82	S/.0,00
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>-S/.15.764,88</b>	<b>S/.144.236,12</b>	<b>S/.773.860,36</b>
Impuesto a la Renta (29.5%)	S/.0,00	S/.33.821,44	S/.188.298,80
<b>Utilidad Neta</b>	<b>-S/.15.764,88</b>	<b>S/.110.414,68</b>	<b>S/.585.561,56</b>

*Nota. Elaboración Propia. 2021.*

## 12.5. Análisis financiero y viabilidad del proyecto

### Valor Actual Neto (VAN)

Luego de obtenerse el flujo de caja para cada año, se procede a calcular el valor actual neto (VAN) del proyecto. De acuerdo con este criterio de inversión podremos conocer cuánto gana o pierde el proyecto en base a la inversión realizada. Para ello, previamente necesita calcularse el costo de oportunidad del accionista (COK), es decir, el valor porcentual mínimo que esperan recibir los inversionistas como rentabilidad de este proyecto. Tras el cálculo, se obtuvo un valor del COK de 16.56%. Con ayuda de este dato junto al del flujo de caja de cada año obtenemos un valor actual neto (VAN) de S/ 331,941.05 soles. Esto significa que el proyecto es viable debido a que el monto de los flujos es mayor al de la inversión realizada, por ende, Aprendo ABC obtiene beneficios.

Cabe resaltar que para el primer y segundo año los flujos son negativo debido a que los gastos preoperativos y el financiamiento generado superan los ingresos obtenidos, sin embargo, en el

tercer año, el proyecto obtiene un flujo positivo ya que gracias a las estrategias de marketing y publicidad el número de clientes se incrementa considerablemente.

Tabla 82. VAN actual del proyecto

Valor presente FCL	-S/.40.088,36	-S/.21.874,84	S/.69.321,32	S/.284.494,56	<b>S/.331.941,05</b>	Suma de flujos FCL
Valor presente FCA	-S/.40.088,36	-S/.3.191,39	S/.55.158,06	S/.308.280,45	<b>S/.360.247,12</b>	Suma de flujos FCA
Suma de flujos	S/.331.941,05					

Nota. Elaboración Propia. 2021.

Tabla 83. Cálculo del COK Aprendo ABC

COK	
$\beta$ proyecto	1,05
$\beta$ sector	0,9
r país	1,41%
rm	0,1434
rf	5,00%
prima riesgo	9,70%
COK	16,56%

Nota. Elaboración Propia. 2021.

Para el cálculo del cok se utilizó la tasa libre de riesgo de los bonos soberanos del Perú, a 5 años, con un porcentaje del 5%, dato que se obtuvo del World Government Bonds. (2021). *Peru Government Bonds - Yields Curve*. En cuanto al Beta apalancado se tuvo en cuenta el sector Educación, basándonos en el Beta de Colegios Peruanos S.A, dato brindado por Infront Analytics, que si bien muestra N/A indican que e menor a uno, por ende, se utilizó el valor de 0.9.

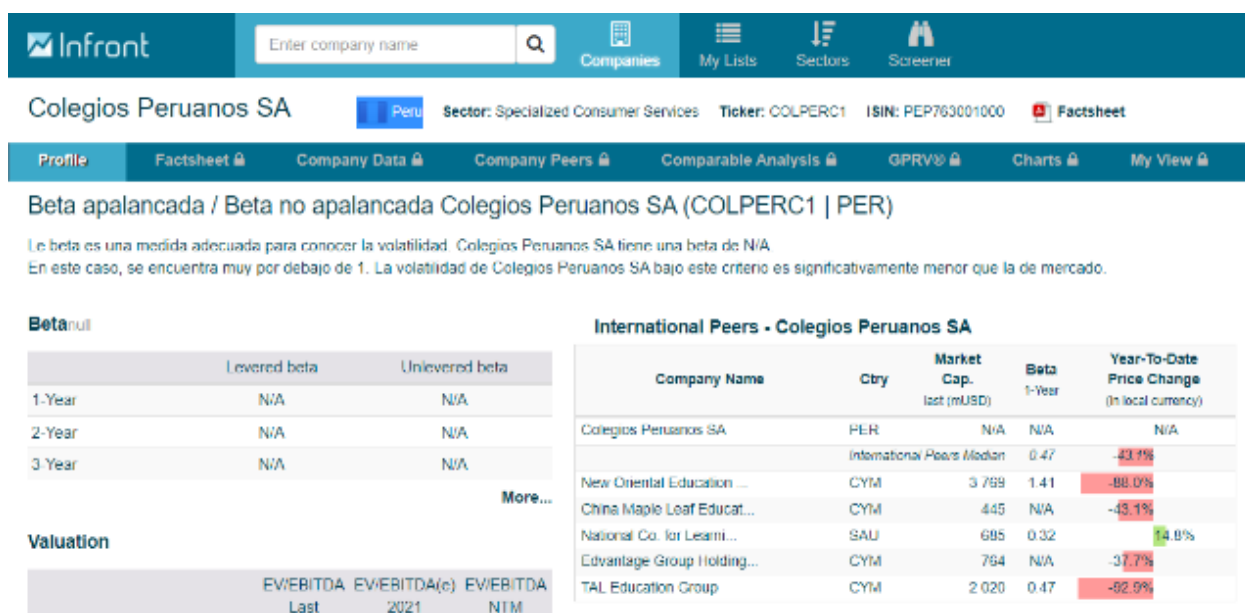


Figura 28. Resultado de búsqueda de Beta Apalancada y no apalancada Colegios

Peruanos SA-Perú. Infront Analytics (2021). Colegios Peruanos SA.

Tabla 84. Payback del proyecto

PAYBACK ECONÓMICO	0	1	2	3
FLUJOS	-\$/40.088,36	-\$/25.496,34	\$/94.174,41	\$/450.477,46
DESCONTADO	-\$/40.088,36	-\$/21.874,84	\$/69.321,32	\$/284.494,56
ACUMULADO	-\$/40.088,36	-\$/61.963,20	\$/7.358,12	\$/291.852,68
PRI ECONÓMICO		1,89 años		
		22,7 meses		

Nota. Elaboración Propia. 2021.

Este indicador demuestra que en 1.89 años o 23 meses se podrá recuperar la inversión y los flujos positivo en adelante representarán ganancias para la compañía.

## 12.6. Financiamiento de distintas etapas del proyecto

Para poder financiar este proyecto, se ha decidido tomar en cuenta diversas opciones para cada etapa. En la etapa inicial del “valle de la muerte” se ha decidido que cada uno de los integrantes

aportará un monto de dinero que se les fue brindado por ahorros personales y préstamos de familiares y amigos cercanos. A pesar de ello, el monto reunido no es suficiente, pues se tiene un déficit de aproximadamente 20,000 soles; por lo que se decide participar de la mano de Start UPC para completar el monto faltante.

Tabla 85. *Inversión inicial y aporte de capital por cada miembro*

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	
<b>Inversión en tangibles/intangibles</b>	<b>S/.16.109,99</b>
<b>Capital de trabajo</b>	<b>S/.23.978,37</b>
<b>Total de inversión</b>	<b>S/.40.088,36</b>

<b>Déficit</b>	<b>S/.19.999,36</b>
----------------	---------------------

Start UPC

<b>Fundadores</b>	<b>Capital</b>	<b>%</b>
<b>Joel Bernachea</b>	<b>S/.5.500,00</b>	<b>27,38%</b>
<b>Fiorella Torres</b>	<b>S/.4.500,00</b>	<b>22,40%</b>
<b>Elsa Tasayco</b>	<b>S/.4.500,00</b>	<b>22,40%</b>
<b>Carlos Valera</b>	<b>S/.2.900,00</b>	<b>14,44%</b>
<b>Guillermo</b>	<b>S/.2.689,00</b>	<b>13,39%</b>
<b>Total</b>	<b>S/.20.089,00</b>	<b>100,00%</b>

Familia, amigos y conocidos

*Nota. Elaboración Propia. 2021.*

Según la página web informativa de Start UPC, este programa busca apoyar a las ideas innovadoras a través de su programa de incubadoras, de seis meses de duración, en las que aceptan 12 ideas, previa convocatoria y evaluación, y seleccionan tres ganadoras; a estas se le brinda un financiamiento de 20,000 soles, además de la ayuda y mentoría en el proceso de crear y mejorar la idea. Las convocatorias se realizan dos veces al año en febrero y junio. Para el caso de este proyecto, la idea se presentó en la convocatoria de junio 2021-02 y se inició el programa el 01 de agosto al ser una de las ideas seleccionadas.



Figura 29. Información de programa StartUPC. StartUPC (2021). Postula.

Para el primer año se notorio que aún nos encontramos en pérdidas, por ende, se necesita financiar el capital de trabajo para continuar las operaciones y obtener los beneficios esperados en los siguientes años. Para este caso el monto a financiar equivale a 21 874.84 soles, aproximadamente, por lo que se determinó como mejor opción pedir un préstamo al Banco BBVA ya que, según la Superintendencia de Banca, seguros y AFP (SBS) del Perú, la tasa promedio de los préstamos de 360 días para pequeñas empresas, en el BBVA, es de 15.97% anual, una de las tasas más económicas del mercado.

Tasa Anual (%)	BBVA	Comercio	Crédito	Pichincha	BIF	Scotiabank	Citibank	Interbank	Mibanco	GNB	Falabella	Santander	Ripley	Azteca	ICBC	Bank of China	Promedio
<b>Corporativos</b>	2.30	3.96	2.40	3.45	3.46	3.11	-	2.63	-	2.19	-	5.23	-	-	4.13	-	2.73
Descuentos	3.34	5.50	3.46	3.35	3.37	3.09	-	2.87	-	-	-	5.59	-	-	-	-	3.95
Préstamos hasta 30 días	1.79	-	1.99	2.30	3.15	1.75	-	1.31	-	1.60	-	3.80	-	-	-	-	1.86
Préstamos de 31 a 90 días	2.89	-	2.62	3.36	2.91	2.49	-	2.10	-	2.40	-	4.40	-	-	3.18	-	2.74
Préstamos de 91 a 180 días	2.72	3.95	2.07	4.26	2.78	2.55	-	2.36	-	4.00	-	3.93	-	-	-	-	2.45
Préstamos de 181 a 360 días	2.19	-	2.48	-	-	0.85	-	1.99	-	3.71	-	-	-	-	-	-	2.43
Préstamos a más de 360 días	2.70	-	2.92	-	4.98	3.81	-	5.30	-	-	-	8.20	-	-	7.71	-	3.66
<b>Grandes Empresas</b>	5.49	9.36	4.81	5.02	5.45	4.33	3.39	4.51	-	5.13	-	6.03	-	-	5.39	-	5.00
Descuentos	7.97	8.00	5.70	6.58	5.04	4.36	-	5.20	-	6.50	-	5.46	-	-	-	-	5.94
Préstamos hasta 30 días	5.53	11.00	4.76	2.53	3.89	6.26	3.26	6.35	-	-	-	6.30	-	-	-	-	4.99
Préstamos de 31 a 90 días	4.51	-	4.11	4.50	5.75	4.31	2.81	2.91	-	-	-	4.63	-	-	-	-	4.20
Préstamos de 91 a 180 días	4.78	8.45	4.03	5.24	6.09	3.67	-	3.86	-	4.00	-	5.51	-	-	5.39	-	4.41
Préstamos de 181 a 360 días	3.80	-	4.26	6.89	3.90	4.26	-	8.50	-	-	-	8.21	-	-	-	-	4.23
Préstamos a más de 360 días	5.75	-	5.92	5.25	6.05	4.26	8.38	5.30	-	-	-	6.63	-	-	-	-	5.79
<b>Medianas Empresas</b>	8.92	8.37	9.79	7.60	7.74	8.79	4.41	6.54	14.29	13.00	-	6.04	-	-	-	-	8.79
Descuentos	9.51	7.41	9.38	8.27	7.50	7.50	-	5.67	-	-	-	6.50	-	-	-	-	8.34
Préstamos hasta 30 días	11.53	10.74	8.22	3.59	9.05	8.00	-	10.70	-	-	-	6.15	-	-	-	-	7.89
Préstamos de 31 a 90 días	9.26	8.81	8.44	8.05	8.81	8.12	4.41	7.18	61.22	13.00	-	6.09	-	-	-	-	8.34
Préstamos de 91 a 180 días	9.03	8.40	8.56	6.85	6.55	8.02	-	6.51	16.90	-	-	5.76	-	-	-	-	8.07
Préstamos de 181 a 360 días	10.03	9.00	7.39	5.80	11.18	6.10	-	12.56	15.77	-	-	5.67	-	-	-	-	7.96
Préstamos a más de 360 días	8.34	10.00	11.11	10.33	6.79	9.80	-	7.00	13.63	-	-	8.44	-	-	-	-	9.64
<b>Pequeñas Empresas</b>	14.73	9.60	18.76	20.15	10.82	14.68	-	17.51	20.90	5.18	-	-	-	-	-	-	18.87
Descuentos	12.61	-	15.15	12.63	11.89	10.77	-	11.29	-	-	-	-	-	-	-	-	14.25
Préstamos hasta 30 días	12.86	-	8.87	-	-	17.00	-	-	23.29	-	-	-	-	-	-	-	12.17
Préstamos de 31 a 90 días	14.66	-	10.12	23.44	10.26	9.94	-	16.22	33.77	-	-	-	-	-	-	-	18.50
Préstamos de 91 a 180 días	14.52	-	10.75	22.38	-	15.13	-	28.00	31.35	-	-	-	-	-	-	-	23.32
Préstamos de 181 a 360 días	15.98	-	22.02	21.82	-	15.84	-	26.98	24.98	-	-	-	-	-	-	-	23.86
Préstamos a más de 360 días	14.61	9.60	18.97	20.17	11.25	14.77	-	17.26	19.30	5.18	-	-	-	-	-	-	18.15

*Figura 30. Tasas Activas Anuales de las Operaciones en Moneda Nacional Realizadas en los Últimos 30 Días Útiles Por Tipo de Crédito al 15/11/2021. SBS (15 de noviembre de 2021).*

Tasa de interés promedio de sistema bancario.

*Tabla 86. Cronograma de préstamo bancario a solicitar a BBVA*

Nº Cuota	Cap	Amort	Int	Cuota
<b>1</b>	21.874,84	S/.1.701,82	271,44	<b>S/.1.973,26</b>
<b>2</b>	20.173,02	S/.1.722,93	250,32	<b>S/.1.973,26</b>
<b>3</b>	18.450,09	S/.1.744,31	228,94	<b>S/.1.973,26</b>
<b>4</b>	16.705,78	S/.1.765,96	207,30	<b>S/.1.973,26</b>
<b>5</b>	14.939,82	S/.1.787,87	185,38	<b>S/.1.973,26</b>
<b>6</b>	13.151,95	S/.1.810,06	163,20	<b>S/.1.973,26</b>
<b>7</b>	11.341,89	S/.1.832,52	140,74	<b>S/.1.973,26</b>
<b>8</b>	9.509,37	S/.1.855,26	118,00	<b>S/.1.973,26</b>
<b>9</b>	7.654,12	S/.1.878,28	94,98	<b>S/.1.973,26</b>
<b>10</b>	5.775,84	S/.1.901,59	71,67	<b>S/.1.973,26</b>
<b>11</b>	3.874,25	S/.1.925,18	48,07	<b>S/.1.973,26</b>
<b>12</b>	1.949,07	S/.1.949,07	24,19	<b>S/.1.973,26</b>

*Nota. Elaboración Propia. 2021.*

Para los siguientes años se espera obtener beneficios positivos que incentivarán a la empresa a realizar inversiones para hacer crecer a la plataforma como también mejorarla y actualizarla para diferenciarse de la competencia.

### 13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Si bien el público objetivo al que se dirige la página web es más que todo padres de familia que tienen niños en clases virtuales, también se debe tener en cuenta a los colegios particulares, pues para estos, trabajar de la mano de herramientas más tecnológicas y personalizadas para con sus alumnos representa una manera de mejorar su propuesta de valor educativa, pudiendo diseñar y elaborar las dinámicas de acuerdo con su cronograma de clases y sus cursos o temas a desarrollar.
- Las redes sociales son parte de los canales a tomar en cuenta para la comunicación con los padres de familia, sin embargo, para obtener mayor alcance se pueden implementar videos promocionales sobre el lanzamiento de la plataforma web. De esta manera se logrará comunicar la oferta al mayor número de padres de familia que podrían estar interesados en utilizar este método para ayudar a sus niños con su aprendizaje diario.
- Los costos de implementación de un modelo de negocio como el de prendo ABC son relativamente moderados, por lo que la puesta en marcha es una posibilidad que puede darse en un corto tiempo si se cuenta con los recursos necesarios. Para ello, es importante trabajar con un equipo profesional que esté alineado con la propuesta de eliminar la brecha de estudios ocasionada por la pandemia, con el objetivo de desarrollar un producto de calidad que cumpla con el propósito del proyecto.
- Para el desarrollo de habilidades es necesario que los niños desarrollen componentes que les permita realizar sus actividades por ellos mismos, es por eso, que es necesario que requieran

de un refuerzo en cuanto a su educación. Se sabe que las clases virtuales no son suficientes y que de ellas no pueden obtener una enseñanza adecuada, debido a que en temprana edad los niños necesitan de aprender mediante métodos didácticos para que no sientan presión o algún otro problema. Es por ello, que se cree que la idea de negocio sería rentable.

- Para el desarrollo de la plataforma se necesita analizar varios aspectos, desde el diseño que tendrá la plataforma hasta el programa que se utilizará para elaborarla. Ante ello, existen diversas herramientas que se debe contar para la elaboración de esta, necesitando comprar dominios para que la plataforma tenga el “.com”, certificado de seguridad, donde los datos de los clientes podrán estar seguro, la contratación de personal para que puedan trabajar en el diseño de la plataforma y elegir el programa con el que se implementará la página. Como se puede apreciar, son distintas herramientas las que se necesitan, sin embargo, gracias a la tecnología ya hay programas que facilitan la implementación de una plataforma. Llegando a considerar que hasta uno mismo podría implementar una plataforma sin tanto conocimiento informático.



#### 14. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COMEX - Sociedad de Comercio Exterior Del Perú. (2020). *230,000 ESTUDIANTES DEJARON DE IR AL COLEGIO EN 2020*. Recuperado de: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/230000-estudiantes-dejaron-de-ir-al-colegio-en-2020> [Consulta: 25 de Agosto del 2021]

Moreno M. (2021). *Las TIC y el desarrollo del aprendizaje en educación inicial*. Educrea. Recuperado de: <https://educra.cl/las-tic-y-el-desarrollo-del-aprendizaje-en-educacion-inicial/> [Consulta: 30 de agosto del 2021]

Ministerio de Educación - MINEDU. (s.f.). *15 UNIVERSIDADES confirmaron la fecha del inicio de sus clases virtuales*.

Recuperado de :[http://escale.minedu.gob.pe/c/document\\_library/get\\_file?uuid=248fc583-1778-4c93-b48c-48684c2733d9&groupId=10156](http://escale.minedu.gob.pe/c/document_library/get_file?uuid=248fc583-1778-4c93-b48c-48684c2733d9&groupId=10156)<sup>1</sup>[Consulta: 7 de setiembre del 2021]

*CENTRO INTEGRADO FORMALIZA PERÚ | Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo*. (2021). Trabajo.gob.pe. Recuperado de: <https://www2.trabajo.gob.pe/centro-integrado-formaliza-peru/> [Consulta: 9 de setiembre del 2021]

“*Constitución y formalización*.” (n.d.). Recuperado de: <http://www2.produce.gob.pe/RepositorioAPS/3/jer/-1/I-taller/02%20Importancia%20del%20establecimiento%20de%20MYPES%20de%20acuicultura.pdf> [Consulta: 9 de setiembre del 2021]

Coronado, C. (2021, julio 14). ¿Es necesario la implementación de impuestos a los servicios digitales en

Perú? *Pasión por el Derecho*. Recuperado de: <https://lpderecho.pe/necesaria-implementacion-impuestos-servicios-digitales-peru/> [Consulta: 10 de setiembre del 2021]

Destino Negocio(s.f.). Emprendedores: conoce los impuestos en Perú. Movistar. Recuperado de: <https://destinonegocio.com/pe/emprendimiento-pe/emprendedores-impuestos-en-peru/> [Consulta: 12 de setiembre del 2021]

Empresa Peruana de Servicios Editoriales S. A. EDITORA PERÚ. (2019). Emprendedor: conoce los 10 pasos para formalizar tu empresa. Andina.pe. Recuperado de: <https://andina.pe/agencia/noticia-emprendedor-conoce-los-10-pasos-para-formalizar-tu-empresa-763192.aspx> [Consulta: 12 de setiembre del 2021]

*Formalizar tu empresa: ¿Por qué y cómo hacerlo?* (2019, March 29). Campus Virtual Romero. <https://www.campusromero.pe/blog/lanzar-o-impulsar-mi-negocio-propio/formalizar-tu-empresa-por-que-y-como-hacerlo> [Consulta: 17 de setiembre del 2021]

Gobierno del Perú. (2021, enero 20). Calcular el impuesto a la renta de cuarta categoría. Recuperado de: <https://www.gob.pe/7318-superintendencia-nacional-de-aduanas-y-de-administracion-tributaria-calcular-el-impuesto-de-cuarta-categoria> [Consulta: 25 de setiembre del 2021]

Gobierno del Perú. (2021, enero 20). Calcular el impuesto a la renta de quinta categoría. Recuperado de: <https://www.gob.pe/7319-superintendencia-nacional-de-aduanas-y-de-administracion-tributaria-calcular-el-impuesto-de-quinta-categoria> [Consulta: 29 de setiembre del 2021]

*INEI: Lima tiene casi 10 millones de habitantes.* (2021). Elperuano.pe. Recuperado de: <https://elperuano.pe/noticia/113626-inei-lima-tiene-casi-10-millones-de-habitantes> [Consulta: 5 de octubre del 2021]

López, P. (2021, junio 28). Retiro CTS: Conoce todo sobre el procedimiento y qué hacer con el dinero recibido. BBVA. Recuperado de: <https://www.bbva.com/es/pe/retiro-cts-conoce-todo-sobre-el-procedimiento-y-que-hacer-con-el-dinero-recibido/> [Consulta: 6 de octubre del 2021]

Matías Membiela-Pollán. (2019, diciembre 31). Herramientas de marketing digital y competencia. Una aproximación al estado de la cuestión. Recuperado

de: [https://www.researchgate.net/publication/338254662\\_Herramientas\\_de\\_marketing\\_digital\\_y\\_competencia\\_Una\\_aproximacion\\_al\\_estado\\_de\\_la\\_cuestion](https://www.researchgate.net/publication/338254662_Herramientas_de_marketing_digital_y_competencia_Una_aproximacion_al_estado_de_la_cuestion) [Consulta: 7 de octubre del 2021]

MYPES. (2021). Sunat.gob.pe. Recuperado

de: <https://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normasLegales.html> [Consulta: 8 de octubre del 2021]

Bpaprocorp.com; InfoPublic. Recuperado de: <https://infopublic.bpaprocorp.com/banco-de-leyes/ley-28015> [Consulta: 10 de octubre del 2021]

Pasión por el Derecho (2021, agosto 23). La asignación familiar en el ordenamiento jurídico. Recuperado de: <https://lpderecho.pe/asignacion-familiar-ordenamiento-juridico/> [Consulta: 13 de octubre del 2021]

*Población ocupada de Lima Metropolitana alcanza 4 millones 666 mil personas en el trimestre mayo-junio-julio de 2021.* (2021). Inei.gob.pe. Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/poblacion-ocupada-de-lima-metropolitana-alcanza-4-millones-666-mil-personas-en-el-trimestre-mayo-junio-julio-de-2021-13057/> [Consulta: 15 de octubre del 2021]

Redacción. (2021, August 19). Comercio electrónico: 11 millones de peruanos comprarán por internet hasta el cierre del 2021. RPP; RPP. Recuperado de: <https://rpp.pe/economia/economia/comercio-electronico-11-millones-de-peruanos-compraran-por-internet-hasta-el-cierre-del-2021-noticia-1353317?ref=rpp> [Consulta: 16 de octubre del 2021]

Redacción Gestión (2020, noviembre 30). Gratificación 2020: la fórmula para calcular el pago que recibiré por Navidad. Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/tu-dinero/gratificacion-2020-la-formula-para-calcular-el-pago-que-recibire-por-navidad-grati-nnda-nnlt-noticia/?ref=gesr> [Consulta: 18 de octubre del 2021]

Redacción Gestión. (2021, Octubre 19). Riesgo país de Perú subió dos puntos básicos y cerró en 1.41 puntos porcentuales. Gestión; Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/riesgo-pais-de-peru-subio-dos-puntos-basicos-y-cerro-en-141-puntos-porcentuales-noticia/> [Consulta: 19 de octubre del 2021]

Rica, C., & Herrera, H. (2012). 91(2), 121–128. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf> [Consulta: 21 de octubre del 2021]

STARTUPC. (2021). Upc.edu.pe. Recuperado de: <https://start.upc.edu.pe/postula.html> [Consulta: 23 de octubre del 2021]

*Registrar o constituir una empresa.* (2021, October 24). Www.gob.pe. Recuperado de: <https://www.gob.pe/269-registrar-o-constituir-una-empresa> [Consulta: 23 de octubre del 2021]

Sunat (s.f.). Personas. Recuperado de: <https://personas.sunat.gob.pe/> [Consulta: 24 de octubre del 2021]

tu. (2020, Noviembre 16). Los 5 pasos para formalizar tu empresa - Especialízate en la USAT. Especialízate En La USAT. Recuperado de: <http://especializate.usat.edu.pe/blog/los-5-pasos-para-formalizar-tu-empresa/> [Consulta: 26 de octubre del 2021]

World Government Bonds. (2021). Perú Government Bonds - Yields Curve. World Government Bonds. Recuperado de: <http://www.worldgovernmentbonds.com/country/peru/> [Consulta: 29 de octubre del 2021]

Yair, C., Gallón, M., Daniel Velásquez Calderón, M., & Ávila, F. (s.f.). Importancia del Marketing en las Organizaciones y el Papel de las Redes Sociales Importance of Marketing in Organizations and the Role of Social Media. Recuperado de: <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10709/ART%C3%8DCULO.pdf?sequence=2&isAllowed=y> [Consulta: 30 de octubre del 2021]

Ministerio de Educación - MINEDU. (2021, septiembre 9). Página de inicio. Recuperado de [Www.gob.pe. https://www.gob.pe/minedu](https://www.gob.pe/minedu) [Consulta: 30 de octubre del 2021]

Ministerio de Educación - MINEDU. (s.f.). *EDUCACIÓN BÁSICA REGULAR 2016 Programa curricular de Educación Inicial*. (s.f.). Recuperado de: <http://www.minedu.gob.pe/curriculo/pdf/programa-curricular-educacion-inicial.pdf> [Consulta: 1 de noviembre del 2021]

Naranjo, M., Grado, P., Bayas, M., Christian, M., & Guayaquil, G. (s.f.). *UNIVERSIDAD CASA GRANDE FACULTAD DE ECOLOGÍA HUMANA, EDUCACIÓN Y DESARROLLO*. (septiembre 11, 2021). Recuperado de: <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/2740/1/Tesis2902NARu.pdf> [Consulta: 2 de noviembre del 2021]

Plan Internacional Perú. (2021). *Situación actual de la educación inicial en el Perú: beneficios y desafíos del homeschooling*. Planinternational.org.pe. Recuperado de: <https://www.planinternational.org.pe/blog/situacion-actual-de-la-educacion-inicial-en-el-peru-beneficios-y-desafios> [Consulta: 3 de noviembre del 2021]

Tolentino, D. (2020, septiembre 8). *La importancia de la educación virtual y el futuro de los niños*. Peru21; Peru21. Recuperado de: <https://peru21.pe/peru/la-importancia-de-la-educacion-virtual-y-el-futuro-de-los-ninos-noticia/> [Consulta: 3 de noviembre del 2021]

Unesco. (2017, agosto 8). *La atención y educación de la primera infancia*. UNESCO. Recuperado de: <https://es.unesco.org/themes/atencion-educacion-primera-infancia> [Consulta: 4 de noviembre del 2021]

Las Tic en la educación inicial. Por Alba Yanet Luna» ÁVACO. (2020). Recuperado septiembre 20, 2021, de Unibague.edu.co sitio web. Recuperado de: <https://avaconews.unibague.edu.co/las-tic-en-la-educacion-inicial/#:~:text=En%20la%20educaci%C3%B3n%20inicial%20las,su%20desarrollo%20integral%2C%20existen%20muchos> [Consulta: 4 de noviembre del 2021]

Itaú. (S.f). *Programa de Asesoría de Negocio. Módulo III: Plan de Negocios*. Recuperado de: [https://s2.g4cdn.com/476556808/files/doc\\_downloads/Folleto-3-\(2\).pdf](https://s2.g4cdn.com/476556808/files/doc_downloads/Folleto-3-(2).pdf) [Consulta: 5 de noviembre del 2021]

Redacción. (2021, July 6). *Día del Maestro: ¿Cuánto ganan en promedio los profesores en el Perú?* RPP; RPP. Recuperado de: <https://rpp.pe/economia/economia/dia-del-maestro-cuanto-ganan-en-promedio-los-profesores-en-el-peru-noticia-1345938#:~:text=Solo%20los%20profesores%20de%20educaci%C3%B3n,%2F%201%2C000%20y%20S%2F%201%2C700> [Consulta: 5 de noviembre del 2021]

Infront Analytics. (2021). *Colegios Peruanos SA: Beta apalancada / Beta no apalancada (COLPERC1 | PER | Specialized Consumer Services) - Infront Analytics*. Infrontanalytics.com. Recuperado de: <https://www.infrontanalytics.com/fe-es/PEP763001000/Colegios-Peruanos-SA/beta> [Consulta: 7 de noviembre del 2021]

CPI. (sin fecha). *Reporte de Mayo 2021 N°003*. Recuperado de: [https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/Market\\_Report\\_Mayo.pdf](https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/Market_Report_Mayo.pdf) [Consulta: 9 de noviembre del 2021]

CPI. (sin fecha). *Investigaciones y Artículos. Comportamiento de compras en inicios de clases escolares*. Recuperado de: <https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/10/ESCOLAR.pdf> [Consulta: 14 de noviembre del 2021]

Redacción. (2021, August 19). *Comercio electrónico: 11 millones de peruanos comprarán por internet hasta el cierre del 2021*. RPP; RPP. Recuperado de:

<https://rpp.pe/economia/economia/comercio-electronico-11-millones-de-peruanos-compraran-por-internet-hasta-el-cierre-del-2021-noticia-1353317> [Consulta: 22 de noviembre del 2021]

## **ANEXOS**

### **9.1. Anexo de las entrevistas de la validación del problema**

#### **Entrevista a Usuarios**

Entrevista 1: Jessenia Aranda

Edad: 25

Ocupación: Trabajo remoto desde casa

Descripción: Jessenia tiene un niño de 5 años que cursa el grado de inicial. Ella comenta que la educación virtual no es lo mismo que presencial, indica que existen diversos factores que hacen que las clases a distancia no sean beneficiosas para los menores. Jessenia argumenta que para un niño que recién está aprendiendo no es factible las clases mediante una computadora puesto que, no tienen interacción con otros niños ni con sus maestros. En su caso, ella infiere que fue un poco difícil llevar las clases con su pequeño, ya que no había un maestro supervisando su aprendizaje o brindándole retroalimentaciones de esta, sin embargo, considera que un beneficio es que los niños al aprender de forma virtual crean un sentimiento de independencia, lo cual ayuda que ellos aprendan por sí mismos. Considera que al inicio de la pandemia los maestros no estaban capacitados, ya que esto era algo nuevo para todos, pero al pasar el tiempo los mismos profesores se fueron capacitando y hoy en día tienen mayores conocimientos para brindar la mejor educación a distancia. Jessenia comenta que su pequeño tiene conocimientos para manejar aparatos tecnológicos, como una Tablet. Por ello, cree que es necesario la supervisión del niño puesto que, hoy en día existen muchos peligros en las redes. Asimismo, considera que la educación virtual no es suficiente para el aprendizaje de su hijo, ya que los niños a cierta edad tienden a ser muy distraídos y esto dificulta su aprendizaje a largo plazo. Es así que ella lo motiva con manualidades, ejercicios de trazos, etc.



### Entrevista 2: Marilyn Rodríguez Romani

Edad: 23

Ocupación: Ama de casa

Descripción: Marilyn tiene un hijo de 4 años que estudia mediante el programa Aprendo en casa, el cual está dirigido por el estado. Ella comenta que la educación a distancia no es de la misma calidad que la presencial, esto se debe a que los niños al ser pequeños necesitan de interactuar con otros niños para que esto estimule su aprendizaje, así como no hay comunicación entre el maestro y el niño, lo cual hace que el niño desarrolle un cierto tipo de desconfianza. Marilyn indica que ha tenido que adoptar una rutina diaria para empezar las clases de su hijo, ya que al ser ella la encargada de su hogar necesita distribuir su tiempo entre las labores de casa y el aprendizaje de su hijo. Indica que algunos profesores no están muy bien capacitados para enseñar de forma remota, ya que los niños necesitan de ciertos tipos de motivación para desarrollar sus tareas. Ella mantiene la supervisión de su hijo, solo le brinda el teléfono para el desarrollo de sus clases o cuando tiene tareas que hacer.

### Entrevista 3: Patricia Lizet Llagas

Edad: 31

Ocupación: Ama de casa

Descripción: Patricia tiene dos hijos, uno está en primaria y la menor en inicial. Ella ya tiene experiencia previa en las clases presenciales, es por ellos que considera que las clases virtuales no son

beneficiosas para los niños en pleno desarrollo. Al igual que Marilyn han adoptado una rutina diaria para poder separar la enseñanza de sus hijos y las labores de su hogar. Además, se piensa que es necesario mantener hábitos de estudio, separando las horas de clase con los pequeños descansos o las salidas al parque. Patricia cree que dándole un premio a su hija le da motivación para acabar sus tareas, ya que a ella se le hace difícil aprender por si sola o mantener la motivación por estudiar. Asimismo, ella cree que las clases virtuales no son suficientes para el aprendizaje de su hija, se necesita dejar ejercicios, o contratar a un tutor para reforzar lo aprendido. Ella como madre se encarga de buscar por internet manualidades o algunos ejercicios para que su hija los desarrolle a modo de tarea.

#### Entrevista 4: Alexandra Rivas Farfán

Edad: 25

Ocupación: Trabajo remoto desde casa

Descripción: Alexandra tiene un hijo de 5 años que cursa el grado de inicial, comenta que el proceso de adaptación de su hijo fue un poco complicado, así como separar el trabajo con el aprendizaje de su hijo, ya que al estar en casa con ellos los padres pasan a ser los profesores y encargados de que el niño aprenda. Considera que no todos los profesores están bien capacitados o no todos cuentan con las herramientas necesarias para realizar una excelente clase y esto dificulta el aprendizaje del niño. Alexandra mantiene la supervisión de su niño porque al ser menor tiende a tener distracciones como ver videos, jugar, etc. Ella indica que las clases virtuales no son suficientes y que es necesario un refuerzo, ya sean clases particulares o algún otro método como, dándoles pequeños espacios para que él se distraiga, ya sea jugar o poder ver algún dibujo. Con ello pretende estimular que el pequeño se divierta y crea que estudiar es también un método de diversión. Asimismo, ella aumenta que es necesario desarrollar hábitos

de estudio porque los niños deben aprender que deben realizar tareas o actividades fuera de las horas de clase.

#### Entrevista 5: Paola Villegas Rodríguez

Edad: 35

Ocupación: Ama de casa

Descripción: Paola tiene 3 hijos de 11, 5 y 4 años. Ella cuenta que pasar de una educación presencial a una virtual ha generado grandes cambios para el desarrollo de sus hijos, tanto positivos como negativos. Es el caso de su hija mayor que ha desarrollado dependencia y realiza sus cosas por sí sola, pero sus pequeños hijos no pueden realizarlo solos y requieren de mayor supervisión. Ella comenta que los dos pequeños llevan clases a la misma hora, es por ello es un poco difícil para Paola poder centrarse solo en uno e incluso un poco estresante. Su madre es quien le ayuda con los quehaceres de su casa, así ella puede centrarse solo en sus hijos y ayudarlos con su aprendizaje. En cuanto a los profesores menciona que algunos están bien capacitados, ya que mantienen constante comunicación con ellos. Paola considera que es necesario reforzar el aprendizaje de sus hijos puesto que, no es suficiente con las clases online y es así que ella contrato a una profesora particular para sus menores hijos.

#### Entrevista 6: Edith De La Cruz

Edad: 42

Ocupación: Trabajadora independiente

Descripcion: Edith es madre de 3 hijas de 20, 15, y 4 años; la menor asiste a clases virtuales de inicial 4 añitos de lunes a viernes hasta el mediodía en compañía de su madre. Ella comenta que el proceso de adaptación fue complicado debido a que no maneja con facilidad la tecnología, además que su hija ya se había acostumbrado a sus clases presenciales. Con esta nueva normalidad, Edith no cree que los profesores están completamente capacitados para brindar una enseñanza al 100% debido a que las clases no están diseñadas para ser didácticas bajo una modalidad virtual, puesto que no logra captar por completo la atención de su hija, permitiendo que se distraiga fácilmente en casa. Por esta razón, Edith comenta que para ella es fundamental reforzar sus clases cada día, para así complementar mucho más su aprendizaje. Además, como madre de otras dos niñas, cuenta con la experiencia y conoce diversos métodos y juegos para impulsar temas básicos de nivel inicial de manera didáctica. Por otro lado, cuenta con el apoyo de sus hijas para promover hábitos de estudio en la menor de ellas, de modo que se pueda compensar la insuficiencia metodológica de las clases online.

Entrevista 7: Cristina Suero Salcedo

Edad: 20

Ocupación: Ama de casa

Descripcion: Cristina es madre de Liam de 5 añitos. El cambio de modalidad educativa no ha supuesto un gran reto para ella debido a que conoce los medios digitales para reforzar el aprendizaje de su hijo, utilizando videos, canciones, papelógrafos, entre otros. Sin embargo, sí considera que la educación virtual no está cumpliendo con la mejor experiencia, debido a que otras madres no están q la vanguardia de la tecnología y además que algunos profesores tampoco están capacitados para este tipo de enseñanza. También comenta que su hijo cuenta un propio celular para asistir a clases y ella supervisa

todo lo que tiene instalado, pues al final del día revisa todo el historial de los aplicativos a los que ha ingresado Liam. Debido a la facilidad con la que Liam se adapta al internet, Cristina comenta que para ella es vital buscar e instalar aplicaciones que ayuden a promover el aprendizaje autónomo de su hijo, además, considera importante, establecer por medio de ellos, hábitos regulares de estudio que permitan reforzar cada vez lo aprendido por Liam durante sus clases diarias.

#### Entrevista 8: Evelyn Ravino

Edad: 35

Ocupación: Trabajadora independiente

Descripcion: Evelyn es madre de familia de dos niñas, Ariana de 6 y Antonella de 3 años. Trabaja de forma presencial todos los días, por lo que, para su rutina, el cambio de clases presenciales a virtuales fue un gran reto a resolver, debido a que se le presentaban cruce de horarios y también notaba la poca voluntad de Ariana para asistir a clases. Debido a ello, Evelyn comenta que no se siente satisfecha con la enseñanza remota, puesto que su hija en clases presenciales era más activa y contaba con dinámicas y juegos que reforzaban su aprendizaje personal. Ahora, siente que los profesores no están completamente adaptados para brindar una enseñanza virtual, y confiesa que solo conoce algunos métodos para motivar el aprendizaje de su hija, pero que no sabe cómo desarrollar este papel de profesor en casa. Con el apoyo de su esposo busca reforzar los temas aprendidos en clase, sin agobiar a su hija, de modo que, puedan establecer inconscientemente hábitos de estudio fuera del horario académico. Usualmente repasan lo aprendido durante el día al momento de acostar a la niña, sin embargo, Evelyn comenta que está evaluando contratar una tutora que ayude a practicar a su hija aquellos temas que necesita reforzar, ya que considera que las clases remotas no son suficiente para el adecuado aprendizaje de su mayor hija.

#### Entrevista 9: Katherine Aquino

Edad: 36

Ocupación: Ama de casa

descripción: Kathy es mamá de Annes, su hija de 6 años, quien asiste a inicial 5 añitos. Ella comenta que desde el inicio de la pandemia le fue tedioso cumplir con su nuevo rol de maestro, debido a que el cambio de una enseñanza presencial a una virtual se dio de manera repentina. La enseñanza en casa le consume la mitad de su día, debido a que muy aparte del horario de clases, ella debe reforzar los temas vistos con su hija. Esto, debido a que, la enseñanza remota en etapa inicial no capta la atención de su hija por completo, ya que en la mayoría del tiempo los compañeritos distraen el aula, además de que cree que los profesores no se han adaptado por completo a esta nueva enseñanza. Kathy supervisa el celular de Annes todos los días para evaluar las apps y juegos en los que entra, debido a que en ocasiones su hija pasa demasiado rato de ocio. En sus ratos libres, Kathy trata de buscar algunas dinámicas o alternativas para poner en marcha con su hija, de modo que pueda impulsar el aprendizaje de Annes de manera didáctica y llamativa. Sin embargo, aún no ha logrado establecer ningún hábito de estudio al que su hija se adecúe, puesto que usualmente se aburre con facilidad.

#### Entrevista 10: Antonia Ricra Gonzales

Edad: 38

Ocupación: Ama de casa / Trabajadora independiente

Descripción: Antonia Ricra es madre de dos niñas de 5 y 2 años; la mayor se encuentra cursando educación inicial de 4 añitos en un colegio estatal. Antonia comenta que este cambio a modalidad virtual ha sido muy complicado debido a que le demanda mayor parte de su tiempo, puesto que antes solo acompañaba a su hija al colegio y se iba a trabajar, mientras que ahora desde temprano tiene que asistir a clases virtuales con su hija para ayudarla a comprender y evitar que se distraiga durante el proceso. Antonia considera que las clases virtuales no son del todo educativas a comparación de las presenciales, esto, debido a que carece de dinamismo y entretenimiento; además, menciona que los profesores no están adaptados por completo para brindar una enseñanza remota, por lo que, como madre tiene que estar pendiente a lo largo del día del reforzamiento de los temas vistos en clase, de modo que su hija pueda retener mejor los temas básicos de inicial. Antonia comenta que para su hija es mucho más entretenido aprender con muñecos o gráficos que le llamen la atención, tales como muñequitos, ositos o animalitos; también le gusta que la feliciten por los logros alcanzados; es por ello que conoce juegos esenciales para promover el desarrollo académico de su hija, como canciones educativas o juguetes didácticos que le permitan aprender temas básicos a largo plazo. Asimismo, la entrevistada considera que a esta edad es difícil imponer hábitos de estudio, debido que generaría un sentido de obligación para su niña, situación que busca no forzar, por lo que sí trabaja con su hija reforzamientos al final del día respecto a lo que han aprendido durante el transcurso, ya que como madre es consciente de que la educación virtual en la etapa inicial de su hija no está siendo del todo buena.

Entrevista 11: Paola Tapia

Edad: 35

Ocupación: Comercio Exterior

Descripción: Paola es mamá de Uziel, un niño de 5 años. Ella considera que el cambio de su niño de manera presencial a virtual ha sido bastante difícil, ya que se cruza con su horario de trabajo y su hijo ya se había acostumbrado a estar con sus compañeros y recibir asesoramiento de su profesora. Además, su niño es de distraerse con mucha facilidad al estar frente a su computadora. Para apoyar a su niño en sus clases se turna mucho con su esposo, mayormente es su esposo quien está con su hijo en las clases y ella se encarga en las tardes con las tareas. Este año a su niño le ha tocado buenas profesoras, son bastante dinámicas en la enseñanza, y ella siente que su niño ha avanzado bastante, porque a pesar de tener 5 años, Uziel ya está escribiendo poco a poco. Ella también considera muy importante la motivación que le da los papás para su aprendizaje, porque nos comenta que a su niño le gusta ver documentales y ella considera que eso es el reflejo de la motivación que le da. Ella también comenta que el estar encerrado hace que los niños cambien su carácter, antes consideraba que era un poco más tranquilo y ahora está muy hiperactivo, y eso es porque al estar encerrados los niños cargan un nivel de estrés que hace que cambie sus actitudes. Los profesores de su niño están trabajando muy bien, actualmente trabajan con una plataforma Sieweb, donde encuentra las herramientas necesarias para su niño, como videos de reforzamiento o tareas. Respecto a la supervisión, ella no le permite que tenga acceso a videojuegos o a un celular, excepto que sea para ver videos que ellos consideren que son los adecuados, ella prefiere incentivarlo a jugar juegos de mesa. Ella motiva a su niño dándole entender que las buenas acciones tienen una recompensa, por ejemplo, si saca A, ella le puede comprar un carrito o pedirle un postre.

Entrevistas 12: Thalía Vera

Edad: 32

Ocupación: Abogada



Descripción: Thalía es mamá de Fernanda, una niña de 6 años. Ella considera que la adaptación de modalidad presencial a virtual ha sido muy difícil, tanto para su niña como para ella. Le cuesta demasiado sobrellevar las clases de su hija, ya que es complicado trabajar desde casa y llevar las clases a la vez. Ambas comienzan su día de labores a las 8 de la mañana y se le hace muy complicado poder explicarle mientras ella trabaja. Ella considera que su niña en las clases virtuales no aprende a un 100% como sería de manera presencial, porque cuando era presencial la funciones que cumplía la profesora ahora lo tienen que hacer los padres, y eso dificulta mucho el aprendizaje. Ella considera que los profesores de su niña aún no están bien capacitados para enseñar de manera online. En las tardes contrata a profesores particulares para que refuercen las clases de su niña de manera presencial, ya que considera que las clases virtuales no son suficientes. Respecto a la supervisión, ella maneja una aplicación para dar permiso a lo que se quiere descargar su hija en su Tablet. Ella motiva a su niña al estudio con cosas que le gusta, como llevarla al cine o también dándole mensajes motivacionales.

#### Entrevista 13: Miluska Almendrades

Edad: 34

Ocupación: Comercio Exterior

Descripción: Miluska es mamá de Fabio, un niño de 6 años. Ella menciona que el cambio de presencial a manera virtual ha sido muy complicado, tanto en la enseñanza como en lo económico, ya que las clases virtuales generan un gasto adicional, porque ahora los niños deben cargar una laptop e impresora para poder llevar mejor sus clases virtuales. Respecto a la enseñanza, su niño se estresa rápido, que eso lo lleva a que cuando una profesora esté dando instrucciones, él se distraiga haciendo otra cosa. Ella actualmente está trabajando de manera semipresencial y a su niño lo deja encargado con su tía, que

es una señora de edad, sin embargo, ella no logra hacer entender a su niño sobre las clases. Ella sí considera que su niño está aprendiendo, sin embargo, apenas termina la clase, él lo primero que hace es ponerse a jugar en la computadora, ya que ahora tienen más acceso a ello. Ella considera que los profesores que le enseñan a su niño lo están llevando bien, son muy pacientes y buenas personas. Respecto a la supervisión, ella mira siempre lo que se descarga o ve su niño, y cuando ve que algo no le gusta automáticamente le prohíbe a su niño seguir viendo eso. Cuando ella no está en casa su niño no puede utilizar celular. Ella considera que su niño necesita un apoyo extra después de sus clases, especialmente en lectura, ya que su niño tiene un problema de lenguaje. Ella trata de motivarlo a su niño sacándolo de vez en cuando al parque, sabiendo que cumplió con todas sus tareas.

#### Entrevista 14: Milagros Valera

Edad: 31

Ocupación: Administradora de Negocios Internacionales

Descripción: Milagros es mamá de Mathías, un niño de 6 años. Ella menciona que el año pasado, cuando inició la cuarentena, fue más complicado, además, su hijo antes tenía menos horas de clase a comparación de este año. Considera que su niño este año lo siente más adaptado, a pesar que aún no tiene contacto físico con sus compañeros y profesores. Tuvieron que aprender muchas cosas de computación que antes posiblemente un niño no sabía. Ella nos comenta que trabaja de manera semipresencial, y que los días más complicados son cuando va a su trabajo, ya que tiene que dejar todo listo para que pueda llevar bien las clases su niño. Cuando trabaja de manera remota, ella trata de dividir muy bien su tiempo, para poder supervisar tanto las clases de su hijo como los temas de su trabajo. Ella considera que su niño sí está aprendiendo, pero no cree que es el mismo porcentaje de nivel a

comparación de las clases presenciales, porque el profesor puede estar mucho más al tanto del aprendizaje de su niño. Este año sí ha notado la diferencia de los profesores respecto a su capacitación para las clases online, hasta considera que han reforzado el tema del sistema, ya que antes había muchos problemas con el internet o la señal de las clases. Respecto a la supervisión, ella y su papá tienen un código del Teams en la cual pueden ver lo que está haciendo su niño respecto a lo de su colegio. Ella considera que algunos cursos, su niño necesita reforzamiento, por ejemplo, en el inglés, ella paga a un profesor para que le dé clases, y respecto a comunicación, divide las labores con el papá de su hijo. Ella trata de darle un tiempo de distracción para que pueda realizar mejor sus tareas, además, en el colegio les da una hora límite a los niños en el mismo día para que puedan presentar sus tareas, de esta manera, no se le acumule mucho sus labores.

Entrevista 15: Harumi Kamichi

Edad: 32

Ocupación: Contadora

Descripción: Harumi es mamá de Kiara, una niña de 6 años. A ella se le ha hecho muy difícil el cambio de presencial a virtual, ya que desconoce muchas cosas de tecnología, sin embargo, a su niña no tanto, ya que se adaptó muy rápido a las entregas de tarea y en revisar el calendario virtual. Ella actualmente trabaja de manera presencial, entonces no puede gozar mucho de la enseñanza de su niña, ella especialmente, apenas llega a su casa le revisa los cuadernos, y le ayuda a que pueda entregar las fichas a tiempo. Sí considera que su niña está aprendiendo, aunque ve que se distrae mucho. Ella nos comenta que desde su trabajo sigue las clases de su niña y puede ver que a veces se distrae con el chat de la clase con otras niñas. Considera que aún los profesores no están al nivel de las clases online, a pesar

de que el colegio les dio a conocer que los profesores estuvieron en capacitación. Igual ella le pregunta a su niña y ella le comenta que sí entiende las clases. Ella sí considera que es necesario reforzar el aprendizaje de su niña, ya que al reducirse las horas de clase considera que no es suficiente para el aprendizaje de su hija. Actualmente su niña está teniendo falencias con las matemáticas, entonces para motivarla ella le deja ejercicios para que su niña lo vaya practicando en el día.

#### Entrevista 16: Raúl Rojas Caballero

Edad: 28 años

Ocupación: Gestor deportivo

Raúl nos comenta acerca de su Hijo Fernando que actualmente esta en nivel inicial y se encuentra llevando clases online en su institución educativa. Nos comenta que como padres de familia supervisan a Fernando y lo asesoran en sus clases sobre todo en el curso de matemática que es el curso mas difícil para él. Asimismo, nos comenta que si bien acompañan a Fernando no supervisan las apps que él maneja pues no habían tenido en cuenta ese detalle. Por otro lado, nos comentan que para ellos las clases presenciales son mucho mejor que las online, ya que los profesores tienen mayor interacción con los niños y puedes corregirlos de manera personalizada. Finalmente, Raúl nos comenta que de regresar las clases presenciales ve importante un asesoramiento en casa ya sea de manera presencial o virtual para Fernando. Pues durante el tiempo de pandemia pudo percibir que no desarrollo un aprendizaje completo.

#### Entrevista 17: Andrea Mendoza

Edad: 27 años

Ocupación: Abogada

Descripción: Andrea Mendoza es abogada de profesión, actualmente trabaja en una notaría en el distrito de San Borja. Ella tiene una hija de 5 años llamada Valentina. Respecto a las clases online de Valentina nos comenta que ha sido un reto difícil para ellos pues su esposo trabaja de manera presencial y ella ha tenido que trabajar de manera remota para poder asesorar a su menor hijas. De igual manera, nos explica que prefiere las clases presenciales a las online pues no ve que las profesoras sea 100% capacitadas para esta actividad. Sino que fueron acoplándose a esta modalidad. Asimismo, nos comenta que ella si supervisa la Tablet que utiliza Valentina para sus clases y solo instala las apps que ella considera conveniente para su hija. Actualmente, se encuentra suscrita a una página de asesorías para niños que le permite ayudar a Valentina con las tareas que le dejan en sus clases. Finalmente, nos comenta que esta interesada en asesorías virtuales siempre y cuando sean personalizadas.

Entrevista 18: Consuelo Cano

Edad: 47 años

Ocupación: Emprendimiento independiente

Descripción: Consuelo Cano es una madre de familia que lidera un emprendimiento de cadena de lavanderías. Actualmente tiene 3 hijos de 24, 18 y 4 años respectivamente. Ella nos comenta que la educación de su menor hijo no ha sido la que ella esperaba por la actual coyuntura pues tuvo que cambiar de colegio a su hijo por razones personales, esto atraso a Valentino en el inicio de sus clases. Sin embargo, ha logrado emparejarse con sus compañeros de su nuevo colegio. De igual manera nos comenta que, son pocas la oportunidad que supervisa las clases de Valentino pues el horario de trabajo complica el poder

asesorarlo. Ella contrato a una niñera para que pueda atender a sus hijos. Sin embargo, pudo observar que no tiene las cualidades para poder asesorar a Valentino con sus tareas. Finalmente, nos comenta que esta en busca de un personal calificado que pueda asesorar de manera correcta a su menor hijo en sus actividades académicas.

#### Entrevista 19: Brigitte Soto

Edad: 31 años

Ocupación: Administradora

Descripción: Brigitte Soto administradora de profesión. Es mamá de Jesi de 4 años. De acuerdo a la entrevista, ella nos comenta que desde el inicio de la pandemia ha sido todo un reto asesorar a Jesi en sus clases virtuales. Pues ella trabaja en la municipalidad de Chorrillos y su horario de trajo es de 8 am a 5 pm. Sin embargo, nos comenta que la abuela de Jesi es quien supervisa las clases virtuales que ella tiene. Nos comenta que actualmente Jesi no presenta problemas con el aprendizaje de las clases virtuales. Aunque en sus últimos exámenes no le fue del todo bien. Es por ello, que ha visto necesario matricular a Jesi en una academia virtual para reforzar las clases. Finalmente, nos comenta que, si bien es importante las labores académicas, también es de suma importancia poder realizar actividades físicas. Asimismo, vería excelente que exista un aplicativo que le permita aprender mientras se ejercita o que se realicen actividades dinámicas para ayudar a Jesi.

#### Entrevista 20: Carmen Hilario

Edad: 42 años

Ocupación: Profesora de nivel primaria

Descripción: Carmen Hilario es profesora de primaria, ella es madre de Jeshua de 5 años. Actualmente, su menor hijo se encuentra cursando el nivel inicial en su institución educativa. Carmen nos comenta que el cambio de clases presencial a clases virtuales ha sido una transformación en la manera de enseñar para los profesores y de aprender para los niños. Pues argumenta que muchos de los niños de nivel inicial no pueden realizar sus clases sin asesoría o supervisión de adulto mayor. En su opinión, considera que es una oportunidad para que los padres conozcan a mayor profundidad las virtudes y defectos de sus hijos. Asimismo, nos comenta que los papas son un factor fundamental en el aprendizaje de virtual. Pues deben dar seguimiento a las tareas dejadas por el profesor. Ella asesora a Joshua diariamente. Sin embargo, considera que muchas veces quisiera poder enseñar más a sus alumnos pero que el tiempo y las horas de estudio le queda muy corto. Ella ve necesario alargar el horario de clases para poder asesora de manera personalizada a todos los niños después del término de clases, pero de manera dinámica a través de juegos.

### **Entrevista a expertos**

Entrevista 01-Elsa Linares

Edad: 54

Ocupación: Docente y promotora del colegio de inicial y primaria San Judas Tadeo

Elsa Linares es titulada en educación como profesora de secundaria, sin embargo, tiene más de 20 años de experiencia trabajando con el área de inicial. Actualmente es promotora y docente de la institución educativa privada “San Judas Tadeo” y tiene a cargo el aula de 5 años.

En la entrevista realizada nos comenta que el cambio de modalidad de enseñanza ha impactado en los niños, padres y profesores de manera positiva, como negativa. En primer lugar, el cambio drástico provocó que los docentes adaptaran sus clases de manera distinta, se realizan creaciones de videos interactivos, dinámicas para el hogar, creación de escenarios, modulación de voz, con la finalidad de lograr que los niños mantengan su atención a la clase. De hecho, este es un gran reto pues, a diferencia de las clases presenciales, la profesora está prácticamente estática en la pantalla y no puede interactuar con la misma soltura que cuando las clases eran cara a cara, ni tener el mismo control que en el aula, en casa se presentan diversos elementos distractores que limita el aprendizaje del niño. Asimismo, el apoyo del padre es muy importante, especialmente al inicio del año escolar, sea para que puedan realizar tareas, manejar los dispositivos por los cuales se realizan las sesiones de aprendizaje o apoyar al profesor para mantener el control de la clase. Afirma que lograr que los niños capten las ideas y alcancen los objetivos de aprendizaje es más complicado, requiere de mayor esfuerzo del docente, niño y padres de familia, esto va a variar según las necesidades de los niños; algunos alumnos tienen una capacidad de aprendizaje más rápida que otras, por lo que se trata de ser flexible según cada situación. Otra gran limitante es que no todos los padres tienen la posibilidad de tener dispositivos como computadoras portátiles, por lo que prefieren las clases se realizan vía celulares, pero esto se complica cuando, a pesar de adaptarse a el horario del padre, una emergencia de trabajo o una llamada entrante de un familiar, corta la clase. Por otro lado, nos indicó que los temas a desarrollarse se basan en los objetivos y estándares de aprendizaje que el Estado les envía cada año y, en base a ello, se elaboran planes anuales, los cuales se dividen en unidades y sesiones. Realizar estos planes, que se adaptan según la realidad de cada colegio, toma entre 1 a 2 meses e implica el trabajo de un docente por cada aula. Además, en la etapa de inicial, es cuando se prioriza la parte del reconocimiento del niño mismo, que aprende cuáles son habilidades sociales y como desarrollarlas, a manejar sus extremidades, la parte de psicomotricidad fina, y los conocimientos básicos para poder comunicarse y expresarse de manera adecuada.



## Entrevista a experto 02-Johana Tasayco

Edad: 27

Ocupación: Estudiante de la carrera de educación y profesora de inicial y primaria del colegio San Judas Tadeo

Johana Tasayco estudió como primera carrera Ingeniería de sistemas en la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica, posteriormente trabajó en AIESEC, Organización sin fines de lucro, liderando proyectos de impacto social altamente involucrados con la educación a nivel latinoamericano. Luego, debido a que la educación es un tema importante y de gran interés para su persona, lleva trabajando como docente de inicial, desde hace ya 5 años y, actualmente, tiene el primer puesto en la carrera de educación. Nos indica que uno de los grandes retos que trajo el cambio de modalidad presencial virtual de las clases es mantener el interés de los niños al momento de desarrollar la sesión de clases. Estos suelen verse distraídos por distintos factores en el entorno del hogar, tales como la bulla del televisor, las mascotas, visitas al hogar, primos que quieren jugar. Asimismo, los padres suelen apoyar durante la sesión de clases, sin embargo, esto se complica cuando el trabajo de estos requiere de su presencia física o los padres están ocupados por emergencias de trabajo que, si bien lo pueden manejar desde el hogar, no permite que le preste atención al niño. Para ello se recurren a diferentes técnicas que ayudan a sobrellevar la situación, tales como elaboración de videos didácticos de reforzamiento para las clases, las clases se realizan por alumno, se envían fichas de trabajo previo a la clase para evitar contra tiempos, comunicación constante con el padre. Esta última es muy importante, los padres se dan cuenta del reto que es la enseñanza y tratan de ayudar en la medida que pueden pidiendo consejos a los profesores sobre cómo ayudar a su niño en el avance, por lo que la comunicación les resulta muy relevante. Comentó que su

posición frente a las aplicaciones tecnológicas para ayudar en el aprendizaje de los niños es positiva, pues es una realidad que los niños de hoy pueden sacar provecho del tiempo que pasan en los dispositivos aprendiendo de manera didáctica en lugar de distraerse con videos que no suman a la educación. Además, es un avance en los métodos de enseñanza y aprendizaje, innovar y mejorar para que cada vez las estrategias y métodos de enseñanza sean más efectivas. Por último, señaló que a pesar de los estándares mínimos que indica el ministerio se deben de cumplir en los niños, el elaborar el plan de enseñanza para el año toma dos meses y es muy flexible, pues se debe de mantener el monitoreo del niño y, en base a la necesidad que presente, se debe adecuar los temas a enseñar. Cabe recalcar que la metodología es más que todo integrativa, no sólo se enseña Matemática y comprensión lectora por separado, sino que se trata de juntar las diversas áreas para que el niño puede aprender de manera didáctica y sencilla.

Entrevista a experto 03-Diana Castillo

Edad:29 años

Ocupación: Docente del aula de 4 años

Diana Castillo es titulada como profesora de computación, sin embargo, desde hace tres años se dedica a la enseñanza para niños de inicial en colegios privados.

Diana Castillo nos indica que el nivel de enseñanza virtual comparada a la modalidad presencial es más bajo, esto se debe a que lograr captar la atención de los niños quienes están acostumbrados a aprender de manera a modo de juego, con canciones, bailes y práctica y acompañamiento de la profesora en un ambiente controlado; se ve limitado ya que las clases se ven afectadas ya sea por la predisposición

del niño, bulla del entorno, problemas de conexión y el hecho de que el apoyo de los padres no siempre resulta beneficiosos, o se interrumpe por las diversas tareas que realizan, cuando los pequeños suelen engreírse y deciden no realizar la clase. Asimismo, resalta que dentro de los aspectos positivos se encuentra que los padres de familia ahora están más involucrados respecto a las necesidades de aprendizaje de los niños y se muestran más colaborativos, a pesar de que estos no estudian para ser profesores hacen su mayor esfuerzo para que sus hijos puedan realizar sus trabajos. Además, señaló que su metodología de enseñanza implica realizar videos para que los niños sientan más dinámicas las clases y se realiza sesiones individuales para reforzar lo aprendido. Su posición frente a aplicaciones que faciliten el aprendizaje de los niños es que son muy importantes tanto para los profesores como para los niños al momento de preparar los materiales. Esta docente comentó que se realiza un plan curricular anual por cada uno de los niveles pero que estos deben ser flexibles, teniendo como base los estándares y objetivos mínimos de aprendizaje que indica el Estado. Finalmente, a pesar del apoyo y empeño que ponen los profesores, para quienes esta nueva modalidad de enseñanza fue todo un reto, le preocupa que el nivel sea demasiado bajo y señaló que, en el caso de niños de tres años, usualmente, a esta etapa del año ya reconocen vocales pero que no se ha podido lograr, algunos niños se retrasan y son pocos los que pueden avanzar al ritmo anterior.

Entrevista a experto 04-Adela Ochoa

Edad: 52 años

Ocupación: Promotora y docente de la Institución Educativa Privada “María Magdalena” para niños de cuna e inicial.

Adela Ochoa tiene más de 25 años de experiencia en la educación inicial, hace ya 15 años fundó el colegio María Magdalena especializado en cuna y jardín de niños, con el cambio de modalidad de enseñanza también se presentaron problemáticas y retos, los cuales son lidiar con los problemas de conexión, ambiente distractor en los hogares de los niños, captar la atención de los alumnos y manejar el tema emocional para asegurar una mejor predisposición de aprender por parte de los alumnos. Por un lado, los profesores ponen sus esfuerzos en captar la atención de los niños, con ayuda de los padres, a través de diversas dinámicas que permitan captar la lección del día, utilizan nuevos medios tales como plataformas digitales zoom para las clases y WhatsApp para la comunicación con los padres. Señala que la educación en modalidad virtual es prácticamente la mitad de eficiente que la presencial, además que temas esenciales como son la socialización y los valores se dejan de lado al enfocarse en los conocimientos teóricos de matemática y comunicación. Muchos padres han optado por retirar a sus hijos de los colegios pues consideran que no es necesario asistir a clases virtuales si en el nivel no se jala de año, sin embargo, la etapa de educación inicial es primordial para la construcción de la persona, su desenvolvimiento y desarrollo de habilidades. Así como hay padres que no se encuentran muy atentos a la educación, también los hay quienes están en constante comunicación y participación en las clases para que sus hijos puedan realizar de manera adecuada la sesión del día. Además, señala que a los niños se les debe de realizar un diagnóstico antes de enseñarles nuevos temas para adaptar los planes de estudio en base a las necesidades del niño, ya sea a nivel de conocimientos como emocionales. Finalmente, afirma que una de las oportunidades de las clases online es que se puede hacer uso de la Tics, por parte del profesor y del alumno, así como también los niños se vuelven más independientes y mejoran el manejo de plataformas y dispositivos electrónicos. En conclusión, nos indicó que es momento de ir más allá y aplicar nuevas técnicas y herramientas que se complementen para hacer de la educación más accesible a nivel Perú, sin dejar de lado la parte humana que se le ayuda a desarrollar al niño, emocional y los conocimientos básicos para el nivel inicial.

#### Entrevista a experto 05-Ana Saravia

Edad: 27 años

Ocupación: Ana Saravia es profesora del nivel inicial, lleva 2 años trabajando en colegios particulares y 1 año en colegios del estado, se encuentra en su último ciclo de la carrera de Educación Inicial.

Ana nos indica que definitivamente existe una diferencia en lo que es el aprendizaje y enseñanza tras el cambio de modalidad presencial a virtual, por el lado de los profesores tuvieron que adaptar sus estrategias a la manera virtual, utilizar la creatividad para crear actividades que realmente capten la atención de los niños y no perder la ilación de la clase. Por otro lado, los niños captan mejor lo que se les enseña cuando experimentan y ponen en práctica lo enseñado, en el modo presencial era más sencillo para los niños poder comprender y realizar las diversas actividades junto con la profesora y en un ambiente que se puede controlar, donde los elementos distractores son menores. Asimismo, recalcó que en el modelo presencial los profesores podían determinar mejor, a través de la lectura del lenguaje corporal, si los niños se sienten cómodos, si realmente captan lo enseñado y su estado emocional, que es muy importante ya que influye en la predisposición para atender a la clase. Además, ahora que la enseñanza es desde casa, los padres de familia influyen tanto de manera negativa como positiva. En el primer caso, os padres suelen realizar las tareas de los niños o entrometerse de manera que los niños realmente no captan o razonan las lecciones. Sin embargo, también es positivo pues el padre se preocupa e involucra más con los niños, están apoyando constantemente y se muestran más atentos a ayudar a sus niños con sus lecciones. A pesar de esto, Ana indica que el aprendizaje no se logra al 100% en los niños puesto que los limitantes como el internet, tiempo de los padres, disposición de equipos móviles o

electrónicos, saturación de los niños con problemas familiares, y la falta de contacto profesora-alumno trae consecuencias como la distracción del niño y la pérdida de ilación de la clase. En cuanto a la elaboración de planes de estudio, tienen como base los objetivos que indica el Estado, sin embargo, se realiza un análisis del niño previo y en base a ello se van adaptando las clases, esto se debe a que los niños tienen distintos coeficientes y necesidades por lo que se le debe de monitorear constantemente para adaptar los planes de estudio a la realidad de los niños.

### 9.2. Mock Up del experimento 1 - Validación de la Experiencia del Usuario



**NUESTROS CURSOS DEL NIVEL 5**



LENGUAJE



MATEMÁTICAS



INGLES



DIVERSIÓN



CANCIONES







¡Desbloquea más niveles y desarrolla tus conocimientos!




"Aprender nunca fue tan divertido"

VISÍTANOS EN:  
@Juego\_Aprendo

[INICIO](#)
[NOSOTROS](#)
[NUESTROS NIVELES](#)
[PADRES](#)
[REGISTRO](#)

### NUESTROS NIVELES

Para 3 y 4 añitos



Nivel 1



Nivel 2

Para 5, 6 y 7 añitos



Nivel 3



Nivel 4



Nivel 5

**BIENVENIDO A NUESTRA COMUNIDAD DE PADRES**

**Nuestra Política**  
Sabemos que la educación virtual es una nueva modalidad de estudio a la que muchos padres de familia aún no están acostumbrados por muy jóvenes que sean. Es por ello, que a través de este espacio queremos brindar diferentes alternativas de enseñanza en casa, así como consejos para ayudarlos a sobrellevar la nueva normalidad de los niños.

Juego Aprendo busca reforzar la educación inicial por medio de una metodología didáctica y amigable que logra captar la atención de todos los niños y niñas. A diferencia de otros proyectos, esta iniciativa se desarrolla bajo un sistema de puntos en el que los VISITANTES pasarán a los demás niveles una vez que hayan logrado superar los retos propuestos en cada nivel.

[Click aquí para iniciar la aventura](#) [REGISTRO](#)



**Programa Freemium**

Los VISITANTES podrán acceder al juego aprendo inicialmente gratis bajo esta modalidad, permitiendo al usuario acceder a todos los niveles y juegos de manera escalonada una vez completado el 100% de cada uno.

**Programa Freemium**

Con este programa los VISITANTES podrán realizar un test de privacidad, así como sus conocimientos. Además, tendrán a su disposición los bloques de niveles, que les permitirán acceder a nuevos temas a cursos más avanzados.

ABC Juego Aprendo "Aprender nunca fue tan divertido" VISÍTANOS EN: @Juego\_Aprendo

INICIO NOSOTROS NUESTROS NIVELES PADRES REGISTRO

## CONTÁCTANOS

Teléfono: 1-800-000-0000  
Email: juego@aprendo@gmail.com  
Redes sociales: @juego\_aprendo

¿Regístrate Ahora! ¿Tienes Preguntas o Sugerencias?

Nombre

Email

Teléfono

Elige un Programa

Escribe tu mensaje aquí...

Acepto los términos y condiciones

Enviar

Figura 31. Mock up del Experimento 1. Elaboración Propia. 2021.

## 9.2. Mock up del Experimento 2 - Validación de la Experiencia del Usuario







Figura 32. Mock up del experimento 2. Elaboración Propia. 2021.

### 9.3. Resultados Obtenidos del Experimento 1 - Validación de canales

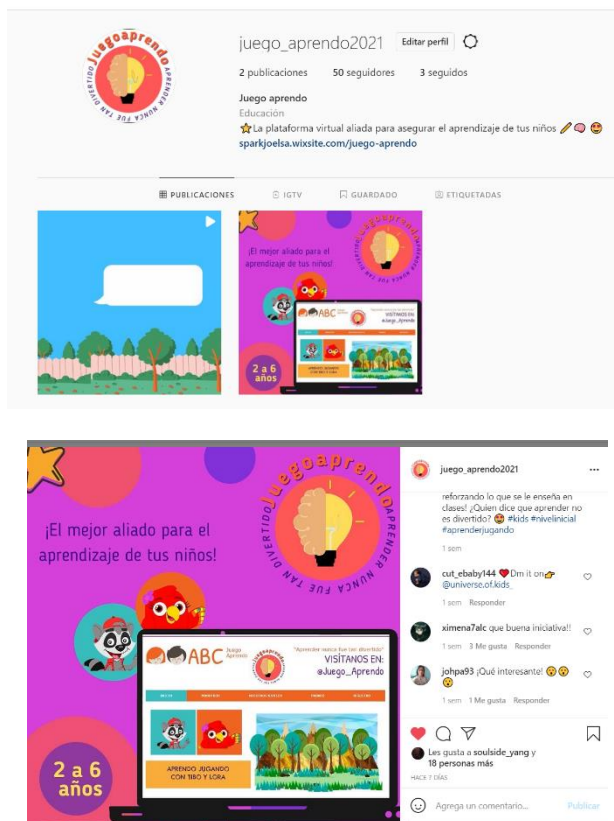


Figura 33. Instagram de Aprendo ABC. 2021.



Tus 4 publicaciones más recientes

[Crear publicación](#)

Alcance: orgánico/pagado | Clics en publicaciones | Reacciones, comentarios y veces que se compartió

Fecha	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción	Promocionar
13/09/2021 23:13	¿Sabías de esto? ¿Qué mejor	Video	Global	2.3K	658 25	Ver promoción
13/09/2021 23:06	¿Buscas reforzar el aprendizaje en	Video	Global	1.3K	50 30	Ver promoción
13/09/2021 23:00	Aprendo ABC actualizó la	Video	Global	58	2 10	Promocionar publicación
13/09/2021 22:47	Aprendo ABC	Video	Global	0	0 12	Promocionar publicación

[Ver todas las publicaciones](#)

Figura 34. Resultados obtenidos en Facebook con publicidad. 2021.

## Edad y sexo ⓘ

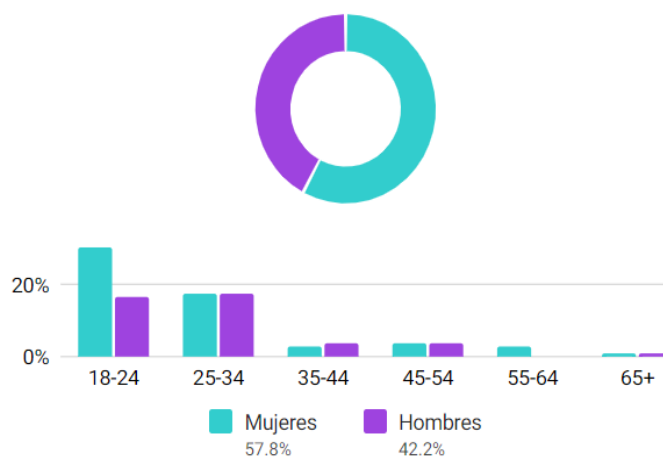


Figura 35. Rango de edades que visualizaron los anuncios mediante Facebook. 2021.