



**UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS**

FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

Emprendimiento digital “MI SEGUNDA ESCUELA”

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Para optar el bachiller en Administración y Marketing

Para optar el bachiller en Administración y Finanzas

**AUTORES:**

Cáceres Saavedra, Danitza Eugenia (0000-0001-8649-8636)

Delgado Alcandre, Héctor Rafael (0000-0001-6157-5789)

Meregildo López, José Luis (0000-0002-3894-5929)

Palomino Ayvar, Edurne (0000-0003-1085-0394)

Vega De la Cruz, María Cristina (0000-0003-4185-6801)

**ASESOR**

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

**Lima, 10 noviembre 2021**

### Dedicatoria

A nuestros padres por habernos forjados con los mejores valores y darnos la oportunidad del acceso a una educación de calidad. A nuestros amigos que nos dieron ánimos durante el transcurso de nuestra carrera. A nuestros compañeros de clases por saber trabajar en equipo de manera eficiente y como olvidar a todos los profesores que nos dedicaron su tiempo y comprensión durante cada clase de nuestra vida universitaria especialmente a nuestro profesor Juan Carlos Lizaraburu Bolaño por acompañarnos en este gran proyecto sin su ayuda no hubiera sido posible y como olvidar a Dios que estuvo en los momentos difíciles de nuestras carreras.

### Resumen

La educación es uno de los rubros más importantes a nivel sectorial, es uno de los pilares principales en toda sociedad para el crecimiento y el avance de un país. Un país con mayores oportunidades de educación como promoción de esta será un país mucho más competitivo a nivel sectorial y global. La educación por años en el Perú ha sido más que un derecho un privilegio que por años se ha evidenciado en la educación pública como privada. En la actualidad en el Perú, existen cientos de comunidades que no cuentan con los medios necesarios para poder brindar clases adecuadas a los niños tanto de nivel primario como secundaria. Todo ello se vio afectado una vez llegada la pandemia que paro los procesos educativos y significo todo un reto poder implementar la educación online. Un reto que poco a poco escuelas han venido realizando esfuerzos por mejorar la calidad de enseñanza, tratando de no perder la figura real que poco a poco se va desvaneciendo. La realidad de la educación actual no es muy alentadora, el nivel de rendimiento de miles de estudiantes bajo significativamente con las clases virtuales no es de sorpresa ya que la poca inversión en el sector hace que se compliquen mucho más las decisiones del ministerio de educación. La educación ahora es un desafío y muchos escolares no terminan de entender sus clases, no mejoran su rendimiento y es muy bajo el nivel de satisfacción. Bajo este contexto, nuestra visión es de traer una nueva vista de la educación online, una mejorada donde la educación sea la protagonista. Nuestro proyecto busca marcar un hito a nivel nacional, uniendo estudiantes con otros estudiantes. Mediante nuestro proyecto se buscará brindar clases de refuerzo totalmente personalizadas a niños de primaria bajo la enseñanza de jóvenes universitarios capacitados en las diversas materias. Mediante este modelo de negocio ambas partes ganas y consigo también ganan nuevas oportunidades como experiencias de vida. Queremos posicionarnos como una propuesta de educación de calidad y excelencia. Nuestra iniciativa resultara con niños con un mejor aprovechamiento escolar, sino

también con jóvenes que lideran una iniciativa en vías de construir un país con un mejor nivel de educación. Iniciativa que se busca lograr grandes resultados a largo plazo para continuar con nuestra propuesta a nivel nacional como también en nuestra próxima expansión.

Palabras claves: Educación online, estudiantes universitarios, asesorías personalizadas, tutores universitarios, aplicativo educativo, educación de calidad.

### Abstract

Education is one of the most key areas at the sectoral level; it is one of the main pillars in any society for the growth and progress of a country. A country with greater opportunities for education as a promotion of this will be a much more competitive country at a sectorial and global level. For years, education in Peru has been more than a right, it has been a privilege that for years has been evidenced in both public and private education. Currently in Peru, there are hundreds of communities that do not have the necessary means to provide adequate classes to children at both primary and secondary level. All this was affected by the pandemic that stopped the educational processes and meant a challenge to implement online education. A challenge that little by little schools have been making efforts to improve the quality of teaching, trying not to lose the real figure that is gradually fading. The reality of the current education is not very encouraging, the level of performance of thousands of students significantly lower with virtual classes is not surprising since the low investment in the sector makes the decisions of the Ministry of Education much more complicated. Education is now a challenge and many schoolchildren do not understand their classes, do not improve their performance and the level of satisfaction is exceptionally low. Under this context, our vision is to bring a new view of online education, an improved one where education is the protagonist. Our project seeks to mark a milestone at a national level, uniting students with other students. Through our project we will seek to provide fully customized tutoring to elementary school children under the teaching of young university students trained in various subjects. Through this business model both parties win and gain new opportunities as life experiences. We want to position ourselves as a proposal for quality education and excellence. Our initiative will result in children with a better school performance, but also with young people who lead an initiative to build a country with a better level of education. This initiative seeks to achieve impressive results in the long term to continue

with our proposal at a national level as well as in our next expansion.

Key words: online education, university students, personalized counseling, university tutors, educational application, quality education

## Tabla de contenido

<b>Fundamentos Iniciales .....</b>	<b>22</b>
Equipo de trabajo .....	22
<i>Descripción de las funciones y roles a asumir por cada integrante .....</i>	<b>22</b>
<b>Validación del Problema .....</b>	<b>24</b>
Breve explicación del problema que se espera resolver .....	24
Diseño y guía de entrevistas de exploración.....	25
<i>Entrevista a personas del público objetivo (20 entrevistas) .....</i>	<b>25</b>
<i>Entrevista a expertos (5 entrevistas) .....</i>	<b>26</b>
Resultados obtenidos .....	29
Análisis y aprendizajes .....	42
Sustentación de la validación del problema .....	43
<b>Value Proposition Canvas .....</b>	<b>45</b>
Perfil del cliente .....	45
Mapa de valor .....	47
Encaje50	
Descripción de la propuesta de valor.....	52
Identificación de elementos diferenciales .....	53
<b>Business Model Canvas .....</b>	<b>58</b>

BMC 58

Desarrollo y sustento de cuadrantes..... 58

**Validación de la Solución .....65**

Experimento I..... 65

**Objetivo ..... 65**

**Diseño y desarrollo ..... 65**

**Resultados..... 66**

**Análisis..... 70**

**Aprendizajes..... 70**

**Sustentación de la validación ..... 71**

Experimento II .....72

**Objetivo ..... 72**

**Diseño y desarrollo ..... 72**

**Análisis..... 74**

**Aprendizajes..... 75**

**Sustentación de la validación ..... 75**

**VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO .....76**

Experimento I..... 76



<b>Objetivo:</b> .....	<b>76</b>
<b>Diseño y desarrollo</b> .....	<b>76</b>
<b>Resultado</b> .....	<b>78</b>
<b>Análisis</b> .....	<b>79</b>
<b>Aprendizajes</b> .....	<b>80</b>
<b>Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos)</b> .....	<b>80</b>
Experimento II .....	81
<b>Objetivo</b> .....	<b>81</b>
<b>Diseño y desarrollo</b> .....	<b>81</b>
<b>Resultados</b> .....	<b>83</b>
<b>Análisis</b> .....	<b>85</b>
<b>Aprendizajes</b> .....	<b>86</b>
<b>Sustentación de la validación</b> .....	<b>87</b>
Experimento III .....	88
<b>Objetivo</b> .....	<b>88</b>
<b>Diseño y desarrollo</b> .....	<b>88</b>
<b>Aprendizajes</b> .....	<b>89</b>
<b>Sustentación de la validación</b> .....	<b>89</b>

<b>Plan de Ejecución del Concierge y Simulación de Ventas .....</b>	<b>91</b>
Definición el mercado meta.....	91
Objetivos (medibles).....	95
Experimento I.....	96
<b>Objetivo .....</b>	<b>96</b>
<b>Diseño y desarrollo .....</b>	<b>96</b>
<b>Resultados.....</b>	<b>97</b>
<b>Análisis.....</b>	<b>99</b>
<b>Aprendizajes.....</b>	<b>99</b>
<b>Sustentación de la validación .....</b>	<b>99</b>
Experimento II .....	102
<b>Objetivo .....</b>	<b>102</b>
<b>Diseño y desarrollo .....</b>	<b>102</b>
<b>Análisis.....</b>	<b>103</b>
<b>Aprendizajes.....</b>	<b>105</b>
<b>Sustentación de la validación .....</b>	<b>105</b>
Experimento III.....	109
<b>Objetivo .....</b>	<b>109</b>

<b><i>Diseño y desarrollo</i></b> .....	<b>109</b>
<b><i>Análisis</i></b> .....	<b>110</b>
<b><i>Aprendizajes</i></b> .....	<b>111</b>
<b><i>Sustentación de la validación</i></b> .....	<b>112</b>
Experimento IV .....	116
<b><i>Objetivo</i></b> .....	<b>116</b>
<b><i>Diseño y desarrollo</i></b> .....	<b>116</b>
<b><i>Análisis</i></b> .....	<b>117</b>
<b><i>Aprendizajes</i></b> .....	<b>119</b>
<b><i>Sustentación de la validación</i></b> .....	<b>119</b>
Experimento V .....	122
<b><i>Objetivo</i></b> .....	<b>122</b>
<b><i>Diseño y desarrollo</i></b> .....	<b>122</b>
<b><i>Aprendizajes</i></b> .....	<b>125</b>
<b><i>Sustentación de la validación</i></b> .....	<b>125</b>
Aprendizajes y conclusiones de los experimentos.....	127
Estrategias de fidelización .....	127
<b>Plan de Formalización del Emprendimiento</b> .....	<b>128</b>

Presupuesto de todo lo necesario para formalizar.....	128
<b>Plan de Recursos Humanos .....</b>	<b>129</b>
Estructura organización .....	129
Regímenes a que se acoge la organización .....	130
Organigrama.....	130
Descripción de Perfil de Puesto .....	132
Cuadro de asignación de Personal.....	135
<i><b>Asignación personal.....</b></i>	<i><b>135</b></i>
Cuadro de actividades.....	136
<b>Plan de Marketing / Estratégicas .....</b>	<b>138</b>
Producto / Servicio .....	138
Precio	138
Plaza	139
Mix Promocional .....	139
Presupuesto de Marketing y Ventas .....	140
<b>Plan de Operaciones .....</b>	<b>142</b>
Cadena de Valor.....	142
Mapa general de procesos .....	143
Flujograma de procesos.....	143

Presupuesto de operaciones .....	144
<b>Plan Financiero.....</b>	<b>145</b>
Proyección de ventas ( <i>ingresos</i> ).....	145
Inversión inicial y presupuestos ( <i>egresos</i> ).....	146
Flujo de caja.....	147
Indicadores financieros .....	148
Análisis financiero y viabilidad del proyecto .....	148
Financiamiento de distintas etapas del proyecto .....	149
<b>Conclusiones y Recomendaciones.....</b>	<b>149</b>
<b>Referencias Bibliográficas.....</b>	<b>150</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>153</b>

**Índice de Tablas**

<b>Tabla 1</b>	<b><i>Equipo de Trabajo de Investigación .....</i></b>	<b>22</b>
<b>Tabla 2</b>	<b><i>Preguntas realizadas a los expertos.....</i></b>	<b>27</b>
<b>Tabla 3</b>	<b><i>Resumen de Entrevista a Usuario N°1.....</i></b>	<b>29</b>
<b>Tabla 4</b>	<b><i>Resumen de Entrevista a Usuario N°2.....</i></b>	<b>30</b>
<b>Tabla 5</b>	<b><i>Resumen de Entrevista a Usuario N°3.....</i></b>	<b>30</b>
<b>Tabla 6</b>	<b><i>Resumen de Entrevista a Usuario N°4.....</i></b>	<b>31</b>
<b>Tabla 7</b>	<b><i>Resumen de Entrevista a Usuario N°5.....</i></b>	<b>31</b>
<b>Tabla 8</b>	<b><i>Resumen de Entrevista a Usuario N°6.....</i></b>	<b>32</b>
<b>Tabla 9</b>	<b><i>Resumen de Entrevista a Usuario N°7.....</i></b>	<b>32</b>
<b>Tabla 10</b>	<b><i>Resumen de Entrevista a Usuario N°8.....</i></b>	<b>33</b>
<b>Tabla 11</b>	<b><i>Resumen de Entrevista a Usuario N°9.....</i></b>	<b>33</b>
<b>Tabla 12</b>	<b><i>Resumen de Entrevista a Usuario N°10.....</i></b>	<b>34</b>
<b>Tabla 13</b>	<b><i>Resumen de Entrevista a Usuario N°11.....</i></b>	<b>34</b>
<b>Tabla 14</b>	<b><i>Resumen de Entrevista a Usuario N°12.....</i></b>	<b>35</b>
<b>Tabla 15</b>	<b><i>Resumen de Entrevista a Usuario N°13.....</i></b>	<b>35</b>
<b>Tabla 16</b>	<b><i>Resumen de Entrevista a Usuario N°14.....</i></b>	<b>36</b>

Tabla 17	<i>Resumen de Entrevista a Usuario N°15</i> .....	36
Tabla 18	<i>Resumen de Entrevista a Usuario N°16</i> .....	37
Tabla 19	<i>Resumen de Entrevista a Usuario N°17</i> .....	37
Tabla 20	<i>Resumen de Entrevista a Usuario N°18</i> .....	38
Tabla 21	<i>Resumen de Entrevista a Usuario N°19</i> .....	38
Tabla 22	<i>Resumen de Entrevista a Usuario N°20</i> .....	39
Tabla 23	<i>Resumen de Entrevista a Experto – Profesora de Primaria</i> .....	39
Tabla 24	<i>Resumen de Entrevista a Experto – Profesor de Secundaria</i> .....	40
Tabla 25	<i>Resumen de Entrevista a Experto – Psicóloga Infantil</i> .....	40
Tabla 26	<i>Resumen de Entrevista a Experto – Fundador de una ONG Educativa</i> .	41
Tabla 27	<i>Resumen de Entrevista a Experto – Ingeniero de Sistemas</i> .....	41
Tabla 28	<i>Sustentación de Entrevistas a personas del público objetivo</i> .....	43
Tabla 29	<i>Sustentación de Entrevistas a Expertos</i> .....	44
Tabla 30	<i>Análisis de la oferta existente</i> .....	53
Tabla 31	<i>Bitácora de actividades</i> .....	65
Tabla 32	<i>Formulario digital</i> .....	71
Tabla 33	<i>Malla Receptora – Experimento II</i> .....	74
Tabla 34	<i>Sustentación – Experimento II</i> .....	75

Tabla 35	<i>Bitácora de actividades del experimento I</i> .....	77
Tabla 36	<i>Resumen de entrevista I – Experimento I</i> .....	78
Tabla 37	<i>Resumen de entrevista II – Experimento I</i> .....	78
Tabla 38	<i>Malla Receptora Experimento I</i> .....	79
Tabla 39	<i>Sustentación de las entrevistas – Experimento I</i> .....	80
Tabla 40	<i>Bitácora de actividades experimento 2</i> .....	82
Tabla 41	<i>Resumen de Entrevista I – Experimento II</i> .....	83
Tabla 42	<i>Resumen de Entrevista II – Experimento II</i> .....	83
Tabla 43	<i>Resumen de Entrevista III – Experimento II</i> .....	84
Tabla 44	<i>Malla Receptora – Experimento II</i> .....	84
Tabla 45	<i>Sustentación de validación del Experimento II</i> .....	87
Tabla 46	<i>Bitácora de Actividades – Experimento III</i> .....	88
Tabla 47	<i>Ingreso según nivel socio económico</i> .....	91
Tabla 48	<i>Bitácora de actividades experimento I</i> .....	97
Tabla 49	<i>Malla Receptora-Experimento I</i> .....	98
Tabla 50	<i>Enlace de la página web</i> .....	102
Tabla 51	<i>Bitácora de Actividades – Experimento II</i> .....	103
Tabla 52	<i>Malla Receptora del Experimento II</i> .....	104



<b>Tabla 53</b>	<b><i>Bitácora de actividades-Experimento III</i></b> .....	<b>110</b>
<b>Tabla 54</b>	<b><i>Malla Receptora del Experimento III</i></b> .....	<b>110</b>
<b>Tabla 55</b>	<b><i>Bitácora de Actividades del Experimento IV</i></b> .....	<b>117</b>
<b>Tabla 56</b>	<b><i>Malla Receptora del Experimento IV</i></b> .....	<b>117</b>
<b>Tabla 57</b>	<b><i>Bitácora de Activades del Experimento V</i></b> .....	<b>123</b>
<b>Tabla 58</b>	<b><i>Malla Receptora del Experimento V</i></b> .....	<b>123</b>
<b>Tabla 59</b>	<b><i>Descripciones de los puestos de trabajo</i></b> .....	<b>132</b>
<b>Tabla 60</b>	<b><i>Precio de los productos por sección</i></b> .....	<b>139</b>
<b>Tabla 61</b>	<b><i>Validación del BMC</i></b> .....	<b>153</b>

### Índice de Figuras

Figura 1.	<i>Perfil de Jóvenes Estudiantes</i> .....	45
Figura 2.	<i>Perfil de Padres de Familia</i> .....	46
Figura 3.	<i>Mapa de Valor de Jóvenes Universitarios</i> .....	47
Figura 4.	Mapa de valor de Padres de Familia .....	49
Figura 5.	<i>Encaje para usuarios Jóvenes Universitarios</i> .....	50
Figura 6.	<i>Encaje para usuarios Padres de Familia</i> .....	51
Figura 7.	<i>Figura Business Model Canvas</i> .....	58
Figura 8.	<i>Gráfico RES - Sobre Rendimiento Académico</i> .....	66
Figura 9.	<i>Gráfico RES – Principales Deficiencias de Clases Virtuales</i> .....	67
Figura 10.	<i>Gráfico RES – Interés para Inscripciones</i> .....	67
Figura 11.	<i>Gráfico RES – Temas de reforzamiento académico</i> .....	68
Figura 12.	<i>Gráfico RES – Disponibilidad de pago</i> .....	68
Figura 13.	<i>Gráfico RES – Horarios para la asesoría</i> .....	69
Figura 14.	<i>Gráfico RES – Frecuencia de uso semanal del servicio</i> .....	69
Figura 15.	<i>Estadísticas de la Página de Facebook</i> .....	89
Figura 16.	<i>Post de la Página de Facebook</i> .....	90

Figura 17.	<i>Características de los Niveles socioeconómicos en el Perú</i> .....	92
Figura 18.	<i>Post en Instagram</i> .....	99
Figura 19.	<i>Post en Facebook</i> .....	100
Figura 20.	<i>Resumen del Tráfico en la Página Web</i> .....	101
Figura 21.	<i>Resumen de Usuarios Registrados</i> .....	101
Figura 22.	<i>Resumen de Estadísticas en Facebook</i> .....	101
Figura 23.	<i>Comentarios de la Publicación</i> .....	106
Figura 24.	<i>Insights de la Publicación</i> .....	107
Figura 25.	<i>Público alcanzado del anuncio</i> .....	112
Figura 26.	<i>Rendimiento y detalle del anuncio</i> .....	114
Figura 27.	<i>Ubicaciones de visualización del anuncio.</i> .. ¡Error! Marcador no definido.	
Figura 28.	<i>Regiones alcanzadas</i> .....	115
Figura 29.	<i>Registro de chat con interesados</i> .....	115
Figura 30.	<i>Bitácora de Actividades del Experimento IV</i> .....	117
Figura 31.	<i>Malla Receptora del Experimento IV</i> .....	117
Figura 32.	<i>Foto de la Publicación para Buscar Tutores en Instagram</i> .....	119
Figura 33.	<i>Capturas de Usuarios Interesados en ser Tutores</i> .....	120
Figura 34.	<i>Estadísticas de la Publicación</i> .....	121

<b>Figura 35.</b>	<b>Bitácora de Activades del Experimento V.....</b>	<b>123</b>
<b>Figura 36.</b>	<b>Post del Experimento .....</b>	<b>125</b>
<b>Figura 37.</b>	<b>Captura de los Comentarios .....</b>	<b>126</b>
<b>Figura 38.</b>	<b>Cuadro de Formalización de la Empresa.....</b>	<b>129</b>
<b>Figura 39.</b>	<b>Estructura de la Empresa.....</b>	<b>129</b>
<b>Figura 40.</b>	<b>Régimen de la Empresa .....</b>	<b>130</b>
<b>Figura 41.</b>	<b>Organigrama de la Empresa .....</b>	<b>130</b>
<b>Figura 42.</b>	<b><i>Cuadro de asignación de personal</i>.....</b>	<b>135</b>
<b>Figura 43.</b>	<b>Capturas de pantalla de las publicaciones . ¡Error! Marcador no definido.</b>	
<b>Figura 44.</b>	<b>Presupuesto de Marketing .....</b>	<b>140</b>
<b>Figura 45.</b>	<b>Proyección de la Demanda .....</b>	<b>141</b>
<b>Figura 46.</b>	<b>Market Share .....</b>	<b>141</b>
<b>Figura 47.</b>	<b>Potencial de la Demanda.....</b>	<b>141</b>
<b>Figura 48.</b>	<b>Cadena de Valor de Mi Segunda Escuela .....</b>	<b>142</b>
<b>Figura 49.</b>	<b>Mapa General de Procesos de Mi Segunda Escuela.....</b>	<b>143</b>
<b>Figura 50.</b>	<b>Flujograma de Procesos de Mi Segunda Escuela.....</b>	<b>143</b>
<b>Figura 51.</b>	<b><i>Ticket Promedio</i>.....</b>	<b>145</b>
<b>Figura 52.</b>	<b><i>Proyección de la Demanda</i> .....</b>	<b>146</b>

<b>Figura 53.</b>	<b><i>Proyección de las Ventas</i></b> .....	<b>146</b>
<b>Figura 54.</b>	<b><i>Inversión Inicial</i></b> .....	<b>147</b>
<b>Figura 55.</b>	<b><i>Flujo de caja proyectado</i></b> .....	<b>147</b>
<b>Figura 56.</b>	<b><i>Principales Indicadores Financieros</i></b> .....	<b>148</b>

**Fundamentos Iniciales**

**Equipo de trabajo**

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

**Tabla 1**

*Equipo de Trabajo de Investigación*

Foto referencial	Apellidos y nombres	Descripción del perfil	Funciones
	Cáceres Saavedra, Danitza Eugenia	Estudiante del décimociclo de la carrera de Administración y Marketing en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Ha participado en diferentes actividades organizadas por la facultad de Negocios como conferencias, talleres, congresos, etc. Experiencia preprofesional en empresas de marketing.	Aporte de capital. Toma de decisiones asertivas para el crecimiento de la empresa. Reuniones mensuales con personal para la logística de la aplicación. Evaluar planes de negocio y presupuesto anual.
	Delgado Alcandré, Héctor Rafael	Estudiante del décimo ciclo de la carrera de Administración y Marketing en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Ha participado en congresos internacionales organizados por empresas referentes al rubro de construcción. Experiencia preprofesional marketing digital, ventas y redes sociales.	Aporte de capital Reuniones con las personas del IT cada mes. Analizar y evaluar indicadores de rendimiento de la empresa. Definir la inversión utilizada para las pautas. Suministrar la correcta toma de decisiones a la gerencia.

Foto referencial	Apellidos y nombres	Descripción del perfil	Funciones
	<p>Meregildo López, José Luis</p>	<p>Estudiante del décimo ciclo de la carrera de Administración y Finanzas de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Experiencia en el área de finanzas internas en las diferentes empresas donde practicó.</p>	<p>Aporte de capital. Planificación estratégica de los estados financieros. Reuniones mensuales con el comité de accionistas. Toma de decisiones para el crecimiento de la empresa.</p>
	<p>Palomino Ayvar, Edurne</p>	<p>Estudiante del noveno de la carrera de Administración y Marketing de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Experiencia preprofesional en áreas de marketing y recursos humanos.</p>	<p>Aporte de capital. Analizar los presupuestos de inversión referente a las operaciones de la empresa. Acordar las diferentes juntas con el comité de accionistas. Toma eficiente de decisiones para la proyección a futuro de la empresa</p>
	<p>Vega De la Cruz, María Cristina</p>	<p>Estudiante de décimo ciclo de la carrera de Administración y Marketing en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Experiencia profesional en ventas, atención al cliente, marketing y diferentes procesos de diferentes rubros como medicina, alimento, venta de productos.</p>	<p>Aporte de capital. Desarrollar estrategias de crecimiento para la empresa. Evaluar el riesgo de la empresa junto con sus accionistas. Desarrollo e innovación en el giro de negocio. Brindar ideas disruptivas cada mes.</p>

## Validación del Problema

### Breve explicación del problema que se espera resolver

Durante los últimos años se ha puesto en evidencia el bajo nivel académico en el Perú mediante pruebas como PISA que es realizado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y donde el país figura en los últimos lugares. Según el diario Gestión, el país habría mejorado su posición en la prueba PISA 2018 ocupando el puesto 64 de 77 países con un promedio de 401. Sin embargo, sigue último entre los países de la región después de Chile, Colombia y Brasil. Asimismo, de acuerdo con el Foro Económico Mundial, el Perú ocupa el Puesto número 27 en la calidad del sistema educativo. Esta situación se agravaría por la implementación de clases virtuales que significaría una experiencia distinta. Según Scavarda *et al.*, se encontraron muchas dificultades para realizar las clases virtuales donde la tecnología y procedimientos de enseñanza es un gran desafío que enfrentan los profesores por mantener la atención de los estudiantes durante clases. Sin duda, los métodos de enseñanza no se adaptan al nuevo contexto y es un fenómeno más evidente en el campo de la educación primaria (Burdina *et al.*; 2019). Según Minedu, el año anterior cerca de 337,870 estudiantes se trasladaron de instituciones educativas privadas a públicas, quienes en su mayoría se trataban del sector primaria. Ante la ausencia de posibilidades de desarrollar una educación de calidad, sobre todo fuera de Lima Metropolitana, se planea ofrecer una opción de bajo costo para que todos los niños puedan lograr una educación adecuada. El sector primario sin duda es uno de los más afectados por la brecha educativa que se acrecentó durante la crisis sanitaria. Por un lado, factores como tecnología, profesores mejores capacitados e infraestructura se relacionan directamente con este problema. La educación online se ha tornado en la actualidad en una problemática que perjudica a muchos estudiantes, según el CEGEP (Centro de especialización en gestión pública) una de las principales desventajas de la educación online es el aislamiento y la baja constancia en la exigencia. Es decir, mucho de los escolares se encuentran en un ambiente poco motivador por continuar con sus actividades diarias de manera autónoma. Por otro lado, según INICEF, en la



actualidad la educación virtual es todo un desafío que conlleva la tarea del estado, de maestros y padres de familia al respecto. Sin embargo, para muchos niños que inician la primaria deberán afrontar una nueva metodología de enseñanza frente a un aparato tecnológico, lo cual podría repercutir en su rendimiento escolar por estar expuestos a mayores distracciones. Asimismo, el poco conocimiento de las nuevas tecnologías de los maestros muchas veces es precario y terminan realizando una clase poco interactiva que hace difícil captar la atención de los niños, quienes muchas veces terminan sin entender los temas. Por ello, muchos padres están preocupados en el aprendizaje de sus niños y optan por la alternativa de talleres o clases personalizadas fuera del ciclo escolar.

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

#### ***Entrevista a personas del público objetivo (20 entrevistas)***

##### Introducción

Buenas noches, mi nombre es ( ) soy parte del proyecto mi segunda escuela el cual se está realizando la siguiente entrevista con la finalidad de obtener información útil para continuación del proyecto se le realizaran una serie de preguntas y se agradece que responder con sinceridad

##### Desarrollo

- ¿Consideras que la nueva metodología de clases virtuales favorece a la educación primaria? ¿Por qué?
- ¿Qué tan difícil crees que es la labor de los docentes de primaria en las clases online? ¿Por qué?
- ¿Qué tan fácil crees que sería para un universitario dictar clases a niños de primaria?
- ¿Qué características consideras que debería tener un joven universitario para poder dictar clases a un niño de primaria?

- ¿Estarías dispuesto/a ayudar de forma remunerada a niños de primaria para la comprensión de alguna materia en específico? ¿Por qué?
- ¿Consideras que tienes disponibilidad adecuada como universitario para desarrollar estas actividades como un trabajo remunerado?
- ¿Qué tan interesado te sentirías si pudieras convalidar créditos extraacadémicos con tu universidad realizando asesorías online?
- ¿Si tuvieras que elegir entre ciertas materias de escuela que consideres que más domines, ¿cuáles serían?
- ¿Cuál crees que sería el monto ideal para recibir por una sesión de clase online personalizada?
- ¿Cuál consideras que sería el momento ideal para dar clases virtuales a los niños de primaria?

### Cierre

Con ello se concluye la entrevista, solo queda agradecer su tiempo.

## ***Entrevista a expertos (5 entrevistas)***

### Introducción

Buenas noches, mi nombre es ( ) soy parte del proyecto mi segunda escuela el cual se está realizando la siguiente entrevista con la finalidad de obtener información útil para continuación del proyecto se le realizaran una serie de preguntas y se agradece que responder con sinceridad. Nos agradecería que haga una pequeña presentación sobre su experiencia.

Desarrollo

Para continuar iniciaremos con las rondas de preguntas:

**Tabla 2**

*Preguntas Realizadas a los Expertos*

Experto	Preguntas
Profesor de  Primaria	¿Qué tan eficientes son las clases virtuales?
	¿Considera que los niños aprenden de forma online que deforma presencial?
	¿Cuál es el problema que se ha citado con las clases online?
	¿Qué ventaja ha observado de las clases online?
	¿Qué cursos considera usted que se debería de enseñar a estos niños?
	¿Considera apropiado enseñar cursos más avanzados? Como la creación de máquinas, maquetas, ...
	¿Qué opina de también hacer cursos enfocados en una carrera en específico?
	¿Qué opina de que las clases se dicten vía Zoom o Meet?
	¿Qué habilidades debe tener una persona que dicta clases a niños de primaria?
	¿Cuánto cobra usted por dictar una hora de clase?
	¿Cuánto considera que debería de cobrar un universitario por dictar una hora de clase?
	¿Qué filtros cree que debería de pasar un estudiante universitario para poder dictar estos cursos a los niños?
¿Qué nos recomendaría para que tenga éxito esta app?	

Experto	Preguntas
Ingeniero de sistemas	<p>¿Qué tan costoso sería la elaboración de una aplicación?</p> <p>¿Cuáles serían los principales factores para tener en cuenta respecto a la seguridad de la información?</p> <p>¿Qué problemas recurrentes pueden aparecer al manejar mucha información en una aplicación?</p> <p>¿Qué tan costoso podría ser el mantenimiento de una aplicación?</p> <p>¿Cómo se podría tener una buena seguridad de pagos en línea dentro de una aplicación?</p> <p>¿Cuáles serían las especificaciones que se debería tener la aplicación para que pueda estar en las tiendas de aplicaciones y funcione para diferentes versiones?</p>
Psicóloga infantil	<p>¿Considera que el servicio de asesorías educativas por parte de universitarios permitiría mejorar la calidad educativa de niños escolares?</p> <p>¿Qué opina usted respecto a la funcionalidad y eficacia de la aplicación con relación a los niños? Explique.</p> <p>¿Cuál cree usted que son los métodos de estudio más eficientes para los niños hoy en día? ¿Por qué?</p> <p>¿Qué recursos digitales considera que podrían captar mejor la atención de los niños durante las</p>
Profesora de Secundaria	<p>¿Qué le parece la idea de una app donde universitarios puedan dictar clases de refuerzo a niños de primaria? ¿Qué tan viable podría ser?</p> <p>¿Considera que los universitarios podrían tener una buena comunicación con los niños o necesitarían de una capacitación por parte de un docente?</p> <p>¿Qué debería tener la app para ser eficiente y atractiva para los niños? ¿Cuál sería el diseño?</p> <p>¿Cuánto debería durar una asesoría para el niño pueda entender de manera óptima?</p> <p>¿Cómo se podría ganar la confianza de los padres de familia para inscribirlos a estas clases?</p>

Experto	Preguntas
Líder de una ONG educativa	¿Cuéntanos acerca de Taruka?
	¿Qué le parece la idea de una aplicación donde estudiantes universitarios puedan reforzar a niños de primaria?
	¿Cuál es el principal reto que se presenta dentro de las clases virtuales?
	¿Como lograr generar lazos de confianza con los padres de familia?
	¿Cuáles crees que son las principales características para que universitario pueda dictar clases

Cierre

Con ello se concluye la entrevista, solo queda agradecer su tiempo.

**Resultados obtenidos**

Se obtuvieron resultados interesantes acerca de las entrevistas realizadas y se logra identificar qué es lo que busca el público objetivo.

**Tabla 3**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°1*

Perfil del Entrevistado	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Jampier Jesús</p> <p><b>Apellidos:</b> Chinga Gonzales</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruano (Lima, Perú)</p> <p><b>Edad:</b> 21 años</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Superior, 10° ciclo de Administración y Marketing</p> <p><b>Universidad:</b> UPC (Universidad Peruana de Ciencias)</p>	<p>Se puede destacar de la entrevista que el usuario reconoce las deficiencias y problemas que existen en las clases online a niños de primaria. En su experiencia personal, al tener un hermano menor, atribuye que los niños suelen distraerse fácilmente si la clase no logra captar su atención, por lo cual el docente debe tener mucha comprensión y un buen manejo de la tecnología. Asimismo, detalla que sería algo cooperativo que los niños de primaria reciban clases por universitarios. Sin embargo, recalca la gran necesidad de ser capacitado para ello, ya que si bien puede dominar ciertos temas o materias es necesario saber cómo lograr la comprensión del niño porque no cualquiera puede enseñar.</p>

**Tabla 4**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°2*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Solange Samantha</p> <p><b>Apellidos:</b> Díaz Quintana</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana (Lima, Perú)</p> <p><b>Edad:</b> 20 años</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Superior, 6°ciclo de Arte y Diseño Empresarial</p> <p><b>Universidad:</b> USIL</p>	<p>Para la entrevistada es difícil el contexto de que niños de primaria lleven clases virtuales puesto que el hecho de estar en casa implica muchas distracciones y la labor de los docentes sería esencial para que logren una mejor comprensión. Sin embargo, considera que si la clase online sería impartida por un universitario se podría lograr una mejor conexión con el niño. Asimismo, detallo que si tuviera la oportunidad de enseñar lo haría, mejor si es remunerado, ya que le gustaba y era una actividad que muchas veces hacía con su sobrino menor. En ese mismo, sentido expreso que un rango ideal de remuneración sería de 10 soles a más por hora.</p>

**Tabla 5**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°3*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Renzo Marcelo</p> <p><b>Apellidos:</b> Valer Cahuana</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruano (Lima, Perú)</p> <p><b>Edad:</b> 21 años</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Superior, 6°ciclo de Administración y Negocios Internacionales</p> <p><b>Universidad:</b> UPC</p>	<p>El entrevistado considera que las clases virtuales serían más beneficiosas para grados superiores, no tanto para primaria ya que los niños necesitan interactuar para poder desarrollar sus habilidades cognitivas. Asimismo, destaca que no sería fácil que universitarios den clases a niños, ya que necesitarían habilidades comunicativas para transmitir el mensaje y se pueda comprender. Sin embargo, sería mejor a la hora de usar las herramientas tecnológicas. Por otro lado, comenta su buena relación con niños por experiencias familiares y se atrevería a intentar asesorar a uno niño de primaria. Sin embargo, siente que le faltaría conocimiento para poder manejar diferentes situaciones que se puedan presentar con un niño lleno de energía, siendo un conocimiento pedagógico avanzado.</p>

**Tabla 6**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°4*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Xiomara Angie</p> <p><b>Apellidos:</b> Boza Ventoncilla</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana</p> <p><b>Edad:</b> 21 años</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Superior, 8° ciclo de Economía y Finanzas</p> <p><b>Universidad:</b> UPC <b>(Universidad Peruana de Ciencias)</b></p>	<p>La entrevista hace énfasis en las dificultades de los profesores para el manejo de la tecnología haciendo mucho más complejo el aprendizaje de los niños. La entrevistada considera que reforzar la educación de los niños los ayudaría un motón, ya que ella pudo experimentar este tipo de asesorías similares al estar participando en un programa de coaching para alumnos que recién ingresan a la universidad luego de culminar la secundaria, observa que el apoyo brindado a estos alumnos tiene un gran impacto al momento de adaptarse a la vida universitaria. En ese sentido, afirma que estaría dispuesta a participar de la idea para ayudar a niños de primaria donde considera que el rango ideal a cobrar sería a partir de 15 nuevos soles.</p>

**Tabla 7**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°5*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Martha Angélica</p> <p><b>Apellidos:</b> Chumpitaz Chumpitaz</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana (Lima, Perú)</p> <p><b>Edad:</b> 21</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Superior, 10° ciclo de Administración y Contabilidad</p> <p><b>Universidad:</b> UPC</p>	<p>La entrevistada considera muy oportuna la posibilidad de brindar clases de refuerzo a niños y de esta forma ayudar a promover la educación en el país. También señaló el grado de dificultad que habría al momento de tratar con niños y los tiempos oportunos para brindar las asesorías serían algo complejas. Además, nos comentó su interés por participar en esta propuesta como parte de crecer profesionalmente y tener empatía con otras personas. Estaría dispuesta a recibir también un monto por cada clase, pero le gustaría que también brinden una capacitación previa para brindar las clases y así sean mucho más eficientes. Considera que debería haber filtros para los universitarios que realmente quieran enseñar a niños estén comprometidos con esta iniciativa.</p>

**Tabla 8**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°6*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Valeria Luz</p> <p><b>Apellidos:</b> Meza García</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana (Lima, Perú)</p> <p><b>Edad:</b> 21</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Superior, 8° ciclo de Administración y Marketing</p> <p><b>Universidad:</b> UPC</p>	<p>La entrevistada narro que estaría muy interesada y emocionada por formar parte de nuestra app. Considera que se necesita de una capacitación previa para poder tener un mejor acercamiento con los niños y que estos estén apoyados por sus padres de igual manera. Comento también que tiene ya experiencia como niñera y que, ayudado años con sus tareas escolares, señalo que tiene paciencia y si es viable poder tratar con ellos. Por otra parte, los tiempos y la flexibilidad de sus horarios es limitada ya que está en los últimos ciclos de su carrera, por lo que podría destinar una hora aproximadamente al día para brindar estas clases. También nos comentó que le gustaría que la app le brinde mayores beneficios a ella como estudiante y algún reconocimiento por brindar dicha función.</p>

**Tabla 9**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°7*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Nicole Andrea</p> <p><b>Apellidos:</b> Velarde Carbajal</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana (Lima, Perú)</p> <p><b>Edad:</b> 21</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Superior, 10° ciclo de Administración y Marketing</p> <p><b>Universidad:</b> UPC</p>	<p>Durante la entrevista Nicole comento que es consciente de la deficiencia en las clases online en la actualidad, tiene un hermano menor y lo ha observado. Además, también comento que la cantidad de alumnos en las clases virtuales es un factor que limita la labor de los docentes en muchas situaciones. Señalo que nuestra propuesta sería una muy buena solución para reforzar la educación de niños y a su vez dar un alivio a los padres de familia. Considera que si bien el pago económico es un impulsador le gustaría además llevar capacitaciones y beneficios para su desarrollo personal. En cuestiones de tiempo le gustaría que la app le facilite los temas de organización para que ella pueda centrarse a dictar sus clases.</p>



**Tabla 10**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°8*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Marian Aurora</p> <p><b>Apellidos:</b> Ferrer</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana (Lima, Perú)</p> <p><b>Edad:</b> 21</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Universitaria de 5° ciclo de Comunicaciones y Marketing</p> <p><b>Universidad:</b> UPC</p>	<p>La entrevistada nos narró su disposición por participar como tutora brindando clases a niños de primaria. Nos comentó que le parece una propuesta ideal para mejorar la educación de los niños que muchas veces con sus clases virtuales no es suficiente. Señalo que si bien las clases virtuales en los colegios es bueno no es suficiente para poder afirmar con exactitud que ellos aprendan y practiquen en casa. Mediante las clases de tutoría los niños podrían reforzar y practicar como jugando. Ella nos dijo que los universitarios si bien no tienen la experiencia como docentes, estas capacitados para poder dictar clases de alguna materia. A ella también le pareció que esta propuesta debería promoverse más en colegios y respecto al monto ella considera que podría haber una opción de voluntarios.</p>

**Tabla 11**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°9*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Sally Ivonne</p> <p><b>Apellidos:</b> Fernández de Castro</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana</p> <p><b>Edad:</b> 21</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Superior, Gestión Empresarial de 6to ciclo</p> <p><b>Universidad:</b> Pontificia Universidad Católica del Perú</p>	<p>La entrevistada nos comentó que las clases virtuales para los niños de primaria tienen como principal ventaja ser dinámicas, ya que los profesores podían realizar juegos virtuales para que ellos aprendan jugando, por otro lado, la desventaja es que los docentes no podían observar si realmente estaban prestando atención y que era más complicado captarlos. Considera que para ella no sería adecuada la idea de dictar a niños de primaria, ya que para ello se necesitaba tener mucha paciencia y ella no contaba con esa característica, sin embargo, conocía muchos universitarios que si les interesaba la propuesta para convalidar con créditos extra. Por otro lado, considera se deberá tener en cuenta el interés de los estudiantes y ver si ellos cumplen con los requerimientos adecuados para llevar a cabo dicho proyecto.</p>

**Tabla 12**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°10*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Fabricio</p> <p><b>Apellidos:</b> Farias Celis</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana</p> <p><b>Edad:</b> 23</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Superior, Administración</p> <p><b>Universidad:</b> Universidad Privada del norte</p>	<p>El entrevistado comenzó explicando que las clases virtuales habían sido muy dificultosas para los niños de primaria debió a la gran cantidad de distractores que se podían encontrar en su entorno, por otro lado, le gusta la idea de que el universitario pueda poner su disponibilidad. Puesto a que, el universitario tiene un horario que muchas veces no le permite llevar un trabajo convencional, ya sea part time o a tiempo completo, entonces, este aplicativo lo ayudaría muchísimo a generar un ingreso adicional en su hogar. Considera que la pandemia fue un reto para todos los profesores en especial los que son de una edad avanzada la adaptabilidad para cambiar la forma de enseñar les puede llegar a costar.</p>

**Tabla 13**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°11*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Gemma</p> <p><b>Apellidos:</b> Remy</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana</p> <p><b>Edad:</b> 21, administración y marketing</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Superior</p> <p><b>Universidad:</b> Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas</p>	<p>La entrevistada nos comenta que al hablarle de niños de primaria se tiene un rango muy grande, ya que muchos no es lo mismo una clase virtual para niños de 1ero o 2do grado de primaria que los niños de 5to o 6to de primaria otro factor que se debía de tomar en cuenta era los padres, ya que en unas clases virtuales su presencia para ayudarlos era crucial. Hablando sobre la idea que los estudiantes universitarios les dicten clases a niños de primaria nos comenta que ella no estaría interesada en la idea, ya que, aunque parezca interesante la cantidad de cursos que llevaba en la universidad no le permitían realizar una actividad adicional. Asimismo, comento que prefería pasar tiempo en familia o con amigos en lugar de obtener este ingreso adicional.</p>

**Tabla 14**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°12*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Luis Aaron</p> <p><b>Apellidos:</b> Gaitán Guerrero</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana</p> <p><b>Edad:</b> 19</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Superior, administración y negocios internacionales</p> <p><b>Universidad:</b> Universidad Peruanade Ciencias Aplicadas</p>	<p>El entrevistado inicio conversando que las clases virtuales tenían tanto puntos positivos como puntos negativos. El principal punto negativo que encontraba era la disminución de interacción social entre los niños pequeños, ya que aquello podría tener consecuencias cuando sean mayores. Sin embargo, el cree que es necesario debido al contexto en él nos encontramos una pandemia. Considera que si estuviera interesado en dictar clases a niños de primaria y acota que la aplicación podría ser muy útil para los estudiantes de la carrera de Educación. Que el costo de las clases no debe de ser estándar que debe variar según la complejidad de los temas que se manejen.</p>

**Tabla 15**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°13*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Julián</p> <p><b>Apellidos:</b> Cortez</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana (Lima, Perú)</p> <p><b>Edad:</b> 21</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Estudiante universitario de 7mo ciclo de la carrera de Psicología.</p> <p><b>Universidad:</b> Ricardo Palma</p>	<p>Durante la entrevista, Julián comentó que la metodología actual si favorece a las clases virtuales, ya que muchas personas pudieron desarrollar mayores habilidades en relación con la productividad estudiantil. También resalta que es complicado mantener la atención de los niños en las clases virtuales, ya que se distraen mucho y el profesor debe tener bastante paciencia. Considera además que los estudiantes universitarios no podrían dictar clases a los niños de primaria por la falta de experiencia y técnicas eficientes para captar su atención como por ejemplo juegos didácticos. Asimismo, cree que para que los niños puedan atender se necesita generar una relación de afecto con el tutor de modo que ambas partes se involucren en el desarrollo óptimo del curso.</p>

**Tabla 16**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°14*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Andrea</p> <p><b>Apellidos:</b> Muñoz</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana (Lima, Perú)</p> <p><b>Edad:</b> 21</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Estudiante universitario de 8vo ciclo de la carrera de Publicidad.</p> <p><b>Universidad:</b> PUCP</p>	<p>En el desarrollo de la entrevista, Andrea comenta que, si bien existen puntos favorables para la educación virtual, también tiene sus contras resaltando mucho las múltiples distracciones del hogar del niño, ya que como ha tenido experiencia previa siendo voluntaria dictando clases a niños pequeños, ellos pierden la concentración a los 20 minutos de clases. De igual manera, alude a que los estudiantes universitarios que lleguen a dictar clases a niños deberían de tener una capacitación previa con la finalidad de que las clases sean dinámicas y poder captar la mayor atención posible. Igualmente destaca la paciencia, “mentalidad del juego”, dominio de temas realizándolos de forma dinámica y flexible como las cualidades que debería tener un universitario para poder dar estas clases.</p>

**Tabla 17**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°15*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Dante Gabriel</p> <p><b>Apellidos:</b> García</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana (Lima, Perú)</p> <p><b>Edad:</b> 24</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Estudiante universitario de 10mo ciclo de la carrera de Administración y Negocios del Deporte.</p> <p><b>Universidad:</b> UPC</p>	<p>Lo que mencionó Dante Gabriel durante el desarrollo de la entrevista fue que, bajo su punto de vista, la educación virtual para los niños de primaria no ayuda a su completo aprendizaje por muchas barreras que surgieron a raíz del Covid-19. Considera que los niños en esa primera etapa de la vida tienen que aprender a socializar y relacionarse con sus pares a la par de educarse de la mejor manera como lo haría la educación tradicional. Expresa que esta situación de clases virtuales genera incomodidad por parte de los alumnos como maestros ya que mucho de estos no terminan de adaptarse a esta nueva normalidad. Dante Gabriel cree que para que una clase virtual personalizada con un niño de primaria tenga el éxito esperado, se debe tener una previa cita para que ambas partes puedan conocerse.</p>

**Tabla 18**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°16*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Adrián</p> <p><b>Apellidos:</b> Rosas</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana (Lima, Perú)</p> <p><b>Edad:</b> 24</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Estudiante universitario de 10mo de la carrera de Administración y Marketing.</p> <p><b>Universidad:</b> UPC</p>	<p>Durante la entrevista, Adrián mencionó que las clases virtuales no ayudan a la enseñanza correcta a niños de primaria, esto debido a la carencia de recursos de muchas instituciones educativas. De igual forma, explica que el rol que desarrolla un profesor en estas clases virtuales es difícil con relación a la enseñanza, puesto que suelen distraerse con frecuencia los niños y es más complicado captar y retener su atención. Agrega que cada estudiante tiene su propio método y ritmo de estudio por lo que es complicado darles el correcto seguimiento a los niños. Asimismo, nos precisa que las características que deben de primar en un joven universitario para que pueda dictar clases son las de respeto, paciencia y estar preparado para absolver cualquier duda.</p>

**Tabla 19**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°17*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Adriana</p> <p><b>Apellidos:</b> Valencia</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana</p> <p><b>Edad:</b> 22</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Superior, 9° ciclo de la carrera de derecho.</p> <p><b>Universidad:</b> PUCP</p>	<p>La entrevistada mencionó que ella no considera que la metodología de clases vía online sea eficaz, ya que al ser niños de primaria no genera la interacción con los profesores, para que estos puedan darles una mejor orientación. Asimismo, considera que los estudiantes deben de ser pacientes a la hora de dictar estos cursos a los niños, así como de presentar vocación por la enseñanza. Cabe mencionar que se le pregunto si ella podría dictar los cursos, pero ella respondió que no podría hacerlo porque considera que no tiene la paciencia para realizarlo. Sin embargo, consideró en brindar un apoyo mediante ideas, nuevas formas para desarrollar las clases o juegos. También menciono que le parece una buena idea la convalidación de los cursos extraacadémicos con los cursos.</p>

**Tabla 20**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°18*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Alonso Gonzalo</p> <p><b>Apellidos:</b> Deledesma Silva</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruano</p> <p><b>Edad:</b> 22</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Superior, 9° ciclo de la carrera de contabilidad.</p> <p><b>Universidad:</b> UPC</p>	<p>El entrevistado mencionó que, si considera que la metodología de clases vía online es beneficiosa, ya que las herramientas que utilizan son mejores. Pero también piensa que al ser niños pequeños se distraen y no se puede ver la autoridad que tiene el docente en su salón de clase. También menciona que los docentes han sufrido más dictando al inicio las clases virtuales, ya que no eran cercanos a utilizar este tipo de herramientas. Por el contrario de los universitarios, ya que están adaptados a la tecnología y lo sabe manejar bien. Menciona que los jóvenes que dicten las clases deben ser desenvueltos y tener tolerancia. Considera a su vez que la clase debe ser llamativa, didáctica y realizar muchos juegos. Ya que los niños se distraen muy rápido.</p>

**Tabla 21**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°19*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Maricielo</p> <p><b>Apellidos:</b> Rodríguez</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana</p> <p><b>Edad:</b> 21</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Superior, 8° ciclo de la carrera de Gestión y Alta Dirección</p> <p><b>Universidad:</b> PUCP</p>	<p>La entrevistada mencionó que ella no considera que la metodología de clases vía online no favorece a la educación a los niños. Porque muchos niños y profesores aún no se logran adaptar completamente a este cambio, sobre todo al contacto con el maestro que se ha perdido. Un punto en desventaja de los profesores es la tecnología, a diferencia de los universitarios que nacieron con la tecnología. Diseñar un buen contenido y sobre todo entendible por el niño. Considera que el universitario debe tener tolerancia, ella mencionó que tiene dos hermanos a quienes enseñó y notó que no todos comprenden de la misma forma, por lo que también considera que debe de tener creatividad para hacer que el niño entienda mejor.</p>

**Tabla 22**

*Resumen de Entrevista a Usuario N°20*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Álvaro Alexander</p> <p><b>Apellidos:</b> Deledesma</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruano</p> <p><b>Edad:</b> 24</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Superior, 10° ciclo de la carrera de derecho.</p> <p><b>Universidad:</b> USMP</p>	<p>El entrevistado mencionó que, si considera que la metodología de clases vía online logra un beneficio. Esto se debe a que se dio el COVID 19 y esta fue una de las medidas que permitió el regreso del aprendizaje. También menciona que los niños se adaptan con mayor facilidad a estas tecnologías. Considera que los universitarios tienen mayor facilidad que los profesores, ya que trataría de que la clase sea más didáctica, tiene mayor manejo tecnológico y energía. Asimismo, menciono que la persona que dicte los cursos debe ser extrovertido, segura, con conocimientos básicos de lo que dictará y paciencia. Ya que el niño no captara rápido y debe repetir y apoyar para que comprenda.</p>

**Tabla 23**

*Resumen de Entrevista a Experto – Profesora de Primaria*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Gianni Edna</p> <p><b>Apellidos:</b> León Osorio</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana</p> <p><b>Edad:</b> 45</p> <p><b>Profesión:</b> Maestra de primaria de la institución educativa “El Pinar”. (Huaraz)</p> <p>+ Madre de familia de 4 niños.</p> <p>+ Profesora con amplia experiencia dictando a niños de primaria.</p> <p>+ Dictando clases tiene 23 años de experiencia.</p>	<p>La profesora entrevistada nos comentó que en la institución que ella labora dicta cursos de Ciencia y Tecnología. La profesora considera que las clases online que dicta es muy organizada, donde los niños estudian de mañana las clases normales y las clases de refuerzo por las tardes, se lleva de manera eficiente. Pero por otro lado es complicado evaluar al alumno, ya que los niños requieren de un lazo con el alumno, por lo cual considera que ha sido un reto lograr conectarlos, ya que han tenido que innovar en sus prácticas, con nuevos juegos, dinámicas y mantenerlos atentos. Considera a su vez que no es igual la enseñanza, pero si se llega al aprendizaje, ya que tienen mucho apoyo de profesionales que guían a los estudiantes. Algo muy importante que menciona es el soporte que da el padre de familia, ya que los alumnos tienen que velar por su autoaprendizaje y comprometerse con aprender.</p>

**Tabla 24**

*Resumen de Entrevista a Experto – Profesor de Secundaria*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> José</p> <p><b>Apellidos:</b> Valencia</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruano</p> <p><b>Edad:</b> 46</p> <p><b>Profesión:</b> Maestro de primaria y secundaria de la institución educativa “El Pinar”. (Huaraz)</p> <p>+ Profesor con amplia experiencia dictando 22 años a niños de primaria y secundaria</p> <p>+ Dicta talleres de “STEM” (Ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas).</p>	<p>El entrevistado mencionó que al inicio se tuvo complicaciones con el dictado de las clases vía online, pero actualmente ya se adaptaron muy bien a ello. Sin embargo, una ventaja se debe a que las clases pueden grabarse. También menciona que cuando se dictan las clases no se sabe con certeza como van los alumnos, ya que muchos de ellos no prenden sus cámaras y no se puede revisar que realicen las actividades que el profesor menciona. Menciona que los chicos actualmente están agotados, ya que tienen clases normales en la mañana y en la tarde tienen clases con un grupo selecto con STEM, donde enseñan cursos desde diseño 3d, hasta la creación de aplicativos. El aplicativo que utiliza para dictar sus clases es Meet y no ha tenido problemas de conexión por su parte.</p>

**Tabla 25**

*Resumen de Entrevista a Experto – Psicóloga Infantil*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Kelly</p> <p><b>Apellidos:</b> Vargas Guadalupe</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana (Lima, Perú)</p> <p><b>Edad:</b> 39</p> <p><b>Profesión:</b> Psicóloga cognitiva conductual</p> <p>+ Experiencia en el sector público <del>cl</del></p> <p>+ Experiencia con niños de 5 años para entrar a la etapa de primaria</p>	<p>La entrevistada nos comentó que los niños tienen una menor capacidad de captar y entender las cosas ya que fácilmente se distraen o aburren. Es fundamental enseñar a los niños mediante una didáctica de juegos enfocada en objetivos para su aprendizaje. Señalo que se debe mostrar una actitud positiva con los niños, por ellos los universitarios deben tener una capacitación previa. También comento que es importante no cargar a los niños con más tareas, sino que reforzar los temas y ayudar con las tareas del colegio en las asesorías. Respecto a los padres, darles mayor tranquilidad sabiendo que sus hijos están en buenas manos. Para ello nos recomendó brindar clases de prueba y tener una buena promoción de nuestra app, donde los padres puedan estar mucho más seguros de nuestra propuesta.</p>



**Tabla 26**

*Resumen de Entrevista a Experto – Fundador de una ONG Educativa*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Franklin</p> <p><b>Apellidos:</b> Del Águila</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana</p> <p><b>Edad:</b> 25</p> <p><b>Profesión:</b> Gestión empresarial- Pontificia Universidad Católica del Perú.</p> <p>+ Fundador y coordinador de organización benéfica Taruka.</p>	<p>El fundador de la ONG destaca que el principal problema que afrontan los niños en las clases virtuales es el tema de conectividad donde si el docente no tiene la capacidad de manejar la situación, el niño pierde totalmente la ilación de la clase. Asimismo, nos comenta que dentro de la organización se tenía un alto índice de distracción de los beneficiarios por lo cual considera muy importante la capacitación para quien estará al frente hablando y pueda enseñar involucrando a los niños. Por otro lado, destaca que el primer contacto con los padres es primordial para poder generar ese lazo de confianza para que inscriban a sus hijos.</p>

**Tabla 27**

*Resumen de Entrevista a Experto – Ingeniero de Sistemas*

Perfil	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Juan Cristopher</p> <p><b>Apellidos:</b> Saavedra Roldan</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana</p> <p><b>Edad:</b> 24</p> <p><b>Profesión:</b> Ingeniero de sistemas dela Universidad Cesar Vallejo</p>	<p>El ingeniero de sistema nos comentó primero que para poder realizar un presupuesto de un aplicativo se tiene que evaluar detenidamente los requerimientos de este, ya que muchos factores pueden cambiar el costo el principal que se debe tener cuenta es servidor en el que se ubicara. Por otro lado, nos comentó que había muchos programadores que programaban aplicaciones o conceptos y lo podían gratis para ayudar a diferentes usuarios. Al preguntarle acerca de la seguridad que se debe de tener dentro del aplicativo móvil nos comenta que lo primero se debe trabajar con la encriptación de datos y luego fijar quienes son los administradores del aplicativo. Finalmente, nos indica que es factible la creación de un aplicativo móvil, sin embargo, se deberá realizar un prototipo para tener una de que es lo que se busca y que la interfaz corra sin problemas.</p>

### **Análisis y aprendizajes**

Es importante reconocer que muchos de los usuarios universitarios sienten que les faltaría ciertas habilidades para desarrollar una metodología de enseñanza eficiente a pesar de sentirse cómodos con las herramientas tecnológicas. En base a ello, sería ideal incluir una capacitación para quienes planean usar la aplicación y enfocar el desarrollo de la solución para ser un complemento del trabajo que realizan los docentes y apoderados de los niños.

Los entrevistados identifican las deficiencias de dictar clases online, particularmente en el caso de niños de primaria ya que lograr su total atención sería un gran reto. En ese sentido, podríamos validar la existencia de una necesidad de reforzar el aprendizaje en niños de primaria para seguir fomentando una educación de calidad en las próximas generaciones.

Los universitarios señalaron que las capacitaciones previas a dictar las clases de refuerzo deben ser vitales y el constante monitorio de su desempeño. Es importante añadir las capacitaciones por parte de un profesional en educación primaria para que haga una guía de introducción a los universitarios.

El público entrevistado destaca que una de las características principales que debe de tener cualquier persona al momento de dictar clases es la paciencia, ya que estos niños suelen distraerse mucho durante el desarrollo de esta y consideran que deben ser clases dinámicas con material didáctico para que no ocurra aquella deficiencia en la enseñanza. Lo primordial es poder darle estas herramientas a los jóvenes para que puedan desempeñar de manera eficiente su labor.

Los expertos en educación señalan la importancia de forjar un aprendizaje didáctico con los niños siempre enfocándose en el logro de los objetivos deseados. Al ser un público menor se debe tener una actitud positiva para captar su atención y que estos se sientan a gusto. Por otra parte, analizamos la opción de una campaña de promoción de nuestra aplicación dirigida a los padres de familia mediante videos introductorios en diversos medios.

Los expertos concuerdan en que es vital que los estudiantes universitarios transmitan confiabilidad hacia los padres de familia, ya que al tener como usuario final niños se debe tener mucho cuidado con ello. Por otro lado, recomienda la implementación de una charla introductoria entre el niño y el tutor.

Para el ingeniero de sistema considera que importante la elaboración de mockup del aplicativo que se quiere implementar para que el encargado tenga una idea y en base a ello puedan establecer un presupuesto adecuado.

### Sustentación de la validación del problema

**Tabla 28**

*Sustentación de Entrevistas a personas del público objetivo*

#	Nombre y Apellido del entrevistado	Enlace de video de la entrevista
1	Jampier Chinga	<a href="https://youtu.be/SLzMGrGSzcA">https://youtu.be/SLzMGrGSzcA</a>
2	Solange Díaz	<a href="https://youtu.be/n55diD6entg">https://youtu.be/n55diD6entg</a>
3	Renzo Valer	<a href="https://youtu.be/wwqdSLL_ZU">https://youtu.be/wwqdSLL_ZU</a>
4	Xiomara Boza	<a href="https://youtu.be/z9Q1ZmWqoyA">https://youtu.be/z9Q1ZmWqoyA</a>
5	Martha Chumpitaz	<a href="https://youtu.be/kTgjm2IoHJE">https://youtu.be/kTgjm2IoHJE</a>
6	Valeria Meza	<a href="https://youtu.be/-pASlpSZXms">https://youtu.be/-pASlpSZXms</a>
7	Nicole Velarde	<a href="https://youtu.be/9vNr27vAFRk">https://youtu.be/9vNr27vAFRk</a>
8	Marian Ferrer	<a href="https://youtu.be/IbAAM6cWE3E">https://youtu.be/IbAAM6cWE3E</a>
9	Sally Fernández de Castro	<a href="https://youtu.be/HkPmfXcyN88">https://youtu.be/HkPmfXcyN88</a>

#	Nombre y Apellido del entrevistado	Enlace de video de la entrevista
10	Fabrizio Farias	<a href="https://youtu.be/uMHEMA6IN_A">https://youtu.be/uMHEMA6IN_A</a>
11	Gemma Remy	<a href="https://youtu.be/VTxzxBru8GU">https://youtu.be/VTxzxBru8GU</a>
12	Aaron Gaitán	<a href="https://youtu.be/9jq4bs3u1ec">https://youtu.be/9jq4bs3u1ec</a>
13	Julián Cortez	<a href="https://youtu.be/n4HVXy6_m3Y">https://youtu.be/n4HVXy6_m3Y</a>
14	Andrea Muñoz	<a href="https://youtu.be/cEEriMxRLwE">https://youtu.be/cEEriMxRLwE</a>
15	Dante García	<a href="https://youtu.be/ZAnwlzTgLoc">https://youtu.be/ZAnwlzTgLoc</a>
16	Adrián Rosas	<a href="https://youtu.be/5UQ5C84FW14">https://youtu.be/5UQ5C84FW14</a>
17	Adriana Valencia León	<a href="https://youtu.be/XQG6vXg32YU">https://youtu.be/XQG6vXg32YU</a>
18	Alonso Deledesma Silva	<a href="https://youtu.be/PbtMCOQSy7M">https://youtu.be/PbtMCOQSy7M</a>
19	Maricielo Rodríguez	<a href="https://youtu.be/kwEoIVcLFxg">https://youtu.be/kwEoIVcLFxg</a>
20	Álvaro Alexander Deledesma	<a href="https://youtu.be/l_PtVlcS8_Q">https://youtu.be/l_PtVlcS8_Q</a>

**Tabla 29**

*Sustentación de Entrevistas a Expertos*

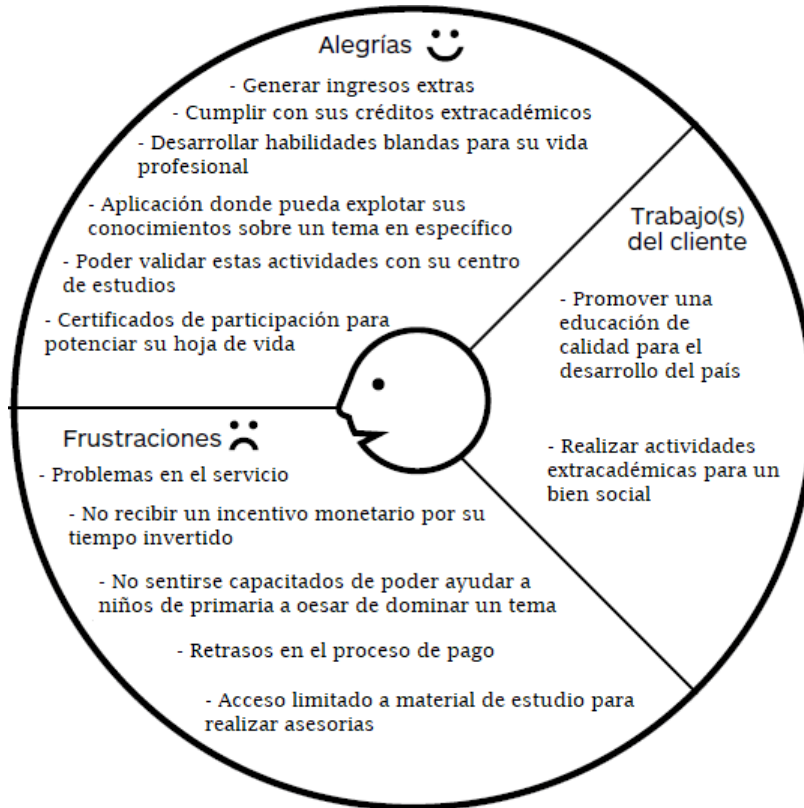
#	Nombre y Apellido del entrevistado	Profesión	Enlace de video de la entrevista
1	Gianni León	Profesora de Primaria	<a href="https://youtu.be/U2TJzsMa-gs">https://youtu.be/U2TJzsMa-gs</a>
2	José Valencia	Profesor de Secundaria	<a href="https://youtu.be/b342KhzWcxE">https://youtu.be/b342KhzWcxE</a>
3	Kelly Vargas	Psicóloga	<a href="https://youtu.be/3a_2wibmNdk">https://youtu.be/3a_2wibmNdk</a>
4	Franklin Del Águila	Fundador ONG educativa	<a href="https://youtu.be/-wR2uivwpYg">https://youtu.be/-wR2uivwpYg</a>
5	Juan Saavedra	Ingeniero de Sistemas	<a href="https://youtu.be/XXIU313oY-E">https://youtu.be/XXIU313oY-E</a>

**Value Proposition Canvas**

**Perfil del cliente**

**Figura 1.**

*Perfil de Jóvenes Estudiantes*



**Alegrías**

Como alegrías se menciona que los jóvenes universitarios se ven motivados a brindar estas asesorías por el incentivo económico además de tener la posibilidad de poder convalidar los créditos extraacadémicos que le permite la aplicación con su respectiva universidad. Asimismo, al realizar estas asesorías, refuerzan sus conocimientos académicos tanto como fortalecen sus habilidades blandas. Esto los ayudará a futuro en su hoja de vida mencionándolo como experiencia y siendo más atractivos para el mercado laboral.

**Frustraciones**

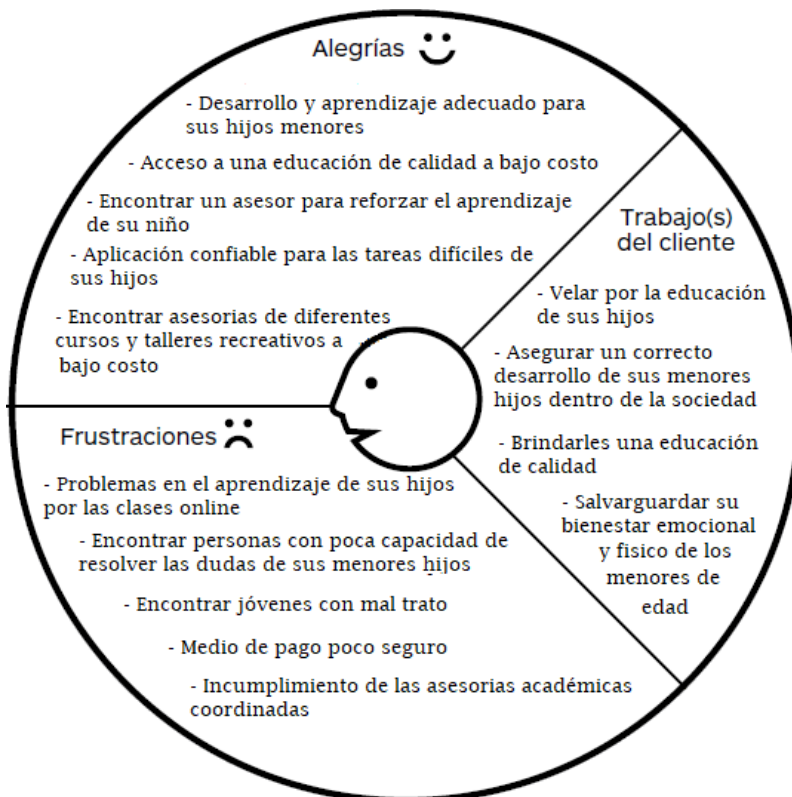
Las principales frustraciones que podemos encontrar es que los estudiantes universitarios no puedan lograr captar la atención de los niños, aunque ellos tengo domino sobre él. Sepuede encontrar que al no recibir un incentivo económico no se sientan valorados o queel retraso al momento de recibir el dinero le genere desconfianza. Por otro lado, se debe determinar cuántas asesorías puede tener un universitario, ya quepuede generar malestar tener un límite y en contra parte no recibir propuesto lo hace pensar que nadie este interesado en él.

**Trabajo(s) del cliente**

Los estudiantes universitarios buscan realizar actividades extracadémicas con la finalidad de obtener un bien social o una remuneración. Por otro lado, se ayudaría a reforzar a los estudiantes de la escuela de primaria.

**Figura 2.**

*Perfil de Padres de Familia*



**Alegrías**

Para los usuarios de padres de familia buscan que sus menores hijos tengan un desarrollo y aprendizaje adecuado mediante opciones no muy costosas pero basados en una educación de buen nivel. Asimismo, antes los problemas que las clases virtuales les genera una emoción de alegría el poder ayudar a sus hijos para que logren un mejor aprendizaje en diferentes cursos o tareas.

**Frustraciones:**

Una de las principales frustraciones a las que se enfrentan es que el rendimiento académico de sus hijos se vea afectados por los obstáculos que implican las clases virtuales. En ese sentido, no tener una alternativa segura y confiable que les permita reforzar el aprendizaje de su niño en clases virtuales les genera el sentido de frustración.

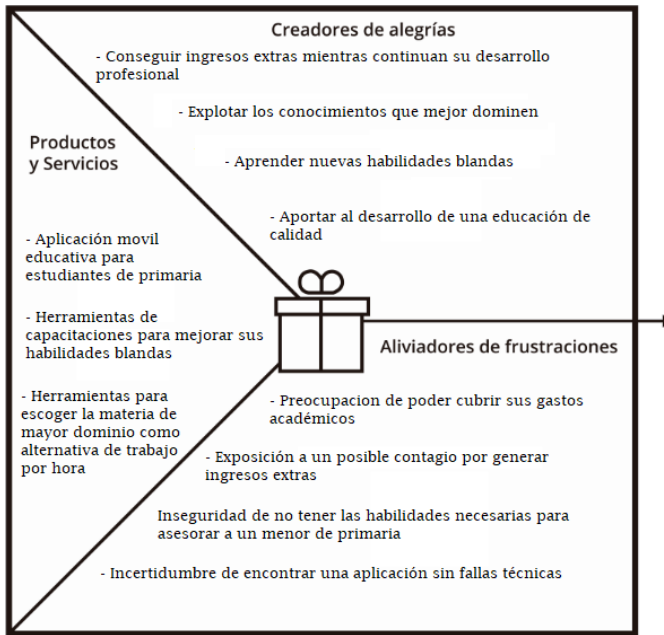
**Trabajo(s) del cliente:**

Como parte de su vida personal ellos intentan asegurar un correcto desarrollo de sus hijos dentro de la sociedad basado en una buena educación. Además de ello, tiene el deber de proteger y cuidar la salud emocional y física de sus menores.

Mapa de valor

**Figura 3.**

*Mapa de Valor de Jóvenes Universitarios*



### **Creadores de alegrías**

Mediante la aplicación se busca crear alegrías a los universitarios al permitirles generar ingresos extras para que puedan sustentar sus gastos académicos. Asimismo, la aplicación les va a permitir explotar sus conocimientos y volverse expertos en la materia que junto con la oportunidad de ganar experiencia enseñando podrá desarrollar habilidades blandas que potencien su vida profesional.

### **Aliviadores de frustraciones**

Con la aplicación buscamos mitigar sus preocupaciones de como cubrir sus gastos académicos ante un contexto de crisis sanitaria donde todos buscan poder subsistir anteel paro económico. Se planea aplacar el miedo que tienen al buscar un trabajo donde tendrán una mayor exposición a un posible contagio.

### **Productos y servicio**

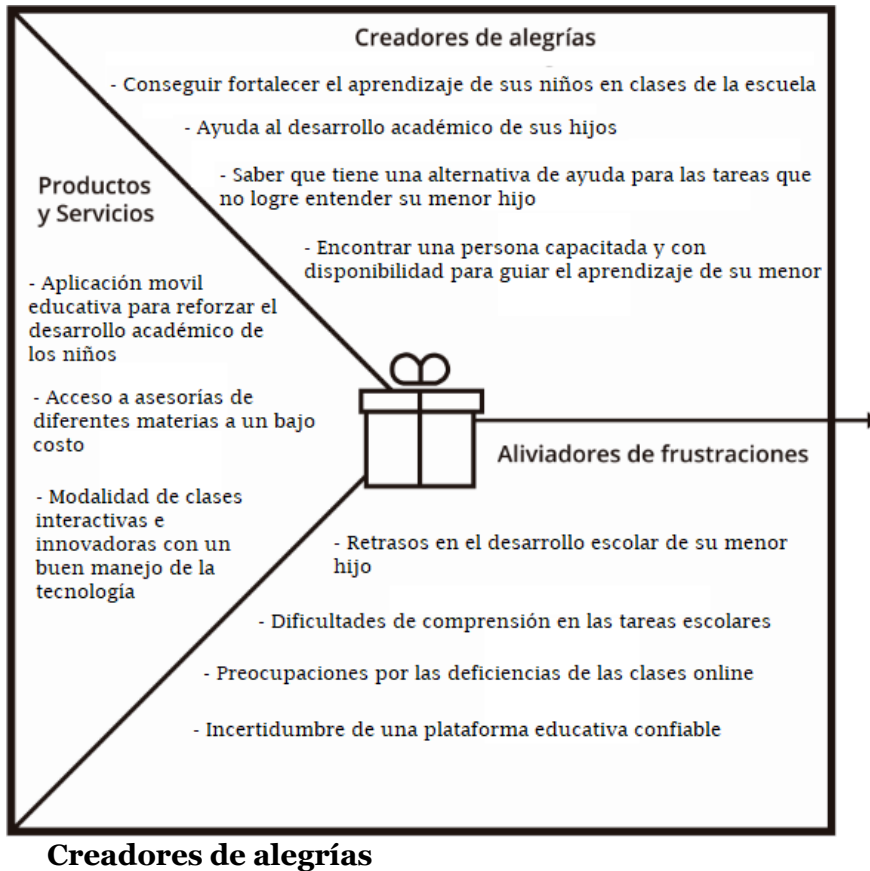
El producto seria la creación de la aplicación donde se busca conectar a los universitarios



con niños de primaria para que puedan reforzar sus aprendizajes y a la vez incentivar una mejor educación en el país. Las actividades implicarían un beneficio monetario para los universitarios.

**Figura 4.**

Mapa de valor de Padres de Familia



Se busca que mediante las asesorías brindadas por los universitarios mediante la aplicación logre reforzar todo lo que aprendió el niño en clase y de esta forma crear alegrías en los padres. Asimismo, se busca ser una alternativa al alcance de los padres ante cualquier problema que impliquen deficiencias en el aprendizaje de su niño.

**Aliviadores de frustraciones**

Se planea mitigar las frustraciones de los apoderados al saber que sus menores hijos tienen dificultades para comprender la clase, ya sea por problemas de conexión o de atención.

Mediante la aplicación se aplacará la incertidumbre de no saber qué hacer cuando los menores tengas dificultades académicas.

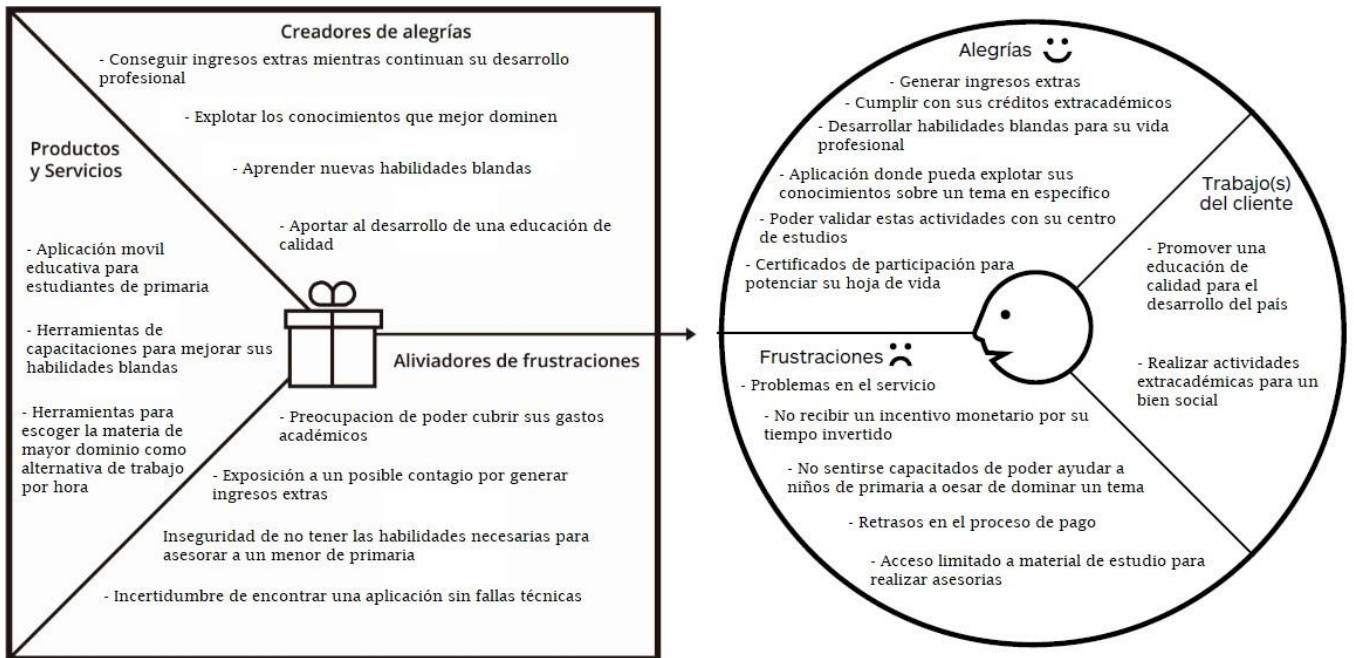
**Productos y servicio**

El producto en cuestión es la aplicación que ofrecerá el servicio de asesorías académicas para que puedan resolver cualquier duda o inquietud sobre alguna materia del colegio.

**Encaje**

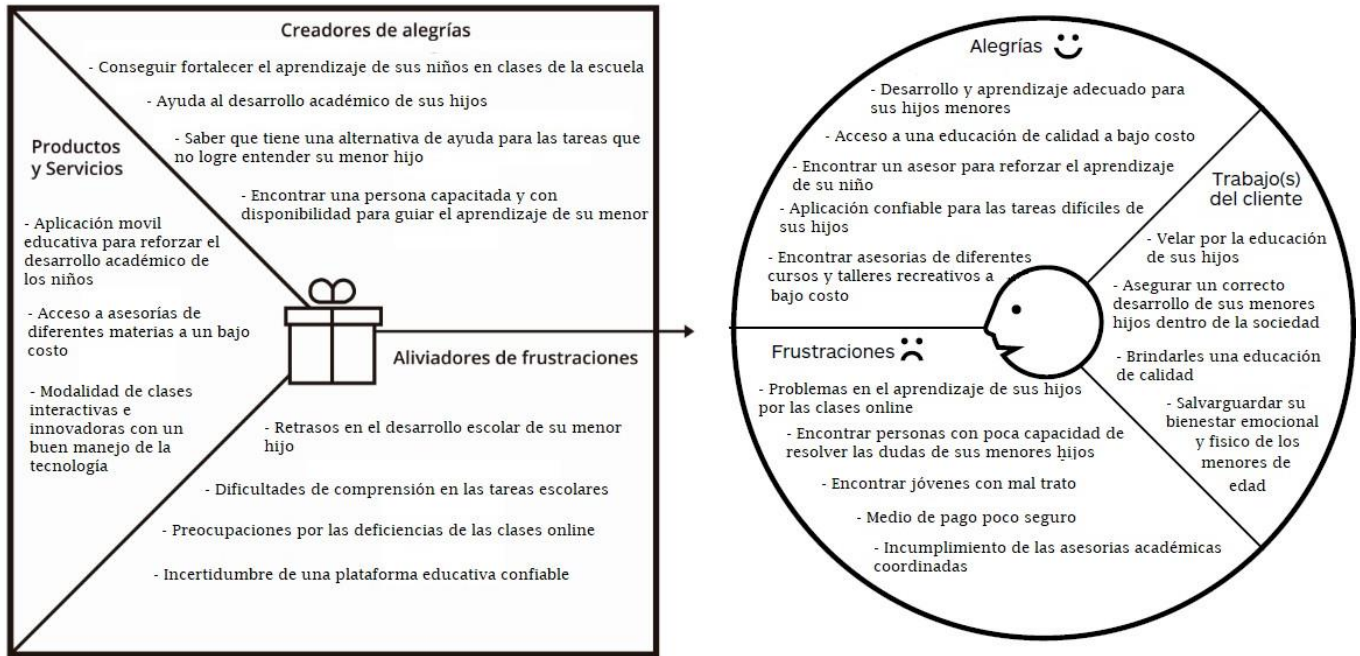
**Figura 5.**

*Encaje para usuarios Jóvenes Universitarios*



**Figura 6.**

*Encaje para usuarios Padres de Familia*



**Tipo de encaje**

El tipo de encaje sería un encaje producto – mercado, ya que acorde a los experimentos se validó la propuesta de valor y se evidencio un gran interés en ambos segmentos de públicos objetivos por la propuesta de valor. Asimismo, al cubrir todas las frustraciones y crear alegrías de ambos segmentos del público objetivo se encontró cierta tracción en el mercado ante un contexto de la virtualidad por la pandemia

### **Descripción de la propuesta de valor**

Nuestra propuesta de valor radica en nuestra labor es decir en lo que la app para hará tanto para universitarios, niños y para los padres de familia. En primer lugar, se busca brindar una ayuda con clases para niños brindada por alumnos universitarios de los últimos ciclos de sus respectivas carreras. Se busca que se brinde una asesoría personalizada que satisfaga la necesidad de los niños y que también ayude a los padres al ver a sus niños recibiendo una ayuda en su formación educativa. Los universitarios al igual son nuestros clientes y se plantea que su experiencia dentro de la app sea de lo más agradable para puedan desempeñarse de la mejor manera y con la confianza que amerita. Esta aplicación está dirigida para niños y sus padres, pero también para los universitarios que cumplirán un rol de tutores en diversos cursos y temas. Nuestro servicio plantea ser una completa al igual que complejo, brindarles a los universitarios una plataforma para que puedan inscribirse y poder brindar clases con la retribución de una ganancia económica por clase. Ellos podrán elegir los temas que deseen brindar tutoría a los niños, al igual que sus tiempos y calendario que será manejado únicamente por ellos. Sabemos lo complicado que resulta el estilo de vida de los universitarios y los tiempos que tienen, por lo que la aplicación no quiere significar una angustia o preocupación para ellos. Tendremos un calendario y agenda para cada universitario donde ellos puedan guardar material, información de sus clases, de futuras clases, y de su monedero digital, al igual que la opción de contactarse con un servicio de atención al tener cualquier duda o problema con la plataforma. Se busca que nuestra plataforma resulte atractiva y sencilla para ellos y que la utilicen de manera recurrente. El compromiso con los universitarios no solo es reducirle los esfuerzos por la organización sino la posibilidad de brindarles materiales generales para cursos que les sirva en sus clases, al igual buscamos contribuir con su desarrollo personal brindándoles capacitaciones, cursos y demás talleres que sean un plus en su currículo. Se busca que su experiencia sea excelente

brindándoles beneficios además de los económicos para su formación profesional. Por otro lado, los niños son el foco para destinar los esfuerzos de las clases. Se busca que los niños mejoren en su aprendizaje de una manera didáctica y mucho más flexible al mando de los universitarios, que refuercen ciertos temas que probablemente no quedaron claros en sus clases del colegio.

Además, al ser clases personalizadas las distracciones y demás obstáculos serán reducidos para bienestar del niño, los universitarios tendrán un espacio para tartar con los niños de calma y confianza. Se busca que los niños vean a la plataforma como una especie de segunda escuela, pero mucho más divertida y no como una obligación sino como una forma de recrearse aprendiendo. Es importante que realmente los niños perciban este valor, es por ello la importancia de brindarle las correctas herramientas a los universitarios. Por último, los padres de familia nuestros clientes serán los que tomen la decisión de comprar las clases, valiéndose de los perfiles de ellos universitarios y los videos de presentación. Nuestra plataforma brindara el compromiso de seguridad y confianza que los padres necesitan y requieren. Brindarles el beneficio de ahorrarles el tiempo de explicar nuevamente las clases por ellos, sino que lo realice un universitario con conocimiento en la materia, además de brindarles tranquilidad y satisfacción

**Identificación de elementos diferenciales**

**Tabla 30**

*Análisis de la Oferta Existente*

Propiedades	Mi segunda escuela	tusclases	tandem	superprof	classgap
Clases online	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Clase de prueba gratis	Sí	Sí	No	Sí	Sí
Horarios flexibles	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Clase presencial	No	Sí	No	No	Sí

Propiedades	Mi segunda escuela	Tusclases	Tandem	Superprof	Classgap
Devolución de dinero por satisfacción	Sí	Sí	No	No	Sí
Calificación de profesores	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Foro	Sí	Sí	No	Sí	Sí
Clases personalizadas	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Comunidad de alumnos	Sí	Sí	No	No	No
Promociones	Sí	No	Sí	Sí	No

### Competencia directa

Tusclases: Esta empresa compite directamente con Mi Segunda Escuela debido a que cumple con la misma razón de ser y funcionalidad, dar clases particulares de forma remota y presencial en el Perú. Está posicionada en el rubro educativo desde el año 2007 que se fundó y luego a expandirse en más de 5 países del mundo los cuales son Argentina, Chile, Colombia, España, Francia, Italia, México y Perú. Cuenta con variedad de cursos; como idiomas, informática y tecnología, ciencias, música arte y deportes, economía y empresa y humanidades; a dictar con más de 900 000 profesores del mundo a disposición del alumno, acomodándose a sus necesidades y tiempos, ya que son clases personalizadas. Además, en su sitio web cuenta con un apartado de preguntas y respuestas, como también blogs donde suben contenido relacionado a la educación y actualidad.

Tandem: Es un sitio web donde su principal atractivo es aprender diferentes idiomas con

millones de personas a lo largo del mundo en tiempo real, cumplen con la función de unir a las partes interesadas. Esta plataforma nació el 2015 por 3 amigos que tuvieron la idea de poder conectar el mundo por medio de idiomas donde los usuarios se vean beneficiados. El valor diferencial que brinda al usuario es poder conectarte con sus más de 10 millones de usuarios verificados con la finalidad de aprender el idioma que desean usando las diferentes herramientas de chat, audio y texto que posee integrado esta app o sitio web. Tanto fue su éxito que recibió el reconocimiento como unas de las mejores aplicaciones del 2015 por Apple y de igual forma en el 2017 por Google Play.

Superprof: Plataforma web, desarrollada en agosto de 2013, donde se enfoca en dictar clases de todo tipo dando la oportunidad a cualquier persona de ser un profesor en lo que más domine. Las materias pueden ser deportes, idiomas, matemáticas, economía, psicología, entre otras, de las cuales destaca que se pueden descubrir en su plataforma hasta 1001 materias. Tiene más de 16 millones de profesores que brindan estas clases ya sean de forma presencial u online. Está presente en 5 continentes del mundo y en 37 países. Sobresale su apartado de reseñas de las clases entre su comunidad, dándole la credibilidad y confianza al negocio para poder llegar a más personas. El equipo de soporte ayudará siempre al usuario a buscar al profesor ideal en caso esta persona no tenga respuesta alguna con un tutor. Asimismo, da la posibilidad de separar las clases desde el servicio integrado de mensajería.

Classgap: Esta iniciativa de negocio nace el 2007 como “tusclases”, pero en el 2015 cambia a llamarse “classgap” separándose de su antiguo nombre comercial, pero manteniendo la misma dirección junto con tusclases. El equipo dedicado al usuario final busca construir aquel nexo entre alumnos y profesores sin tener limitaciones físicas como la ubicación de residencia. En esta plataforma, se puede lograr cualquier persona con la finalidad de dar clases o atender a las que se requiera. Su enfoque de brindar clases específicamente virtuales lo diferencia de su hermano “tusclases” en el rubro. Estas asesorías que se brindan son personalizadas y se

adaptará de la mejor forma según convenga el estudiante. Igualmente, poseen un aula virtual donde se podrán llevar a cabo todo tipo de actividades como videollamadas, editor de documentos online y pizarra para hacer anotaciones, entre otros. Resaltan que el usuario quedará satisfecho al 100% en su primera clase, en caso no queda satisfecho, se procede a devolver el dinero y se ayuda a encontrar otro profesor.

### **Competencia indirecta**

Por un Perú mejor (@porunperumejorvol): Esta ONG surge en pleno desarrollo de pandemia, buscando dar una solución a la educación de calidad en los niños y jóvenes golpeados por la escasa educación que tiene el Perú. Resaltan el aprendizaje mutuo porque “todos se ponen la camiseta por la educación” y nunca se deja de aprender. Por un Perú Mejor es una ONG conformada por más de 200 jóvenes y profesionales con ganas de enseñar y ayudar durante la coyuntura del COVID – 19. Brindan asesorías personalizadas de forma gratuita a niños de colegios privados o estatales con la finalidad de afianzar su conocimiento por medio de la resolución de tareas, ayudar a repasar clases y preparación de exámenes. Ofrecen refuerzo en las diferentes materias del colegio como matemática, inglés, personal social, arte, entre otros.

ONG Despega (@despega\_ong): Esta ONG nace el 19 de septiembre de 2019 con el propósito de transformar la educación de cientos de niños en el Perú contribuyendo con su formación de calidad e integral. Además, se busca empoderar a los alumnos con los conocimientos y herramientas necesarias para su desarrollo óptimo en aquella etapa escolar. Logran aquel objetivo gracias a sus Embajadores que son profesionales y estudiantes de educación superior que quieren formar parte de la organización, de igual forma sus Voluntarios es un grupo de personas que los ayuda a llevar a cabo de manera exitosa los proyectos que tienen durante el año. Realizan diferentes posts informativos sobre cómo desarrollar habilidades blandas, consejos de economía circular, desarrollo sostenible, entre otros.

¡Clases Virtuales para Niños! ([@clasesvirtuales.2020](#)): Esta pequeña empresa tiene sus



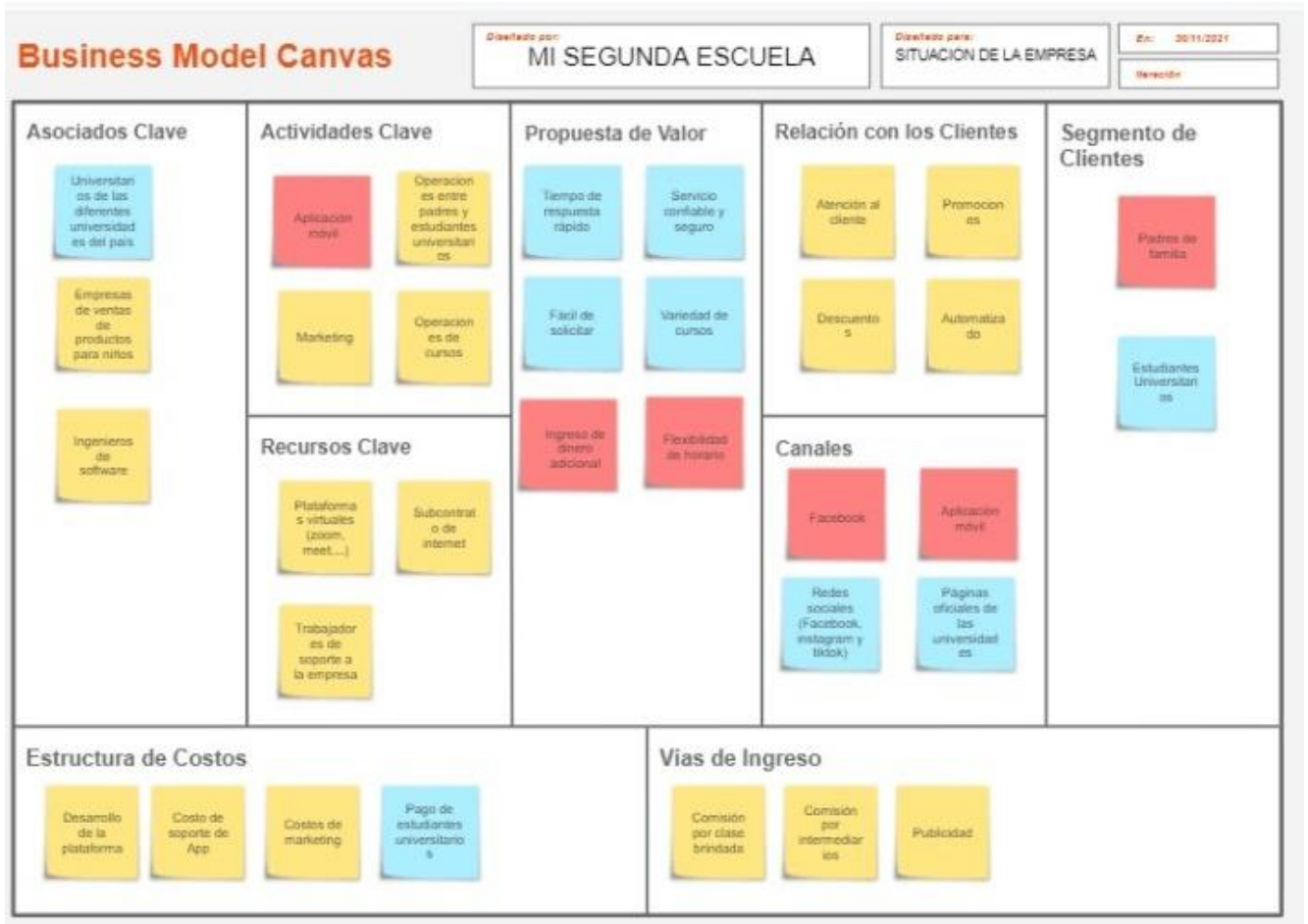
inicios en agosto de 2020 con un post informativo donde menciona a qué se dedica la firma. Brindan refuerzos sobre los temas vistos en clases a niños de 6 a 9 años como también talleres de manualidades, inglés, minichef. Surge principalmente para ayudar a los pequeños a poder desarrollar sus habilidades fuera de clases estando en casa. A su vez, se muestran como una alternativa para los padres ocupados por el trabajo llegando como solución y brindando nuevas experiencias de aprendizaje para los niños. Además, poseen un sitio web donde se pueden registrar los padres para que vean las diferentes materias, cursos o talleres que se dictan en aquel momento.

**Business Model Canvas**

**BMC**

**Figura 7.**

*Figura Business Model Canvas*



**Desarrollo y sustento de cuadrantes**

**Segmentos de clientes:**

En este cuadrante se está suponiendo que tanto los padres de familia y los universitarios son los clientes que utilizarán la propuesta de valor (App). Por lo tanto, los supuestos serían:

-Los padres de familia utilizarán la aplicación para solicitar un curso educativos para sus hijos.

-Los estudiantes utilizarán la aplicación para obtener una ganancia económica.

Donde se ha investigado los diferentes segmentos. Evaluando la actual situación, donde todos los centros educativos han cambiado su aprendizaje vía online. Si bien al principio fue un poco complicado el cambio de presencial a online. Ahora los niños ya saben el uso completamente de la plataforma online. Es por ello por lo que nos dirigimos a todos los niños, los cuales tengan como iniciativa aprender y es por ello por lo que no descartamos a ningún niño peruano. Teniendo en cuenta ello, según el INEI 3'005,562 son niños que tienen entre 0 a cinco años, 3'179,931 son niños entre 6 a 11 años, 3'018,836 tienen de 12 a 17 años, los cuales vendrían a ser adolescentes. Donde nos enfocaremos en niños de nivel primario, así tomando 3'179,931 son niños peruanos entre 6 a 11 años. La finalidad es llegar a los niños, pero los niños no son los que pagan y menos toman la decisión del curso a llevar, en la edad de 6 a 11 años los padres son los que toman el rol de apoderado en su educación. Por ello, son los más interesados en que su niño sea capaz de aprender y seguir el paso en la escuela. Cada vez el mundo es más competitivo y eso lo saben los padres. De esa manera buscan los mejores profesores, cursos y clases para que sus hijos se desempeñen mejor en un futuro. Tercer segmento: Los clientes serían los padres y niños. Por un lado, los niños, porque son los que hacen uso de la plataforma. Por otro lado, los padres, puesto que son los decisores y los que generan el pago del curso. El otro segmento son los estudiantes universitarios, los cuales los que van a dictar los cursos y van a recibir una retribución económica por ello.

### **Propuesta de valor:**

Se supone que los padres de familia requieren de un tiempo de respuesta rápido, donde el servicio sea confiable y seguro. Además, les sea fácil de solicitar y que tenga gran variedad de cursos a elegir. Por lo tanto, el supuesto sería:

-Los padres de familia están interesados en utilizar una App de cursos para sus hijos que estén en primaria que tenga un tiempo de respuesta rápido.

-Los padres de familia están interesados en que el servicio que se les ofrezca sea confiable y seguro para sus hijos.

-Los padres de familia desean que la App presente cursos fáciles de solicitar.

-Los padres de familia esperan que la App tenga una gran variedad de cursos para sus hijos.

-Del mismo modo se supone que los estudiantes universitarios querrán obtener un ingreso adicional y flexibilidad de horarios.

-Los estudiantes universitarios estarán interesados en obtener un ingreso adicional al utilizar la aplicación.

-Los estudiantes universitarios estarán interesados en tener alumnos en los horarios que ellos puedan manejar, de esta forma tendrán flexibilidad con sus horarios.

Acercaremos la educación a más niños, para que estos puedan conocer nuevos temas. Además, proporcionamos herramientas para que sus sueños se hagan realidad, esto a base de información y cursos que los orienten mejor su vida. Asimismo, el problema que ayudamos a solucionar es la falta de información sobre algunos temas de aprendizaje. Cabe mencionar que uno de los problemas que tienen los padres cuando contratan un maestro particular es la confianza de que su menor este en buenas manos y no le pase nada. Sin embargo, con nuestra modalidad de trabajo el alumno puede estar en su casa sin la necesidad de exponerse, de igual forma los profesores son universitarios calificados para realizar esta labor.

Respecto a las necesidades que satisfacemos en base a los segmentos de mercado. Tenemos que, para el segmento de niños, es obtener instrumentos esenciales sobre temas específicos, que ayuden a disipar dudas y a generar mayores ganas de aprendizaje. Respecto del segmento de padres, ofrecemos, confianza, buena metodología de enseñanza, precios accesibles y accesibilidad a las clases de forma rápida. Respecto al segmento de estudiantes ofrecemos un trabajo que se adecue a sus horarios de clase en la universidad y de esta manera puedan generar un

ingreso extra. Consideramos que lo que hacemos diferente del resto es apoyo en la educación a niños y a la vez logramos que los universitarios puedan dictar clases para ganar un dinero que en un futuro los ayudará. Asimismo, brindamos asesorías para que los niños forjen su futuro en base a sus sueños y no que en un futuro elijan una carrera solo por el momento. Además, se ofrecerá un servicio Plus, el cual ofrece una entrevista con diferentes profesionales (estudiantes que se caractericen como tal). Con la finalidad de brindarle una mayor información de esa carrera, ya que muchos niños sueñan con ser un astronauta, médico, abogado, etc. Pero luego al no saber y no tener información al crecer buscan una opción para ganar dinero que seguir sus sueños. Buscamos darles impulso a seguir sus sueños.

### **Canales:**

Consideramos como canales a las redes sociales, folletos en escuelas, folletos en supermercados, páginas de universidades, boca a boca y play store. Sustento, las redes sociales actualmente son uno de los canales más rápidos, más usados por todo el mundo y sobre todo no requiere de mucha inversión. Inclusive la misma red social puede clasificar a nuestro público objetivo para llegar automáticamente. Respecto a los folletos de la escuela, consideramos que los maestros nos pueden ayudar a explicar mejor a los niños, ya que los maestros son de suma confianza para que un niño pueda tener una mayor relación en sus clases. Respecto a folletos en supermercados, consideramos que el público objetivo en este canal son los padres, donde todo padre que requiera de abastecimiento de alimentos o alguna compra pueda llegar a conocernos y saber quiénes somos mediante un folleto. En base a las páginas de las universidades, consideramos utilizar este canal para atraer a uno de nuestros segmentos el cuales los universitarios. Esta es una buena forma de darnos a conocer y específicamente poder atraer a nuestro segmento de universitarios. Luego tenemos el boca a boca, tan solo una palabrapuede lograr cambiar el rumbo a beneficio o a favor, este canal es para atraer a nuevos clientes. Sin embargo, no hay que dejar de lado que si el boca a boca es negativo afectará más que el que es

positivo. Finalmente, nuestro último canal es Play Store, debido a que este proyecto basa en la realización de la aplicación, el medio donde nos posicionaremos primero será Play Store, de esta forma lograr descargas del aplicativo.

### **Relaciones con clientes:**

Actualmente los clientes se inclinan más por la empresa que le ofrezca una buena experiencia, a la vez que le proporcione valor, cercanía y personalización. Es por ello por lo que para tener relación con clientes consideramos como primer punto la atención del cliente, donde Jesús Andrés Corrales escritor del blog “Rockcontent”, menciona que aumenta la posibilidad de Upsell y Cross-sell, es decir, aumentará las ventas adicionales y cruzadas.

### **Fuentes de ingreso:**

Ingresos por publicidad: La aplicación puede mostrar anuncios o publicidad referente de la empresa o de terceros para lo cual, lo más conveniente sería llegar a acuerdos con anunciantes específicos del mismo rubro estudiantil. Normalmente es un método de ingreso bastante habitual en internet para servicios gratuitos, pero hablamos de una aplicación de objetivo estudiantil y de actividades escolares, por lo cual, aunque sea un método de ingreso en aplicativos gratuitos, sería rentable y un ingreso indirecto el incluir también la monetización de publicidad para aplicaciones de pago.

### **Recursos claves:**

Para esta aplicación es imprescindible las plataformas virtuales, ya que es el medio por el cual se tendrá contacto entre el niño y estudiante universitario, para la realización del curso. Ello se pretende realizar mediante Zoom, Meet y otras plataformas mencionadas por estudiantes universitarios que suelen usar. Así como los niños que ya se adaptaron a la utilización de una de las plataformas para sus clases regulares.

También consideramos como recurso clave el subcontrato de internet, ya que, para ver

los horarios, cursos, poner en práctica el marketing a desarrollar en la empresa se requiere de internet. Otro recurso clave son los trabajadores, con ellos nos referimos a personal administrativo, no administrativo y personal tercerizado. donde sin ellos y el trabajo que realizan la App fracasaría.

También contamos con los recursos claves económicos para la publicidad y la creación de la App. donde las empresas externas, pero con el mismo público objetivo direccionan sus publicidades mediante la App, con ello obtenemos recursos económicos para mejorar la App.

### **Actividades claves:**

Investigación de cursos: Las materias seleccionadas dentro del rango de edad entre 6 a 11 años, se suelen presentar de forma progresiva permitiendo que las transiciones de los estudiantes de un nivel al otro sean realizadas de forma articulada. Para ello, se realizará un análisis de los cursos competentes que formen parte de la Educación Básica Escolar, con la intención de no segregar conocimientos fundamentales presentados en los 6 grados de educación primaria.

### **Socios claves:**

Las universidades: Por un lado, los proveedores y el medio para llegar a los estudiantes universitarios. Por otro lado, los consideramos socios claves debido a que pretendemos hablar con las universidades para la realización de un convenio mediante el otorgamiento de créditos extraacadémicos a cambio de que se dicten un determinado número de horas.

Empresas dedicadas al aprendizaje de niños. Los consideramos recursos claves porque se van a necesitar libros, materiales e información para educar a estos niños. Si bien los que dictan los cursos son estudiantes universitarios, deben basarse en un libro o autor para desarrollar su enseñanza. Es por ello por lo que ellos son cruciales para desarrollar las clases. Asimismo, también se puede ofrecer publicidad o un espacio pagado para que puedan aumentar sus ventas

y a la par nos genere un ingreso.

### **Estructura de costos:**

El desarrollo de la plataforma nos genera gastos previos a la acción de venta de la empresa. Donde se realiza una evaluación del diseño de la App, así como el pago a profesionales para el diseño. Este gasto es variable, puesto que en un futuro para lograr mejoras en la App se volvería a realizar.

Gastos por planilla: Donde solo se ocupa con el pago al personal administrativo, ya que no se cuenta con trabajadores que trabajen con un contrato mensual, los “trabajadores” para realizar el funcionamiento de la App son los estudiantes, y la forma de pago que ellos manejan es un pago por la clase dictada que dura una hora.

Costos de marketing: Donde este es un gasto fijo, el equipo de marketing va a realizar mensualmente campañas para atraer a más padres. Ello incluye y abarca todos los medios mencionados en los “Canales”.

Pagos de tercerización del personal: Ellos son los ingenieros que dan soporte al aplicativo y solucionan cualquier emergencia que pueda suscitar el aplicativo, éste es un gasto variable, puesto que depende del trabajo que desempeñe y las llamadas de trabajo que se realizaron.

Pagos a los estudiantes universitarios: Nuestro motor y los llamados “trabajadores” de las empresas. La empresa debe pagar por el servicio que realicen.

Costos de soporte de la App: Mensualmente se paga a un trabajador para que mantenga en óptimas condiciones la App, así como evitar Hackear por otras empresas o vulnerar la seguridad y confianza que brinda la empresa. Este gasto es fijo, debido a que más que una persona recurrente, es el encargado de que la App funcione.



## **Validación de la Solución**

### **Experimento I**

#### ***Objetivo***

El objetivo del experimento es validar la propuesta para el público objetivo de padres de familia y observar el interés preestablecido en el segmento.

Hipótesis: Los padres de familia están interesados en usar la aplicación para reforzar la educación de sus hijos ante el aumento de la brecha educativa por el cambio de las clases virtuales y los problemas que implican su desarrollo

#### ***Diseño y desarrollo***

Fecha de elaboración: martes 14 al miércoles 22 de Setiembre

Duración: 8 días

Experimento: Formularios digitales

Métricas: Cantidad de padres que solicitarían alguna clase de reforzamiento

Criterios de éxito: Más del 50% de la muestra está interesado en inscribir a su hijo en alguna clase de reforzamiento.

### **Tabla 31**

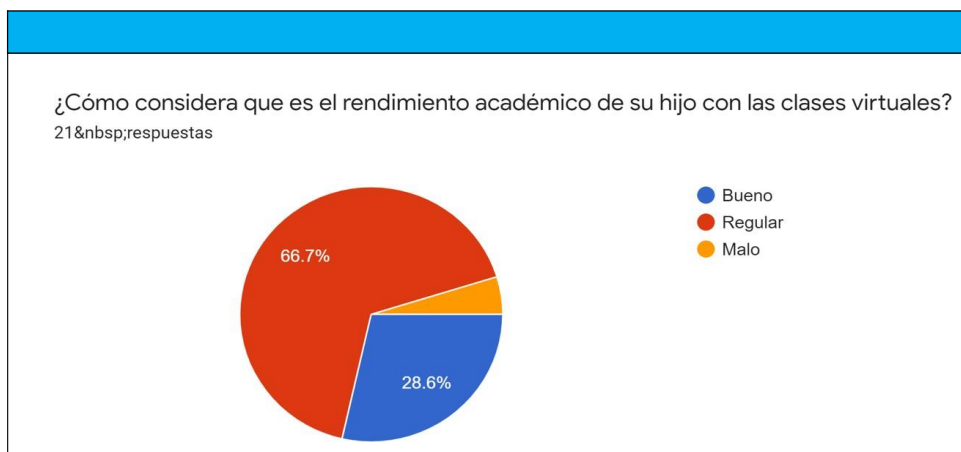
*Bitácora de Actividades*

Actividad	Tarea	Resultado
Formularios digitales	Diseño y desarrollo de lagúa de preguntas	Se desarrolló 10 preguntas con dos preguntas filtro para una mejor segmentación
	Creación del formulario digital	Se realizó el diseño en la aplicación Google Formularios con preguntas de opción múltiple
	Elegir segmento objetivo	Padres de familia que tengan un niño en primaria
	Compartir el formulario	Se compartió el formulario entre nuestras redes de contacto.
	Recolección de datos	Se analiza la métrica deseada para validar la hipótesis.

**Resultados**

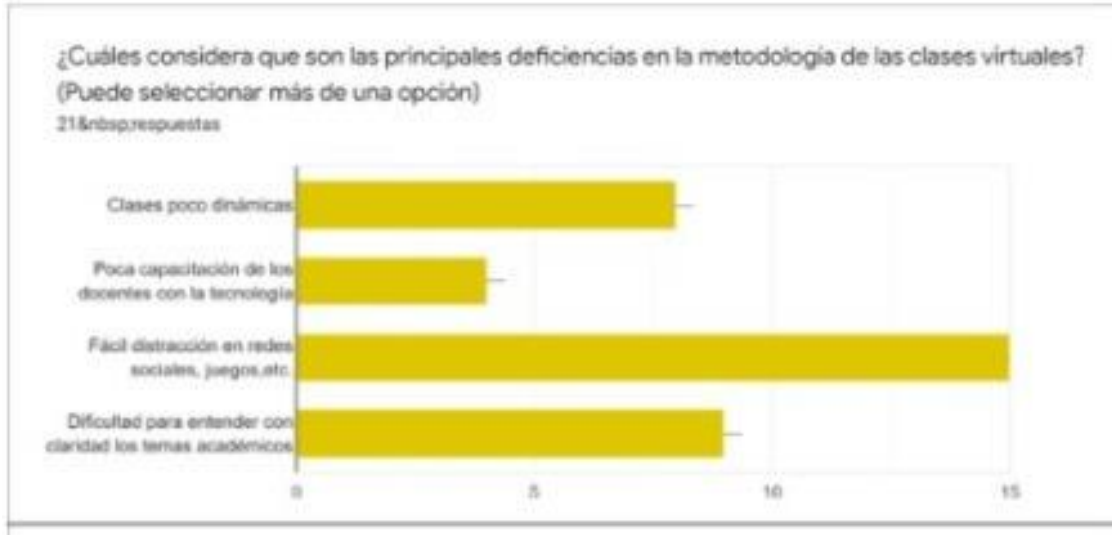
**Figura 8.**

*Gráfico RES - Sobre Rendimiento Académico*



**Figura 9.**

*Gráfico RES – Principales Deficiencias de Clases Virtuales*



**Figura 10.**

*Gráfico RES – Interés para Inscripciones*



**Figura 11.**

*Gráfico RES – Temas de reforzamiento académico*

¿En qué temas le gustaría que sus hijos tuvieran un reforzamiento académico? (Puede seleccionar más de una opción)

21&nbsp;respuestas

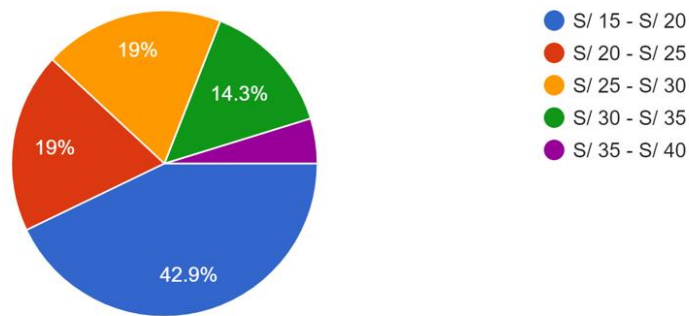


**Figura 12.**

*Gráfico RES – Disponibilidad de pago*

¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por hora para que sus hijos tengan tutorías personalizadas?

21&nbsp;respuestas

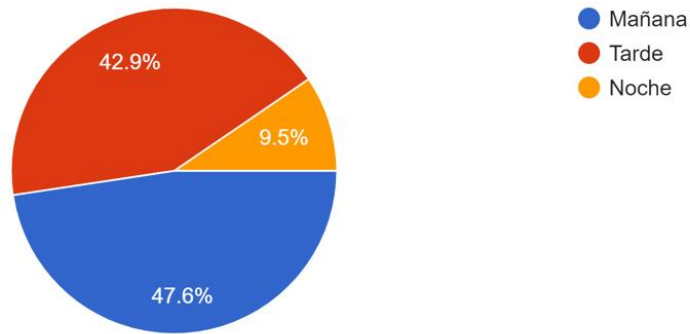


**Figura 13.**

*Gráfico RES – Horarios para la asesoría*

¿Qué horario creería conveniente llevar a cabo este tipo de asesorías académicas?

21 respuestas

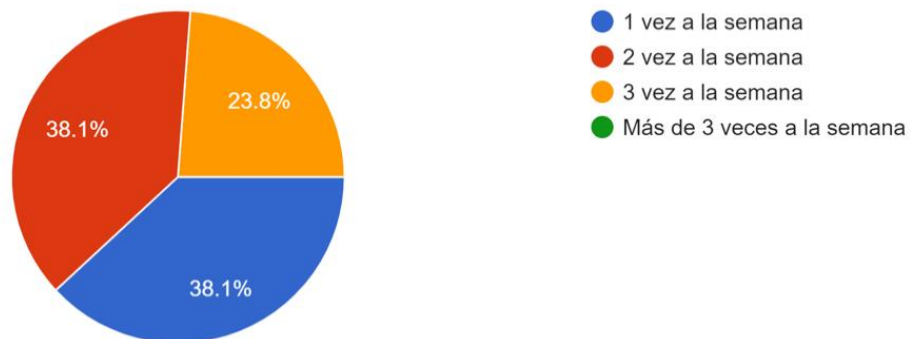


**Figura 14.**

*Gráfico RES – Frecuencia de uso semanal del servicio*

¿Con qué frecuencia a la semana inscribiría a su hijo en asesorías académicas personalizadas?

21 respuestas



### ***Análisis***

-El formulario digital tuvo un alcance de 25 personas durante los días de vigencia.

-Se logro conectar con el público objetivo de padres de familia siendo más del 70% de las personas que respondieron la encuesta, lo cual nos permitió tener resultados más acercados a la realidad.

-El 66.7% del total de la muestra considera que el rendimiento de sus hijos con las clases virtuales es "Regular", por lo que nos indicaría la oportunidad de resolver el problema con la solución planteada en el trabajo.

-Del total de personas encuestadas, se presentaron 12 personas que afirman estar interesados en inscribir a sus hijos a las asesorías de reforzamiento, por lo que se alcanza una métrica de más del 50% de personas afirman su interés.

-El 71.4% de las personas encuestadas considera que el principal problema de la metodología de clases virtuales es la fácil distracción del niño, lo cual implicaría un trabajo arduo del docente para captar la atención del niño con la clase.

-Las materias o cursos que son más demandados entre los encuestados son matemáticas, razonamiento verbal y matemático, ambos con 10 votos, y habilidades blandas con 9.

-Respecto al interés en el precio que estarían dispuesto a pagar se obtuvo que la gran mayoría (42.9%) pagarían entre S/ 15 - S/ 20 por hora, lo cual estaría relacionado al trabajo con universitarios que siempre tendrán experiencia adecuada enseñando a niños.

### ***Aprendizajes***

Se evidencia que los usuarios reconocen la existencia de los problemas que implica la metodología virtual, lo cual genera el contexto adecuado para abordar el problema con la aplicación planteada.

La muestra fue muy pequeña para poder obtener conclusiones certeras e identificar ciertos patrones en los usuarios.

El precio del servicio de la aplicación está relacionado al nivel de experiencia que tengan los universitarios enseñando, es decir a mayor experiencia del asesor los padres estarían dispuestos a pagar más.

Otro de los aprendizajes es la opción de incluir el enlace del prototipo o la presentación de este en el formulario para captar con más detalle la opinión de los padres de familia.

Se determino que los resultados arrojaron una frecuencia de uso muy baja siendo de 1 a 2 veces por semana, lo cual podría perjudicar el tráfico en la aplicación. Por ello, se debe considerar algunos incentivos como descuentos, promociones, o paquetes de clases mensuales con un menor precio.

**Sustentación de la validación**

**Tabla 32**

*Formulario digital*

	Preguntas	Respuestas
Enlaces	<a href="https://forms.gle/rPoqfQaRoTbMRz336">https://forms.gle/rPoqfQaRoTbMRz336</a>	<a href="https://docs.google.com/forms/d/1YMWoOFTqhOoKh4FRRsvk8qKb aLzhbiXJsrPwiQq3A/edit?usp=sharing">https://docs.google.com/forms/d/1YMWoOFTqhOoKh4FRRsvk8qKb aLzhbiXJsrPwiQq3A/edit?usp=sharing</a>

## **Experimento II**

### ***Objetivo***

El objetivo del experimento es identificar la opinión y perspectivas para el público objetivo de los universitarios interesados en generar ingresos extras dando asesorías a niños de primaria.

Hipótesis: Los universitarios perciben a la aplicación fácil de usar e interactiva, siendo muy útil y accesible para el problema que se espera resolver

### ***Diseño y desarrollo***

Fecha de elaboración: jueves 16 al martes 21 de Setiembre

Duración: 6 días

Experimento: Presentación individual del prototipo

Métricas: Comentarios e interacción de los usuarios

Criterios de éxito: Cumplir con las 7 facetas de la experiencia del usuario

Diseño y guía de entrevista:

#### Introducción

Buenas noches, mi nombre es ( ) soy parte del proyecto mi segunda escuela el cual se está realizando la siguiente entrevista con la finalidad de obtener información útil para continuación del proyecto se le realizaran una serie de preguntas y se agradece que responder con sinceridad

#### Desarrollo:

¿Cuál es tu primera impresión acerca de la aplicación? ¿Qué te parece?

¿Qué tan fácil te fue encontrar la información para entender la aplicación?



¿Qué problema crees que solucionaría?

Si tuvieras que destacar algún aspecto de la aplicación, ¿qué sería?

¿Qué le cambiarías o mejorarías?

¿Con que frecuencia lo usarías?

Cierre

Con ello se concluye la entrevista, solo queda agradecer su tiempo

Bitácora de actividades

Actividad	Tarea	Resultado
Presentación individual del prototipo	Desarrollo del prototipo	Se diseñó el prototipo para el segmento de usuarios universitarios en busca de ingresos extras
	Búsqueda de usuarios	Mediante referencia de amigos y familiares se encontró a los usuarios para la entrevista.
	Determinar fecha de entrevistas	Se determinaron las fechas para el desarrollo de entrevistas.
	Llevar a cabo las entrevistas presentando el prototipo desarrollado	Se presenta el prototipo realizado al segmento mencionado.
	Obtener información	Se recolectan respuestas de las preguntas realizadas
	Averiguar acerca de las preguntas	Análisis de respuestas según las respuestas brindadas.

**Análisis**

Malla Receptora

**Tabla 33**

*Malla Receptora – Experimento II*

Cosas Interesantes	Críticas constructivas
<p>Diseño sencillo y fácil de entender por el usuario.</p> <p>Opción de contar con perfiles de universitarios gustó a los usuarios.</p> <p>El horario resultó útil para los usuarios.</p> <p>La interfaz es muy intuitiva y puede ser utilizada bajo deducción.</p> <p>La información es clara, no genera confusiones al interactuar dentro de la aplicación.</p>	<p>Mejorar los colores, más vivos y alegres para los niños.</p> <p>La aplicación es buena, pero usuarios pensaron que se parecía mucho a Facebook.</p> <p>Modificar la opción del asesor para aceptar una solicitud de asesoría ya que difiere de la interfaz para los niños.</p> <p>Se debería agregar más funciones de conexión para un registro rápido</p>
Preguntas nuevas	Nuevas Ideas de negocio
<p>¿Sería un negocio sostenible en un contexto de retorno de las clases presenciales?</p> <p>¿Como se podría mejorar el alcance y llegar a niños en zonas rurales?</p> <p>¿Qué tan viable sería aumentar el alcance del público objetivo y dirigirse a un grado académico de secundaria?</p> <p>¿Cómo podemos utilizar la inteligencia de color para la paleta visual?</p> <p>¿Cómo se podría establecer un lazo de confianza con los padres para que inscriban a sus hijos en la aplicación?</p>	<p>En el perfil del asesor se podría agregar una opción para que puedan colocar la universidad de procedencia y orden de mérito para generar más confianza</p> <p>Implementar un registro automático con el código universitario en alianzas con las casas de estudio.</p> <p>Crear un apartado de cursos de capacitación pedagógico para los asesores y puedan tener una mayor experiencia de respaldo</p> <p>Crear una aplicación para cada uno de los modos de uso, asesor y estudiante.</p> <p>Agregar un apartado para que el estudiante asocie su cuenta bancaria y realice el cobro de su dinero.</p>

### ***Aprendizajes***

Durante la entrevista, los usuarios pudieron navegar de manera rápida, sencilla y fluida por la app de modo que no se perdió en ningún momento y tuvo una experiencia agradable.

De igual manera se resalta que la información de la app es clara y concisa por lo que en la primera explicación que realizó el miembro del grupo se absolvió todas las dudas posibles.

La implementación de diferentes tipos de perfiles agradó a los entrevistados haciendo que estos se sintieran conforme con la app. Además, se hizo hincapié en el apartado de los horarios ya que es una opción novedosa y de acorde a las diferentes necesidades de los usuarios.

### ***Sustentación de la validación***

**Tabla 34**

*Sustentación – Experimento II*

Nombre del entrevistado	Enlace
Claudia Sánchez	<a href="https://youtu.be/pjoloBowjx8">https://youtu.be/pjoloBowjx8</a>
Diego Escudero	<a href="https://youtu.be/vFNgrdtvBe8">https://youtu.be/vFNgrdtvBe8</a>
Gonzalo Peralta	<a href="https://youtu.be/_yhrHHBHZQA">https://youtu.be/_yhrHHBHZQA</a>
Daniel Cabellos	<a href="https://youtu.be/LlgZMtGm1Ts">https://youtu.be/LlgZMtGm1Ts</a>
Kenny Enobi	<a href="#">entrevista a usuario 1- Kenny</a>
Gonzalo Howard	<a href="https://youtu.be/gB3Xu1wNzUU">https://youtu.be/gB3Xu1wNzUU</a>
Kevin Peña	<a href="https://youtu.be/M2rWrRt8zQw">https://youtu.be/M2rWrRt8zQw</a>
Iyari Muñoz	<a href="https://youtu.be/Mb6Sy9vzWew">https://youtu.be/Mb6Sy9vzWew</a>

---

## **Validación del Modelo de Negocio**

### **Experimento I**

#### **Objetivo:**

Validar los segmentos del BMC (Socios claves, actividades claves, estructura de costo, recursos claves)

Supuesto: Contratar a un ingeniero de sistemas para que diseñar la aplicación que pueda unir a los universitarios con los escolares y analizar su viabilidad.

Método de captación: 1 experto por experimento realizado

#### ***Diseño y desarrollo***

Descripción del experimento: Para la elaboración de este experimento se desarrolló una guía de preguntas las cuales nos ayudarán a ver cuáles son los costos y la viabilidad de llevar a cabo una aplicación que conecte a estudiantes universitarios con escolares para el reforzamiento de la clase. Se realizaron dos prototipos el primero cumple con el objetivo de los padres de los niños puedan encontrar el profesor adecuado para su niño y el segundo prototipo se encarga que el universitario se pueda inscribir para brindar las clases.

#### Introducción:

Hola, mi nombre es y primero agradecer su tiempo el Objetivo de esta investigación es conocer más acerca de nuestro. Cabe recalcar que la información de esta entrevista es para uso netamente educativo.

Guía de preguntas:

¿Será viable la creación de un aplicativo móvil o será mejor la creación de una plataforma web?

¿Cuál será el costo de tener una interfaz de este tipo?

¿Cómo se realizan las actualizaciones y cuál es el costo?

¿Cuánto tiempo toma la creación de un aplicativo como este?

¿Qué tipo de software necesito implementar en la pasarela de pagos?

¿Qué tan pesada puede ser la aplicación para un celular móvil?

¿Será necesario la implementación de notificaciones? ¿Cuál será el costo de implementar ello?

¿La interfaz de nuestro mock up es sencillo o complicado?

Cierre

Con ello se concluye la entrevista, solo queda agradecer su tiempo

**Tabla 35**

*Bitácora de actividades del experimento I*

Actividad	Tarea	Resultado
Análisis de la contratación de un ingeniero de sistemas para creación de la app e identificar su viabilidad	Desarrollo del MVP (Minimally Viable Product)	Creación de MVP a través de un aplicativo móvil
	Encontrar al experto adecuado	Se encontró mediante la ayuda de familiares de amigos
	Creación de la guía de preguntas	Se realizó la guía exploratoria para el experto
	Coordinación del día de la entrevista con el experto	Coordinación de la cita por WhatsApp
	Recopilar la información	Se realizó una entrevista vía Zoom al experto mostrando el primer prototipo
	Analizar la información	Se realizó un análisis de la bitácora para el experimento
	Creación de las preguntas para el siguiente experimento	A partir de ello se formarán cuestionarios para la siguiente entrevista

**Resultado**

**Tabla 36**

*Resumen de entrevista I – Experimento I*

Perfil del Entrevistado	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Cristopher</p> <p><b>Apellidos:</b> Saavedra Roldan</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana (Lima, Perú)</p> <p><b>Edad:</b> 25</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Ingeniero de Sistemas- Universidad Cesar Vallejo</p>	<p>Al iniciar la entrevista nos comenta que sería la mejor opción optar por un aplicativo y que para la capacidad de 10, 000 usuarios se tendría un costo de 500 dólares anuales. Asimismo, nos comenta que necesitaríamos una laptop de alta gama para que el programador pueda iniciar con la codificación del aplicativo móvil, asimismo, nos comentó que se daban dos tipos de actualizaciones en un aplicativo móvil el primero de solución de errores y las actualizaciones para agregar nuevas funciones en el cual se tendría y que su costo varía dependiendo de la complejidad de codificación. Una interfaz de este tipo no es muy complicada por ello el tiempo mínimo para elaborarla será de aproximadamente 6 meses.</p>

**Tabla 37**

*Resumen de entrevista II – Experimento I*

Perfil del Entrevistado	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Ángelo</p> <p><b>Apellidos:</b> Cárdenas</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana (Lima, Perú)</p> <p><b>Edad:</b> 26</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Ingeniero de Sistemas- Universidad Cesar Vallejo</p>	<p>Al iniciar la entrevista nos comentaba que le parecía una opción interesante lo de poner si el niño contaba con una discapacidad sería bueno poner la opción de que tipo tiene. Por otro lado, al aplicar esta opción se tendría que pedir certificaciones especiales, ya que los niños tendrían otras necesidades. A nivel de interfaz al diseñador se le mostró dos interfaces la que era para asesores académicos y la que era para padres de familia nos comenta que sería más dinámico si se pudiera filtrar la información. Por otro lado, nos comenta que el costo de tener de aplicaciones un rango de 6000 a 8000 soles.</p>

**Análisis**

Malla Receptora

**Tabla 38**

*Malla Receptora Experimento I*

Cosas Interesantes	Críticas constructivas
<p>La pasarela de pago se puede tercerizar, es decir redireccionar para que se envíe a una página confiable o utilizar método de pago PayPal con la finalidad de ahorrar costos.</p> <p>La publicidad podrá ayudar a minorar costos. Desde un comienzo se mantendrá el aplicativo móvil en la categoría de educación para poder tener una publicidad acorde.</p> <p>Al iniciar un aplicativo móvil se debe ser minimalista, con la finalidad de que crezca en proporción a lo conocido que pueda llegar a hacer.</p> <p>La interfaz inicial del proyecto no podrá contar con la opción de videollamadas.</p>	<p>Implementar una opción donde los tutores puedan agregar cursos nuevos.</p> <p>Implementar notificaciones para que los tutores puedan recordar los días que tienen asesorías.</p> <p>Sería más viable tener dos aplicativos móviles, de otra forma la interfaz se volvería lenta.</p> <p>Se deberá contratar dos programadores de software si se opta por la opción de crear dos aplicativos móviles para evitar fallos.</p> <p>La pasarela de pagos se realizará desde el aplicativo móvil para generar más confianza.</p>
Preguntas nuevas	Nuevas Ideas de negocio
<p>¿Sera más viable tener una o dos aplicativo Móviles?</p> <p>¿Debo tercerizar la pasarela de pago o se deberá implementar?</p> <p>¿Incluir un calendario para los estudiantes universitarios?</p> <p>¿Se debe implementar las notificaciones para los universitarios?</p> <p>¿Añadir filtros para que los padres puedan segmentar las universidades o carreras de los estudiantes?</p>	<p>Crear un aplicativo móvil que ayude a los estudiantes universitarios a organizarse.</p> <p>Aplicativo móvil para que los padres de familia compartan materiales entre ellos sobre las tareas o cursos.</p> <p>Crear un aplicativo móvil donde los estudiantes universitarios puedan dictar clases o talleres de forma voluntaria</p> <p>Capacitaciones gratuitas para universitarios mediante un aplicativo a cambio de visualizaciones publicitarias.</p>

***Aprendizajes***

Se encontraron muchos aprendizajes dentro de dichas entrevistas se pudo validar que es necesario la contratación de un ingeniero de sistema para que realice las actualizaciones y la creación del aplicativo móvil.

La duración mínima para la creación del aplicativo móvil es mayor a 6 meses con un programador que tenga un contrato de a tiempo completo.

El costo total de la realización de dos aplicativos será aproximadamente 8000 soles, adicionalmente, se deberán contratar dos programadores. Por otro lado, la implementación de un aplicativo móvil que contenga las dos interfaces sería muy pesada por lo tanto, ocuparían mucha memoria en los teléfonos de los usuarios ocasionaría que el aplicativo corra lento.

Al tener poco layouts nuestro aplicativo es fácil de usar e interactivo para los usuarios lo cual ayudara al programador a usar un código más amigable.

***Sustentación de la validación (enlaces, audios, videos)***

**Tabla 39**

*Sustentación de las entrevistas – Experimento I*

Entrevistados	Enlaces
Cristopher Saavedra Roldan	<a href="#">entrevista 8</a>
Ángelo Cárdenas	<a href="#">entrevista a experto</a>



## **Experimento II**

### ***Objetivo***

Validar nuestra propuesta de valor y viabilidad relacionada con el segmento de clientes (universitarios).

Supuesto: Los jóvenes estudiantes usarán la aplicación para generar ingresos extras y ganar experiencia dando clases de reforzamiento

Método: Entrevistas a profundidad

### ***Diseño y desarrollo***

Descripción del experimento: Para realizar las entrevistas a profundidad al segmento de estudiantes universitarios se implementó previamente una secuencia de preguntas base para realizarla durante las entrevistas. Estas nos ayudarán a conocer la percepción de los clientes como validar nuestra propuesta de valor dirigida al segmento. A su vez, también se busca conocer que tan atractivo podría resultar nuestro modelo de negocios para estos clientes y poder contar con nuevas ideas y/o modificaciones a nuestra idea de negocio inicial.

#### Introducción:

Hola, mi nombre es y primero agradecer su tiempo el objetivo de esta investigación es conocer más acerca de nuestro. Cabe recalcar que la información de esta entrevista es para uso netamente educativo.

#### Guía de preguntas:

¿Estaría interesado en dar clases de refuerzo a niños de primaria? ¿Por qué?

¿Considera que podría entablar una buena comunicación con un niño mediante una app?

¿Cuál sería su primera idea de una app que conecte universitarias con niños para brindar

clases?

¿Cuál sería la duración de una clase eficiente según criterio?

¿Cuánto sería el monto que cobraría por una clase?

¿Qué beneficios además del costo de clase le gustaría recibir?

¿Considera usted una buena experiencia para su CV?

¿Tiene alguna recomendación para aumentar el valor percibido para usted? (motivación, etc.)

Cierre

Con ello se concluye la entrevista, solo queda agradecer su tiempo

**Tabla 40**

*Bitácora de actividades Experimento 2*

Actividad	Tarea	Resultado
Elaboración de preguntas base	Establecimientos de los temas centrales que tocar	Guía de 8 preguntas claves
Proponer una dinámica para aplicar en la entrevista	Seguir una estructura delimitada	Entrevista estructura
Identificar las respuestas e los entrevistados	Realizar las preguntas abiertas	Respuestas de usuarios claras y concisas
Abordar cualquier duda o sugerencia	Responder dudas, realizar nuevas preguntas de apoyo	Resolución de posibles dudas
Plantear las ultimas preguntas para conocer la experiencia del entrevistado	Realizar ultima secuencia de preguntas para el entrevistado	Obtención de más información por parte delos usuarios

**Resultados**

**Tabla 41**

*Resumen de Entrevista I – Experimento II*

Perfil del Entrevistado	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Moyra</p> <p><b>Apellidos:</b> Olivera Cáriga</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana (Lima, Perú)</p> <p><b>Edad:</b> 21</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Universitaria del 10° de Administración y Negocios Internacionales</p>	<p>Durante la entrevista la entrevistada nos comentó le interesa mucho la idea de una aplicación que permita a los universitarios a brindar clases a niños de primaria. Nos comentó que sería una buena idea de ganar un ingreso extra brindando ayuda, por lo cual le daría una satisfacción personal de igual manera. Menciono que la disposición de tiempos sería un tema clave para brindar las clases, donde se pueda tener horarios que la aplicación brinde a los universitarios, es decir flexibilidad.</p>

**Tabla 42**

*Resumen de Entrevista II – Experimento II*

Perfil del Entrevistado	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Fabiola</p> <p><b>Apellidos:</b> Cahuana Palante</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana (Lima, Perú)</p> <p><b>Edad:</b> 22</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Universitaria de 7° ciclo de Administración y Marketing</p>	<p>Nuestra usuaria comento que la idea es muy novedosa y se mostró interesada por pertenecer a esta plataforma. Considera que la capacitación a los universitarios no es una opción sino una necesidad y que la app debe brindar a todos los estudiantes para que puedan brindar clases eficientes. También que la aplicación este comprometida con los universitarios, que además del monto de clases se les brinde mayor valor como cupones para cursos, entre otros. Además, comento que sería prudente que los universitarios cuenten con un filtro muy minucioso para su ingreso a la app, que estén comprometidos.</p>

**Tabla 43**

*Resumen de Entrevista III – Experimento II*

Perfil del Entrevistado	Descripción
<p><b>Nombre:</b> Selene</p> <p><b>Apellidos:</b> Serrato López</p> <p><b>Nacionalidad:</b> peruana (Lima, Perú)</p> <p><b>Edad:</b> 22</p> <p><b>Grado de instrucción:</b> Universitaria de 10° ciclo de Administración y Marketing</p>	<p>La usuaria mostro una actitud positiva respecto a la idea de negocio, mencionó que un ingreso es importante y aún más si es por una causa buena. Mencionó que cada universitario debería tener un perfil donde se mencione su información al igual que un video breve como presentación. Mediante ello se podrá conocer mejor el perfil de cada estudiante y los cursos que puede brindar a cada niño. También comento que le gustaría que hubiera medios de pago como yape pues es mucho más sencillo para ella. Le gustaría que la aplicación le brinde beneficios de recomendación y certificado que le pueda servir en su CV. A su vez, que la aplicación brinde la posibilidad de clases grupales para niños</p>

**Malla receptora**

**Tabla 44**

*Malla Receptora – Experimento II*

Cosas Interesantes	Críticas Constructivas
<p>Una aplicación útil para universitarios y niños de primaria.</p> <p>Misión con compromiso por fomentar y promover la educación en el país.</p> <p>Ingreso extra para universitarios.</p> <p>Refuerzo de clases para niños.</p> <p>Alivio para padres de familia en relación con el tiempo destinado para enseñar a sus hijos.</p> <p>Oportunidad de validar créditos extra académicos.</p>	<p>Mejorar la propuesta de valor dirigida a los padres.</p> <p>Añadir una política de privacidad.</p> <p>Añadir una política de seguridad de datos.</p> <p>Posibilidad de incluir videos de introducción de los universitarios.</p> <p>Incluir la posibilidad de brindar clases de muestra y/o de prueba.</p> <p>Confusión acerca de la forma de pago y método.</p>

	Críticas Constructivas
Preguntas Nuevas	Nuevas ideas
¿Cómo lograr que los padres <del>con</del> en nuestra aplicación?	Incluir diversos métodos de pago, más flexibles.
¿Cómo incluir las capacitaciones dentro de la aplicación?	Incluir una comunidad de universitarios que pertenezcan a la aplicación.
¿Cuál sería el filtro adecuado por el que pasarían los universitarios?	Promocionar vales de descuento por referir a amigos.
¿Sería adecuado incluir Yape como método de pago?	Incluir una guía dentro de la aplicación como introducción para nuevos usuarios.
¿Cómo incluir un calendario y agenda para los universitarios?	Incluir una agenda personalizada para cada universitario dentro de la aplicación.
¿Cómo se podría mejorar la propuesta de valor hacia los universitarios?	Incluir en el prototipo de la aplicación una interfaz amigable y atractiva.
¿Sería conveniente incluir un compromiso de ingreso para los universitarios?	Ofrecer sección de certificados.
¿Qué otros beneficios serían necesarios incluir?	

**Análisis**

Con las entrevistas realizadas a profundidad tuvimos hallazgos muy relevantes para la validación de nuestro modelo de negocio y analizar la disposición de los universitarios por esta nueva propuesta. Todos mostraron una actitud de aprobación con la aplicación tanto por el valor monetario que significaría para ellos como por la labor de promoción de la educación que realizarían. Al ser un público infantil los entrevistados comentaron que ninguno tuvo experiencia previa como profesor o tutor pero que estarían dispuestos a probar nuevas experiencias, eso sí bajo una capacitación por parte de la aplicación. La capacidad de comunicación para lograr una buena relación con los niños es fundamental pues señalaron que no solo es suficiente que ellos pueden expresarse bien, sino que los niños realmente entiendan lo que se quiere explicar. Es por ello por lo que encontramos oportuno que los padres también cumplan una función en casa para poder impulsar el aprendizaje que estén al tanto de las clases. Encontramos que los universitarios no estaban tan seguros del tiempo de las clases o el monto, rondaba entre 1 y 2 horas

dependiendo del tema. Resultaría conveniente la introducción de clases de prueba como una opción para que tanto niños como universitarios puedan probar la primera interacción. A su vez, el factor monetario es fundamental para que los universitarios estén conformes. Las capacitaciones deben ser vitales, al igual que los filtros para los universitarios y las diversas encuestas posteriores de las clases de niños hacia sus tutores. Encontramos que los universitarios tienen la necesidad de sentirse seguros con la plataforma, que les brinde la posibilidad de poner su disponibilidad de tiempos y horarios. También buscan que se les brinde más que beneficios económicos, sino cursos, capacitaciones, talleres, entre otros. La opción de los créditos académicos fue aprobada ya que todos mencionaron que sería una buena forma de convalidarlos. También que se les reconozca como pertenecientes a esta propuesta y que se los recomiende posterior a su labor.

### ***Aprendizajes***

Encontramos muchos aprendizajes a usar en nuestro modelo de negocio gracias a la información valiosa recolectada en las entrevistas. En primer lugar, brindar seguridad a los estudiantes es primordial, que vean la aplicación como una opción atractiva para ganar dinero y ayudar a niños, sin la necesidad que sean expertos como docentes. Que se brinde valor al compromiso de los estudiantes y a las ganas por ayudar a niños en su educación. Mostrar a la aplicación como una opción segura y flexible es la opción más certera. Los universitarios por lo general no tienen muchos horarios, es por ello por lo que se le debe brindar un calendario donde ellos pongan los horarios donde puedan dar clases. También se debe brindar un calendario y agenda virtual a cada uno en la plataforma, para que cada uno organice tiempos, clases y los niños a los que se brindara clases. También mostrarlos filtros para que los universitarios puedan seleccionar los cursos que tienen mayores habilidades y conocimientos. El monto si bien es un factor de motivación importante debe mostrar un valor que resulte atractivo, por hora una clase rondando entre 20 a 25 soles. A su vez, los universitarios no solo desean un monto económico sino mayores beneficios que los ayuden a su desarrollo personal y educativo. Otorgar cupones para

cursos en línea, capacitaciones y talleres relacionados a temas de su carrera sería una idea interesante para tratar. Al igual sería conveniente que cada universitario tenga una calificación, donde a los de mayor ranking se les brinde un bono y reconocimiento. Al igual entendimos que la necesidad de reconocimientos en los universitarios es alta, desean que se les brinde un certificado y reconocimiento por formar parte de la plataforma. Otro aprendizaje que pudimos evaluar es la puesta de una política de privacidad que resguarde la información de niños y universitarios.

***Sustentación de la validación***

**Tabla 45**

*Sustentación de validación del Experimento II*

Entrevistados	Enlaces
Moyra Cáriga	<a href="https://youtu.be/BYdhkV4_wJU">https://youtu.be/BYdhkV4_wJU</a>
Fabiola Cahuana	<a href="https://youtu.be/LUk-z8H1eRw">https://youtu.be/LUk-z8H1eRw</a>
Selene Serrato	<a href="https://youtu.be/qfgdUoSrRv8">https://youtu.be/qfgdUoSrRv8</a>

**Experimento III**

**Objetivo**

Validar los segmentos del BMC (Canales, Actividades Clave, Relación con los clientes, Estructura de costos).

Supuesto: Nuestro segmento de clientes prefiere utilizar las redes sociales para encontrar información acerca de nuestro servicio.

Método de captación: Contenido en redes sociales (Instagram y Facebook).

**Diseño y desarrollo**

Descripción del experimento: Para la elaboración de este experimento se decidió utilizar dos redes sociales: Facebook e Instagram. Estas porque son las redes más consumidas y utilizadas por nuestros públicos objetivos. Por ello, los contenidos publicados en estas redes sociales se adecuaban al mensaje de cada uno de nuestros P.O. y contaban con su tono de comunicación respectivo. Además, los elementos visuales estaban orientados a mostrar un mensaje moderno y dinámico que motivase a adquirir nuestro servicio.

**Tabla 46**

*Bitácora de Actividades – Experimento III*

Actividad	Tarea	Resultado
Análisis de la interacción de nuestro público objetivo en las redes sociales escogidas.	Conocer los algoritmos de las redes sociales.	Elaboración de post y video para cada plataforma.
	Compartir contenido que represente la imagen de la marca.	Video con contenido informativo
Promoción de nuestra imagen de marca dentro de redes sociales.	Dar a conocer el tono de comunicación.	Copy orientado al P.O.
	Fomentar la inscripción dentro del aplicativo y página web.	Post con call to action.



### ***Aprendizajes***

Se deben adecuar los copys dependiendo del público objetivo. En el caso de los padres se requería utilizar un tono de comunicación más formal y profesional. A diferencia de los jóvenes estudiantes, que requerían un tono de comunicación más dinámico, motivador y directo.

Se pudo apreciar que el video tuvo mayor alcance en estas dos plataformas utilizadas en comparación con las otras piezas gráficas. Por lo que se tendrá en cuenta utilizar este recurso visual con más frecuencia a largo plazo.

Considerando que se tuvo un alcance orgánico moderado, habría la posibilidad de superar este rango de alcance utilizando una pauta publicitaria de modo que se pueda llegar a mayor público dependiendo de la red social utilizada.

A raíz de los visualizados, se pudo apreciar que los posts que invitan a las personas a inscribirse acompañados de un copy llamativo son los segundos más visualizados y puede considerarse a largo plazo cuando se requieran asesores o padres con niños que necesiten asesorías.

### ***Sustentación de la validación***

Medidores alcanzados de la página de Facebook:

#### **Figura 15.**

*Estadísticas de la Página de Facebook*

		Alcance: orgánico/pagado		Clics en publicaciones		Reacciones, comentarios y veces que se compartió		
Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance		Interacción		Promocionar	
 Brindamos asesorías			20		5 4		<a href="#">Promocionar publicación</a>	
 ¿Tienes tiempo libre y te gusta			7		1 2		<a href="#">Promocionar publicación</a>	
 Nuestro programa se			4		0 2		<a href="#">Promocionar publicación</a>	
 ¡Hola! Somos mi segunda			4		0 2		<a href="#">Promocionar publicación</a>	
 ¡ Brindamos asesorías			37		6 8		<a href="#">Promocionar publicación</a>	

Reproducida de Estadísticas de Facebook, Facebook Business, 2021,

(<https://www.facebook.com/Mi-Segunda-Escuela-108858911549938/> )

**Figura 16.**

*Post de la Página de Facebook*



Reproducida de Estadísticas de Facebook, Facebook Business, 2021,

(<https://www.facebook.com/Mi-Segunda-Escuela-108858911549938/> )

### Plan de Ejecución del Concierge y Simulación de Ventas

#### Definición el mercado meta

Padres de familia (interceden por los niños)

Sexo: No hay una preferencia respecto al sexo. Pero están dentro los sexos biológicos como femenino y masculino. Así como las 112 identidades de género registradas por la ONU.

Edad: Entre los 15 a 59 años está el rango de edad de padres en el Perú. Sin embargo, consideramos entre los 25 a 55 años debido a la situación económica que puedan ofrecera sus hijos y la tecnología que manejen.

Geografía: No hay preferencia, ya que la educación no se restringe. El que pueda y quiera prender podrá hacerlo con la aplicación. Sin embargo, empezaremos con Lima Metropolitana.

Nivel de ingresos: No hay distinción del aportante. Debido a que pueden puede ser una pareja de casados y exista un solo aportante o sea una familia de solo padre o madre. Por lo cual cubre el padre que está a cargo del menor. Por un lado, el ingreso a junio del 2021 del promedio de hombres se contrajo 16.4%, lo cual es un equivalente de S/287.9. De igual manera el ingreso de la mujer se redujo en 15%, lo cual vendría a ser S/ 193.9. Por otro lado, en base a los niveles socioeconómicos lo reflejamos en el siguiente cuadro:

**Tabla 47**

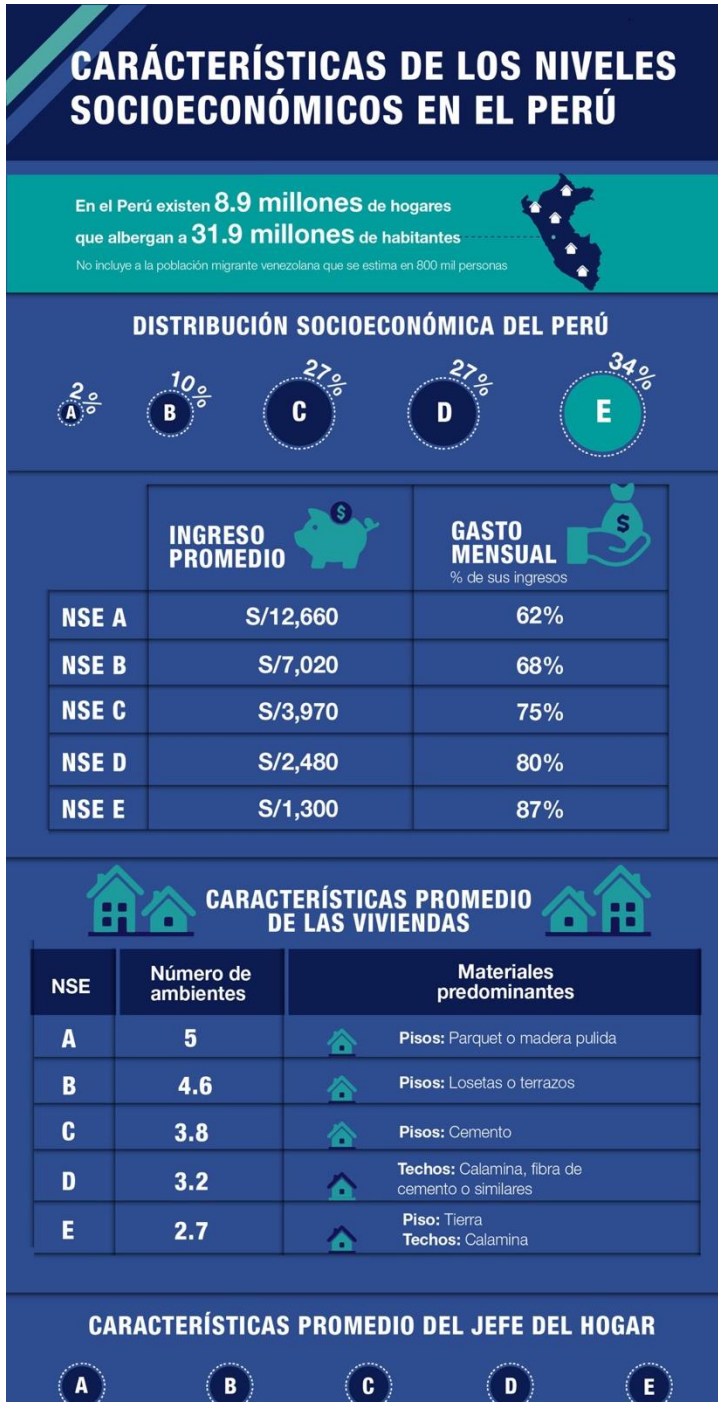
*Ingreso según nivel socio económico*

NSE	Ingreso Promedio	Gasto mensual
NSE A	S/ 12,660	62%
NSE B	S/ 7,020	68%
NSE C	S/ 3,970	75%
NSE D	S/ 2,480	80%
NSE E	S/ 1,300	87%

Para iniciar nos enfocaremos en los sectores económicos del nivel socioeconómico B y C debido a los precios que se manejamos.

**Figura 17.**

*Características de los Niveles Socioeconómicos en el Perú*



Estado civil: No influye un solo estado civil, así que entran todas las personas que tenganel estado civil de soltero, casado, viudo o divorciado, que tengan hijos y que quieran brindarles mayor educación.

Nivel educativo: Consideramos a las personas que posean nivel educativo superior, ya que son personas que podrían tener estabilidad económica.

Hábitos de consumo: Uno de los hábitos de consumo más recientes se debe a la preferencia del consumidor para llevar una vida más sana, teniendo como compra de alimentos más naturales que químicos. También ha reducido la ingesta de productos chatarra o productos que tengan octógonos. Sin embargo, los padres que han realizado compras en el sector de suavidad y cuidado se han mantenido con esa preferencia. Asimismo, se ha visto que el consumidor peruano prefiere los productos nacionales, que los productos provenientes del extranjero. Han aprendido a realizar copras vía online, tanto de productos de consumo, como ropa y otros artefactos. También han incluido clases online para sus hijos, ya que al tener más tiempo en casa y menos tiempo en el tráfico, puede beneficiarse para aprovechar esas horas en que sus hijos aprendan algo nuevo.

Gustos y estilos: Les gusta tener el control y que su familia tenga lo mejor en todos los aspectos, esto incluye una buena comida, buena educación y amor de parte de los padres. Consideramos que tiene unestilo progresista, ya que entra a redes sociales e internet para mejor tanto personalmente, como su familia. Suele buscar descuentos y trata de lograr rebajas como pueda.

Interacción con internet: Intermedia. Si bien aún hay algunas deficiencias en su uso, el COVID ha generado queforzosamente aprendan y tengan una mayor interacción con internet. Consideramos que ya estánfamiliarizados con los aspectos básicos. A su vez cada vez que pueden interactúan mediante internet con sus diferentes cuentas, para la realización de su trabajo y para buscar informaciónque respalde dudas sobre una empresa antes de comprar.

### Estudiantes universitarios

Sexo: No hay una preferencia respecto al sexo. Pero están dentro los sexos biológicos como femenino y masculino. Así como las 112 identidades de género registradas por la ONU.

Edad: Entre los 19 a 24 años está el rango de edad de estudiantes universitarios

Geografía: Por el momento consideramos a estudiantes universitarios de Lima Metropolitana.

Nivel de ingresos: Al ser estudiante universitario aún no posee un nivel de ingreso fijo. Sin embargo, se podría regir en base al nivel de ingresos en el que este ubicado su familia.

Estado civil: No influye un solo estado civil. Si bien están en una edad donde la mayoría tienen como estado civil soltero. Otros estudiantes universitarios pueden estar casado e inclusive divorciados.

Nivel educativo: Educación superior universitaria en proceso o completa.

Hábitos de consumo: Actualmente los universitarios buscan consumir comidas balanceadas, suelen consumir más en restaurantes y hacer sus compras vía online sin salir de casa. Además, han realizado más compras de ropa por medio de aplicativos y redes sociales.

Gustos y estilos: Les gusta vivir al máximo su vida, hacer cosas importantes, conoce nuevos lugares, aprender nuevas cosas y son autodidactas. También les gusta más la comida natural, con preferencia a ser vegetarianos o veganos. Están preocupados por hacer ejercicios, cuidando así de su salud física. Prefieren salir a caminar, hacer deporte e incluso manejar su bicicleta. Puesto que valoran más las relaciones amicales y las salidas por el periodo de confinamiento que no se pudo.

Interacción con internet: Alta interacción. Debido al COVID todos han tenido que adaptarse y aprender a usar internet, así que ya están familiarizados. Además, han aprendido a

hacer teletrabajo y a estudiar por el mismo medio. Aparte de ello también han surgido redes sociales que han captado la atención de los estudiantes universitarios y a lo cual le dedican una parte de su tiempo, como lo es Tik Tok

### **Objetivos (medibles)**

Captar las primeras 50 inscripciones en los primeros 15 días de la campaña digital ya sea en Facebook o Instagram.

Construir presencia online atrayendo las visitas en redes sociales en un 50% y aumentar interacciones en un 30% en un plazo de 3 meses.

Lograr dictar por lo menos 5 clases en el transcurso de la primera semana del concierto (mes de noviembre).

Alcanzar un incremento del 40% de ventas gracias cada uno de los 5 experimentos realizados durante lo que resta del año 2021.

Producto: Asesorías para niños (Curso por 1 hora dictada)

Iniciador: Niño de primaria, requiere de una clase, ya que quiere aprender sobre un tema en específico.

Influenciador: El padre, ya que es el que más sabe en qué situación de enseñanza se encuentra su hijo, además que previo a ello debió de haber conversado con el profesor para que le dé a mayor detalle la situación de su hijo.

Decisor: El papá, es el que brinda la autorización al menor para poder acceder a las clases con la finalidad de aprender o reforzar temas de su colegio.

Comprador: El papá que realiza la compra, así como el padre que tenga poder adquisitivo. Usuario: El niño que aprenderá en las clases.

## **Experimento I**

### ***Objetivo***

El objetivo es conocer la intención de compra o adquisición del servicio, de padres de familia que tengan un hijo a nivel primario e identificar si los descuentos ofrecidos como la primera asesoría gratuita los motivan a registrarse en la web y contratar una asesoría para sus niños a través de la plataforma.

### ***Diseño y desarrollo***

Fecha de elaboración: Lunes 01 al viernes 16 de noviembre

Duración: 15 días

Experimento: Consiste en el desarrollo de una publicación en la plataforma de Instagram y Facebook donde se incentiva a los padres a inscribirse en la web para que puedan acceder a una primera asesoría gratuita para sus hijos menores. Asimismo, se promocionará la publicación con un presupuesto de S/ 20 durante 5 días con un alcance estimado de 235-679 personas por día aplicando una segmentación detallada.

Métricas: Cantidad de padres que se registran en la web, número de visitas a la página, cantidad de interacciones en la publicación.

Criterios de éxito: Se planea tener un registro de al menos 20 padres de familia interesados en adquirir una asesoría educativa para sus hijos.

Plan de marketing (precio, plaza, promoción): Se utilizó la red social de Instagram, ya que se tiene una mayor cantidad de seguidores con un mejor alcance. De esta forma, se usará la estrategia de promoción mediante asesoría gratis si se registran en la página web con la intención de informarse más acerca de la aplicación. Asimismo, se planea crear un lazo de fidelidad mediante notificaciones de promociones y alertas sobre nuevas asesorías en distintas materias que llegaran al correo electrónico que nos brindan en el registro. Por otro lado, no se



realizará ninguna variación sobre el precio ya que se busca conocer la intención de adquirir los servicios educativos.

**Tabla 48**

*Bitácora de Actividades experimento I*

Actividad	Tarea	Resultado
Creación y planificación de la publicación en Instagram y Facebook	Realizar el diseño del post que contenga la información necesaria para que el usuario sepa registrarse fácilmente	Se obtuvieron 122 likes con 20 comentarios de personas interesadas en obtener más información en Instagram
Adición de la opción de registro en el menú principal de la página web	Se añadió la opción de registrarse en el menú principal, para que los usuarios puedan dejarnos su información evidenciando su interés en las asesorías educativas.	Según estadísticas de la página web (WordPress) se consiguió un tráfico de 67 visitas, siendo la página de registro la más vista en el rango de las 13:00pm con los <del>122</del> más tráfico genera
Enlazar la dirección web de registro a la publicación	Se redirección el post hacia la opción de registro de la web para que sea mucho más fácil para el usuario	Se logro un registro total de 18 personas interesadas en una asesoría educativa para sus menores hijos
Promocionar la publicación en Facebook	Se promocionó el post en Facebook para lograr un mayor alcance basado en un presupuesto de \$/ 20 por 5 días	El post consiguió un alcance de 3,534 personas con 145 interacciones y 75 clics en el <del>link</del> de registro.

**Resultados**

Como resultado del post publicado se obtuvieron mejores resultados en la red social de Instagram con 122 reacciones de “Likes” y 20 comentarios, los cuales muestran el interés de las personas en registrarse en la página web para poder acceder al servicio de asesorías educativas para sus hijos, siendo gratuita la primera de ellas. Por otro lado, en Facebook se consiguió 145 interacciones. De esa forma, se logró obtener un registro de 18 personas que nos dejaron sus datos con el interés de adquirir el servicio y seguir pendientes a que otras materias se pueden

encontrar un reforzamiento. Por último, se consiguió un mayor tráfico en la página web con 77 vistas, siendo la categoría de “Registro” la más visitada impulsada por la publicación del post.

**Tabla 49**

*Malla Receptora-Experimento I*

Cosas Interesantes	Críticas constructivas
Se tuvo una gran acogida en la red social de Instagram logrando aumentar en 100 nuevos seguidores al promocionar el post.	Reforzar la relación con cliente mediante emails personalizados para crear una mayor fidelización
Se consiguió un listado total de 18 padres de familia dispuestos a adquirir una asesoría educativa.	Incrementar el presupuesto de inversión para publicidad con la finalidad de tener un mayor alcance
La gran mayoría de padres registrados afirmaron tener hijos en 3° y 6° de primaria.	Mejorar la paleta de colores de la página web para captar la atención de los usuarios y tener más interacciones o vistas.
Solo el 50% de los padres registrados estuvieron de acuerdo en recibir notificaciones sobre la aplicación al correo electrónico.	Especificar y transmitir un mensaje transparente sobre las diferentes materias o cursos, ya que existieron algunas dudas sobre ello en los comentarios
Preguntas nuevas	Nuevas Ideas de negocio
¿Cuánto es necesario invertir en publicidad para lograr un mejor alcance teniendo en cuenta los ingresos?	Incursionar en nuevas redes sociales como Tik Tok para llegar a más padres de familia.
¿Qué estrategia utilizar para generar un mayor interés y confiabilidad en los padres de familia sobre las asesorías educativas?	Crear alianzas con influencers relacionados al sector educativo con la finalidad de tener una mayor presencia en redes sociales.
¿Qué tan necesario es publicar en todas las redes sociales?	Presentación del proyecto ante autoridades del gobierno para concretar alguna alianza que permita su difusión.
¿Con qué frecuencia se deben realizar publicaciones en las redes sociales?	

### ***Análisis***

El experimento desarrollado permitió generar cierto interés en los padres de familia para contratar una asesoría de reforzamiento escolar, motivados por el beneficio de una primera prueba gratuita al momento de registrarse en la página web. Sin embargo, no todos los usuarios registrados mostraron estar de acuerdo en recibir notificaciones a través del correo electrónico. De esta forma, se puede tener un acercamiento próximo a la cantidad de usuarios que se espera tener en la aplicación y la manera en la que se podría crear una buena relación con los mismos. Asimismo, se esperaría tener mejores resultados con una mayor inversión en la promoción de las redes y reajustes dentro de la página web. A pesar de ello, durante los pocos días se obtuvieron resultados muy favorables, los cuales se podrían potenciar modificando ciertas acciones.

### ***Aprendizajes***

Es relevante tener un mejor presupuesto de promoción para las redes sociales con la finalidad de mejorar el alcance que tiene la aplicación.

Existieron padres de familia que optaron por no registrarse a pesar de dar clic en el enlace de la página web, lo cual nos indica que se debe trabajar más en la tasa de conversión para lograr la participación de más usuarios.

Se obtuvo una mejor interacción a través de Instagram pesar de haberse publicado el post también la página de Facebook. Sin embargo, los resultados fueron impulsado por la cantidad de seguidores que se habían conseguido al compartir la red social con las redes de contacto de cada uno de los integrantes del grupo.

### ***Sustentación de la validación***

#### **Figura 18.**

*Post en Instagram*



Figura 19.

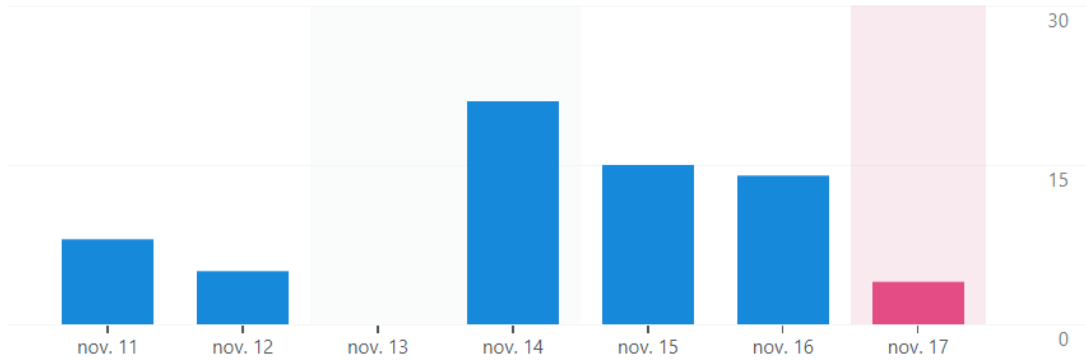
Post en Facebook



**Figura 20.**

*Resumen del Tráfico en la Página Web*

Visitas



Día con más tráfico lunes	Hora con más tráfico 1:00	Visitas en total 67	Total de visitantes 42
<a href="#">Ver todas las estadísticas</a>			

**Figura 21.**

*Resumen de Usuarios Registrados*

Marca temporal	Nombre y Apellido (Apod	Nivel académico de su m	En qué materia o curso	Correo electrónico	Número de teléfono (	Añi Ciudad, País (Ej. Lima, P	¿Desea recibir notificaciones
10/11/2021 20:17:31	Guerra Pizango Lucia	2° primaria	Matemática	gumiko.2002@gmail.com	984704071	Lima, Perú	Si
10/11/2021 20:49:03	Castro Baca Alberto	5° primaria	Matemática	betoski63@gmail.com	98212392	Lima, Perú	Si
10/11/2021 22:29:08	Alexander Rodriguez	Inicial	Matemáticas	alex_aranibar@hotmail.com			No
11/11/2021 18:01:15	Gianpiero	5° primaria	Matemática	gianpiero666@gmail.com	991558350	Lima Peru	No
12/11/2021 10:32:16	Andres Atoche	inicial	matematicas	dreatoche@gmail.com	922949366	Callao, Peru	No
12/11/2021 17:27:47	Grace Quintana	4° primaria	Matemáticas	rosafinger@gmail.com	960534266	Lima, Perú	Si
12/11/2021 17:43:52	Isabel Cárdenas	3° primaria	Matemática	isacar@hotmail.com	985624785	Lima, Perú	Si
12/11/2021 20:41:11	Santos Valer Cruces	3° primaria	Matemáticas	zo_xx_re@hotmail.com	959273369	Lima, Perú	No
13/11/2021 12:03:02	Daniela López	3° primaria	Matemáticas	val816@gmail.com			No
13/11/2021 12:31:10	Akira Nakamura	6° primaria	Matemáticas	rakira98@gmail.com	932313469	Lima, Perú	Si
13/11/2021 12:43:04	Josue Serrano	6° primaria	Ingles	josuej.sc92@gmail.com	51944274436	Lima Perú	No
15/11/2021 16:39:09	Leans Chang	1° primaria	Algebra	leans.chang1@gmail.com	983920247	Lima, Peru	Si
16/11/2021 13:26:19	Adali	2° primaria	Ingles	ziazaromeregildo@gmail.com	977406756	Lima Perú	No
16/11/2021 19:08:24	Luz Ríos	6° primaria	Matematicas y comunicacion	mrios45@gmail.com		Lima	No
16/11/2021 20:58:05	Kelly Castañeda Sánchez	6° primaria	Matemáticas y comunicacion	larizarobegozo@hotmail.com	992171503	Lima Perú	Si
16/11/2021 21:50:16	Celina esteban villaneda	1° primaria	Ingles	estebanvillanedaacelina26@gmail.com	994666434	Lima, Perú	No
16/11/2021 22:08:48	Angélica sabina Ccarhua	6° primaria	Comunicación	Vascovalentina3@gmail.com	977184399	Lima, Perú	Si
17/11/2021 6:44:19	Socorro Aliaga	Secundaria	Matematicas	seli_05_31@hotmail.com	973857832	Peru	Si

**Figura 22.**

*Resumen de Estadísticas en Facebook*



**Tabla 50**

*Enlace de la página web*

Página web	<a href="https://misegundaescuelaonline.wordpress.com/">https://misegundaescuelaonline.wordpress.com/</a>
------------	---

## Experimento II

### Objetivo

El objetivo es lograr un mínimo de 5 intenciones de ventas del servicio a padres que se encuentren en nivel primaria e identifica si el descuento ofrecido traerá más clientes.

### Diseño y desarrollo

Fecha de elaboración: lunes 01 al viernes 12 de noviembre

Duración: 11 días

**Experimento:** Consiste en el desarrollo de un post para la red social de Instagram donde se brindará un 40% de descuento para incentivarlos a realizar la compra. Asimismo, se promocionará la publicación con un presupuesto de S/ 20 durante 5 días esperando un alcance de 250 a 350 personas por día aplicando una segmentación detallada.

**Métricas:** Cantidad de padres que interaccionan con la Facebook. Cantidad de ventas logradas.

**Criterios de éxito:** Se planea tener al a cinco padres de familia interesados en adquirir una asesoría educativa para sus hijos.

**Plan de marketing (precio, plaza, promoción):** Se utilizo en este experimento la red de Instagram, ya que en esta se encuentra el público objetivo, es decir los padres de familia. A su vez, actualmente es la red con mayor cantidad de seguidores y cuanto con un alto nivel de alcance. Por otro lado, también se colocó en Facebook para lograr un mayor alcance.

Bitácora de actividades

**Tabla 51**

*Bitácora de Actividades – Experimento II*

Actividad	Tarea	Resultado
Creación y planificación de la publicación en Instagram y Facebook	Realizar un post incentivando a los padres mediante descuentos dando a conocer el servicio	El post de forma orgánica de logro se obtuvo una cantidad de 30 likes y 3 comentarios.
Pagar la publicidad de dicho post	Realizar pago de 20 soles para realizar la publicidad	Al momento de insertar la publicidad pagada se encontró un alcance de 86 likes y 26 comentarios
Luego contestar comentarios de las personas interesadas	Estar atentos a cada mensaje comentario que reciba el post	Se obtuvo un alcance de 14 comentarios en el post

**Análisis**

Malla Receptora

**Tabla 52**

*Malla Receptora del Experimento II*

Cosas Interesantes	Críticas constructivas
<p>Algunos jóvenes estaban preguntaban acerca de las asesorías para sus hermanos o sobrinos.</p>	<p>Se necesitan más medio de pagos ya que únicamente se acepta yape al momento de incentivar las compras.</p>
<p>La mayoría de las personas que comentaron fueron incentivados por el descuento.</p>	<p>Que les aseguraba que sus hijos iban aprender en dichas clases</p>
<p>Muchos preguntaron en qué consistía el proyecto y que necesitaban más información acerca de ello.</p>	<p>Poner en Instagram un video de presentación del sistema de asesorías.</p>
<p>Al insertar la publicidad pagada tuvimos un mayor alcance.</p>	<p>Podría ofrecer clases de más de una hora.</p>
<p>Se obtuvo un mayor alcance en Instagram demostrando que podríamos centrar nuestras a estrategias</p>	
Preguntas nuevas	Nuevas Ideas de negocio
<p>¿Cómo brindar confianza a los padres con los tutores?</p>	<p>Talleres recreativos para niños de inicial.</p>
<p>¿Cómo lograr que el único lugar de comunicación entre padres y estudiantes universitarios sea la plataforma web?</p>	<p>Brindar talleres de verano para niños de primaria.</p>
<p>¿Cómo asociarnos con una pasarela de pago de pago para que solo se pueda pagar por medio de la aplicación?</p>	<p>Creación de una escuela para adultos que necesiten aprender un tema en específico de manera virtual</p>
	<p>Programas cortos recreativos para niños como minichef, arte, inglés, entre otros.</p>



***Aprendizajes***

Es importante mantener consistencia en nuestras redes sociales especialmente en Instagram para generar un crecimiento orgánico.

No exclusivo de padres de familia preocuparse por la educación de los pequeños de la casa, existe un público objetivo como sus hermanos, tíos, primos.

Se debe mantener una consistencia en la estrategia de marketing por ejemplo aprovechar las fechas especiales, ya que los compradores lo toman en cuenta al momento de inscribira sus hijos en las asesorías.

***Sustentación de la validación***

**Figura 24.**

*Post de Instagram*



**Figura 23.**

*Comentarios de la Publicación*

**mi\_segunda\_escuela**
...

**mi\_segunda\_escuela** Por todo esta semana tendremos 40% de descuento en Asesorías virtuales para todo primaria Para mayor información enviar DM o comenta

2 días

**lyan.mora** 😞😞 más info, pls!!

2 días 1 Me gusta Responder

— Ver respuestas (1)

♥

**keevinnn23** Estoy interesado , me podrían brindar más información

2 días 2 Me gusta Responder

— Ver respuestas (1)

♥

**fabrizzioquinto** Información

2 días 2 Me gusta Responder

— Ver respuestas (1)

♥

**fabiana.lc** Te mandé un DM 🙏

2 días 1 Me gusta Responder

— Ver respuestas (1)

♥

**mi\_segunda\_escuela**
...

**paoguerrero7666** Deseo información para mi hijo de 8 años

2 días 1 Me gusta Responder

— Ver respuestas (1)

♥

**aarongaitan** Información por favor

2 días 2 Me gusta Responder

— Ver respuestas (1)

♥

**kenyenobi** Info

2 días Responder

— Ver respuestas (1)

♡

**mw102021** Me interesa inscribir a mi hijo

2 días 2 Me gusta Responder

— Ver respuestas (1)

♥

**lavaluccii** Estoy interesada en estas asesorías para mi sobrina, me podrían mayor información, por favor 😊

2 días 2 Me gusta Responder



♥



**Figura 24.**


*Insights de la Publicación*








*Respuestas a los comentarios*


 **paoguerrero7666**  
Activo(a) hoy 


  Bueno, nos gustaría saber en que grado se encuentra su niño


 4TO

 grado   

 Para cuarto grado estamos manejando un precio 35 soles por asesoría. Pero por esta semana estamos brindando un descuento de 40%

 Lo cual sería solo le saldría 14 soles la primera clase

 Estoy interesada, que medio de pagos aceptan ?

 Por el momento, solo contamos con yape. Si esta interesada nos envía foto del yape. Gracias

### **Experimento III**

#### ***Objetivo***

El objetivo del presente experimento es lograr captar la intención de los jóvenes universitarios a que se inscriban a dictar clases. Esto se hará por medio de las redes sociales creadas de la marca y se utilizará una pauta publicitaria (Facebookads) para llegar a la mayor cantidad de personas posibles.

#### ***Diseño y desarrollo***

Fecha de elaboración: lunes 08 al lunes 15 de noviembre.

Duración: 7 días

Experimento: El experimento reside en la elaboración de un post informativo por medio de las plataformas de Facebook e Instagram donde a los jóvenes universitarios se les invita a formar parte del equipo de Mi Segunda Escuela. Además, se promocionará la publicación, Facebook Ads, con S/ 20 soles durante los 4 primeros días para generar mayor alcance de la publicación y así llegar a las diferentes personas de nuestro público objetivo que también vendrían ser los jóvenes universitarios, en este caso cumpliendo el rol de tutores.

Métricas: Cantidad de jóvenes universitarios que se registran realizan alguna interacción con la publicación ya sea por los likes, comentarios o mensajes directos a la página.

Criterios de éxito: Se espera tener por lo menos 5 mensajes solicitando información de los jóvenes para poder registrarse como tutor.

Plan de marketing (precio, plaza, promoción): Se empleó la red social de Facebook ya que se puede obtener más información de la campaña por este medio y, además, se quiso conocer el grado de aceptación de estos posibles tutores. Por un lado, esta acción de generar posibles tutores para la plataforma no tiene un costo adicional para ellos, pero sí para la empresa que fue de S/ 20 soles. Por otro lado, el desarrollo promocional de este experimento es generar

alcance de marca por aquella plataforma y dar a conocer en el copy los diferentes beneficios que conlleva invertir su tiempo en esta empresa.

**Tabla 53**

*Bitácora de actividades-Experimento III*

Actividad	Tarea	Resultado
Creación y planificación de la publicación en Facebook.	Crear post por medio de herramientas de diseño gratuitas online para obtener buena llegada a los jóvenes universitarios.	Creación y publicación de la pieza publicitaria en las diferentes redes sociales de la empresa, Facebook e Instagram. Botón de Messenger para contactarse directamente con el emprendimiento por sus redes.
Promocionar la publicación por Facebook para obtener a las personas interesadas en dictar tutorías.	Establecer las diferentes métricas en el business mánager de Facebook con la finalidad de utilizar la inversión de la mejor forma posible.	2586 personas alcanzadas por la publicación. 6 personas interesadas en brindar el servicio de tutorías personalizadas a niños.
Luego contestar comentarios de las personas interesadas	Leer y contestar los mensajes de las personas interesadas en las clases para niños.	Se brindó más información con relación al proyecto, además de absolver las dudas respectivas.

**Análisis**

Malla Receptora

**Tabla 54**

*Malla Receptora del Experimento III*

Cosas Interesantes	Críticas constructivas
<p>Los perfiles de Facebook preguntan de manera simple por la información del negocio.</p> <p>Hubo personas de otras edades interesadas en la publicación.</p> <p>Se llegó mucho más al público femenino (67.9%) que al masculino (32.1%).</p> <p>La mayoría de público era interesado es de Lima, pero algunos eran de otras provincias como Piura, Junín, La Libertad, entre otras.</p> <p>Gran parte de las personas se enteraron por la sección del feed de noticias de Facebook de la app móvil (1434).</p>	<p>Invertir publicidad visual como videos explicativos sobre la empresa.</p> <p>Hacer más llamativos los anuncios de modo que haya mayor factor de conversión.</p> <p>Mejorar y brindar más información en los copys de modo que quede claro el mensaje de la empresa.</p>
Preguntas nuevas	Nuevas Ideas de negocio
<p>¿Se deberá de incursionar en otros mercados como diferentes edades y regiones?</p> <p>¿Será conveniente publicar las tarifas que maneja la empresa?</p> <p>¿La inversión de la publicidad es suficiente para captar la mayor cantidad de personas interesadas en brindar las clases?</p> <p>¿Qué tipo de contenido es el que le interesa al público final?</p> <p>¿Con qué periodicidad se deben anunciar los posts?</p>	<p>Desarrollar diferentes tipos de post con la finalidad de captar la mayor atención del público destino, en este caso de los jóvenes universitarios. Pueden ser los siguientes: secuencia de fotos, una presentación o canvas; estos desarrollan una idea más atractiva.</p> <p>Orientar el contenido de los posts a más juvenil y no de manera muy formal como se está haciendo. Así se podrá lograr retener a los viewers y convertirlos ya sean en clientes o tutores.</p>

***Aprendizajes***

Después de llevar a cabo el experimento se pudo observar que los clientes, en este caso los jóvenes universitarios, a quienes están dirigidos los posts, están interesados en estos, pero aun así tienen muchas dudas sobre el giro de negocio.

Se deberá responder con rapidez y sencillez a las preguntas que realicen los interesados puesto que, si pasa mucho tiempo sin respuesta, pierden el interés y no se logrará concretar personal para la empresa.

Si bien es cierto, se cumplió con los criterios de éxito para este experimento, se tiene gran cantidad de alcance en la publicación, pero el número de conversiones es poco por lo que se tiene que orientar mejor las publicaciones futuras de modo que se le dé el mejor uso al presupuesto de anuncios.

La estrategia de comunicación orientada a invitar a los jóvenes a ser parte de la empresa tuvo bastante acogida, pero hubo bastante público de otras edades que estaban interesados en dar clases a niños, mayormente fueron personas adultas.

### ***Sustentación de la validación***

#### **Figura 25.**

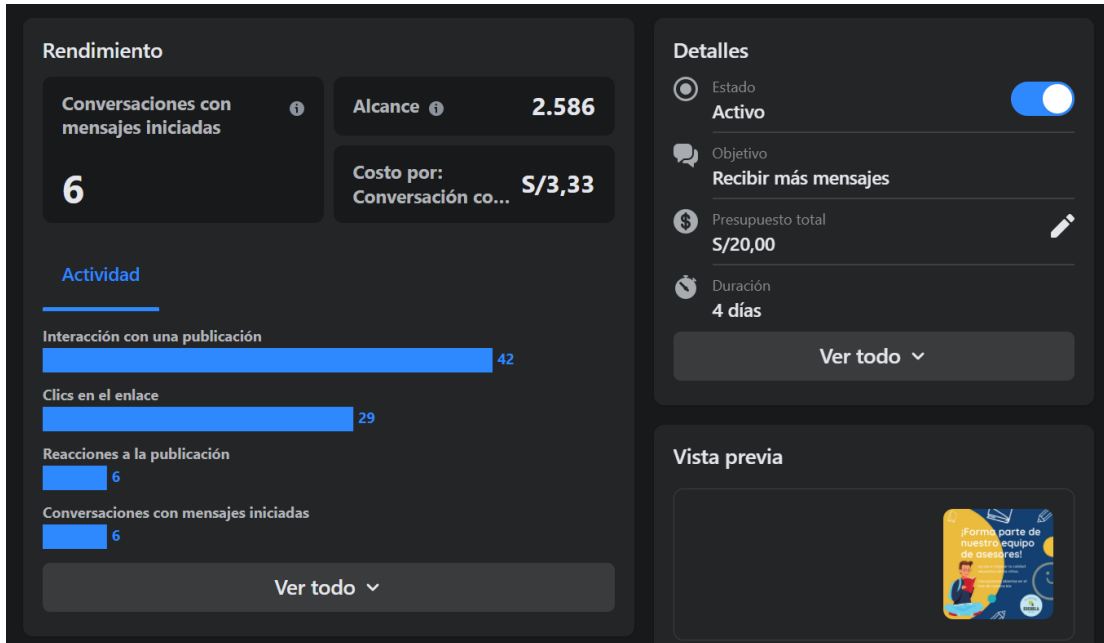
*Público Alcanzado del Anuncio*





**Figura 26.**

*Rendimiento y Detalle del Anuncio*



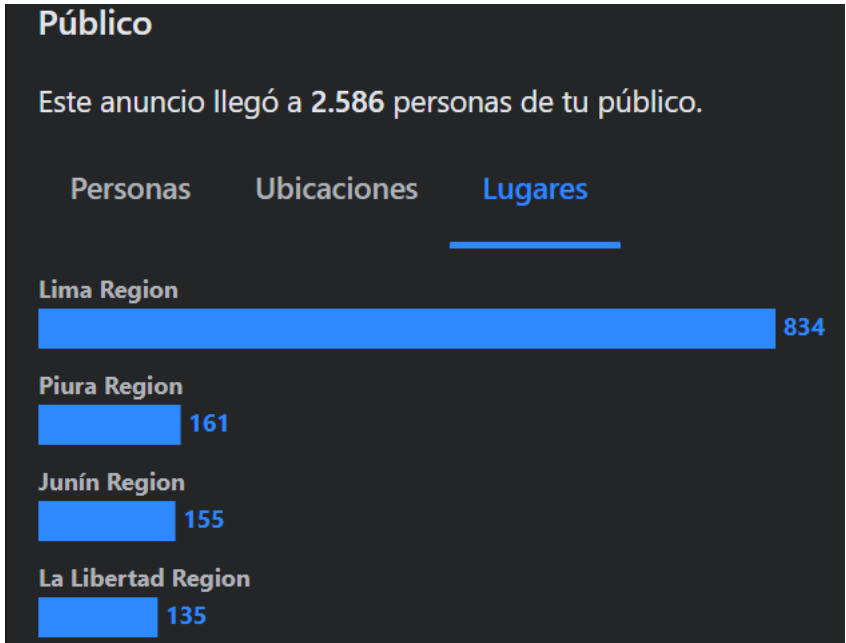
**Figura 27.**

*Ubicaciones de Visualización del Anuncio.*



**Figura 28.**

*Regiones Alcanzadas*



**Figura 29.**

*Registro de Chat con Interesados*



## **Experimento IV**

### ***Objetivo***

El objetivo es conocer los resultados de los esfuerzos de ventas por lograr la inscripción de 4 estudiantes para que puedan dictar clases, se analizará también como influyó el experimento 4 de los formularios en la inscripción final.

### ***Diseño y desarrollo***

Fecha de elaboración: lunes 01 al viernes 12 de noviembre

Duración: 11 días

Experimento: Consiste en el desarrollo de un post que logré la inscripción de los estudiantes universitarios para que puedan dictar clases. Se promocionará la publicación con un presupuesto de S/20 por 5 días en Instagram con un alcance de nuestro segmento de interés.

Métricas: Cantidad de estudiantes que se registran para dar clases.

Criterios de éxito: Se planea tener un registro de al menos 4 estudiantes para que ya puedan dictar las clases a los escolares.

Plan de marketing (precio, plaza, promoción): Se utilizó en este experimento la red de Instagram ya que en esta se encuentra el público objetivo, es decir los estudiantes universitarios que se desea buscar. A su vez, actualmente es la red con mayor cantidad de seguidores y cuanto con un alto nivel de alcance. Por otro lado, también se colocó en Facebook para lograr un mayor alcance.

Bitácora de actividades

**Figura 30.**

Bitácora de Actividades del Experimento IV

Actividad	Tarea	Resultado
Creación y planeación de la publicación en Facebook.	Realizar el diseño del post que contenga contenido de valor para lograr las inscripciones de estudiantes	Una vez publicado se tuvo una buena aceptación obteniendo 7 likes en menos de dos horas, además subió a 10 los seguidores.
Adición de la opción de contactarse mediante las redes	Se añadió la opción de más información, para que los estudiantes puedan ser parte de la propuesta.	Los interesados se comunicaron vía post y también mensajes internos. En general fueron 4 los interesados en formar parte.
Se recepción los mensajes del post como en las páginas principales	Se contesto a los mensajes de los interesados mediante Instagram	Se brindo más información, requisitos y beneficios a los interesados.
Promocionar la publicación en Facebook	Se promocionó el post en Facebook para lograr un alcance alto.	Gracias al alcance logrado, se continuó teniendo una audiencia alta, más de 26 cuentas alcanzadas el primer día.

**Análisis**

Malla Receptora

**Figura 31.**

Malla Receptora del Experimento IV

Cosas Interesantes	Críticas constructivas
<p>Se tuvo gran acogida con el post, genero nuevos seguidores y mayor interacción con la página.</p> <p>Muchos usuarios se contactaron mediante mensajes directos.</p> <p>Hubo comentarios en la publicación.</p> <p>Los estudiantes interesados eran universitarios desde el 5to ciclo en adelante.</p> <p>Ninguno tuvo dudas respecto al modo de trabajo.</p> <p>Muchos interesados ya querían formar parte del proyecto.</p> <p>El post fue interactivo, se logró contar con 4 interesados en formar parte.</p>	<p>Reforzar la propuesta en redes sociales, de modo que sea aún más atractiva.</p> <p>Incrementar presupuesto para promocionar las publicaciones.</p> <p>Incluir videos interactivos para generar mayor atractivo en el público objetivo.</p> <p>Especificar acerca de los beneficios de la propuesta.</p> <p>Brindar más información de todos los requisitos para formar parte.</p>
Preguntas nuevas	Nuevas Ideas de negocio
<p>¿Cuánto debería ser la inversión para tener un mayor alcance?</p> <p>¿Sera necesario utilizar nuevas estrategias de comunicación y promoción?</p> <p>¿Sera necesario publicar en ambas redes sociales?</p> <p>¿Cada cuánto tiempo se deberá realizar las publicaciones?</p> <p>¿Se debería publicar un enlace de registro público?</p> <p>¿Se debería detallar los montos de cada clase?</p>	<p>Contar con videos, reels y IGTV.</p> <p>Asociarse con influencers para que promocionen nuestra aplicación por medio de sus historias y posts.</p> <p>Presentar el proyecto junto a un enlace de inscripción con sus datos.</p> <p>Promoción de referidos para atraer más usuarios a nuestro proyecto.</p> <p>Comunicar por medio de publicidad en diferentes medios nuestra app.</p> <p>Generar interacción en redes mediante publicaciones constantes y divertidas.</p>

**Aprendizajes**

Es importante contar con un presupuesto delimitado para realizar un cronograma de publicaciones, así como llevar el control del rendimiento de este. Nuestra finalidad es conseguir aumentar el alcance día a día.

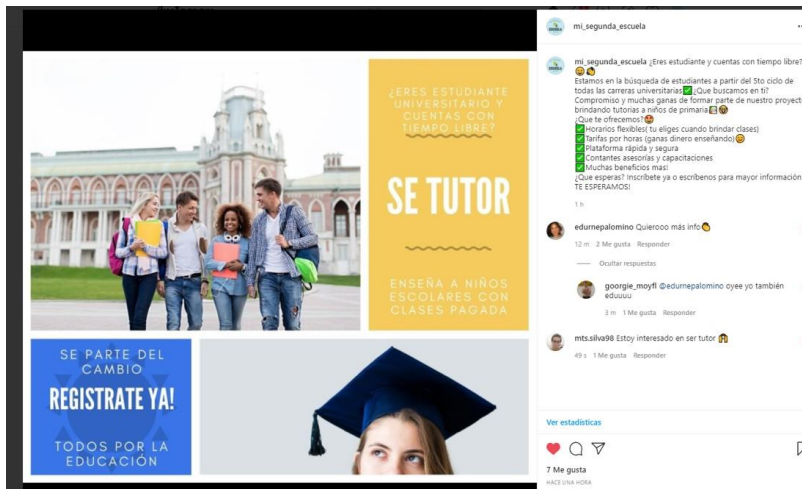
Se obtuvo una buena interacción gracias al mensaje del post, muchos usuarios se mostraron interesados en formar parte. A su vez, aun no queda muy claro cómo funciona la aplicación en sí. Por ello, sería conveniente realizar un video corto en Instagram donde se explique lo que es la aplicación, como funciona y como formar parte para los universitarios.

Se obtuvo una buena interacción con la publicación e incluso hubo usuarios que guardaron la misma. Se debe continuar con los esfuerzos de comunicación y promoción en las diversas redes sociales.

**Sustentación de la validación**

**Figura 32.**

Foto de la Publicación para Buscar Tutores en Instagram



**Figura 33.**

**Capturas de Usuarios Interesados en ser Tutores**





**Figura 34.**

Estadísticas de la Publicación



## **Experimento V**

### ***Objetivo***

El objetivo es lograr que 10 padres de familia muestren interés por acceder a los cursos en el periodo de una semana.

### ***Diseño y desarrollo***

Fecha de elaboración: lunes 08 al lunes 15 de noviembre.

Duración: 7 días

Experimento: Consiste en el desarrollo de un post, el cual tiene la finalidad de brindar un contenido de información y a su vez una interacción con los padres. De esta forma determinar el interés del curso, así como de las dudas que puedan tener antes de acceder a los cursos. Para la realización de la publicación, se contará con un presupuesto de S/20 por 7 días en Instagram con un alcance de nuestro segmento de interés.

Métricas: Cantidad de padres de familia que interactúan con la publicación.

Criterios de éxito: Se planea tener un registro de al menos 10 padres de familia, inscrita a los cursos.

Plan de marketing (precio, plaza, promoción): Se utilizó en este experimento la red de Instagram y Facebook, ya que en esta se encuentra el público objetivo, es decir los estudiantes universitarios que se desea buscar. A su vez, actualmente es la red con mayor cantidad de seguidores y cuanto con un alto nivel de alcance. Por otro lado, también se colocó en Facebook para lograr un mayor alcance.

Bitácora de actividades

**Figura 35.**

Bitácora de Activades del Experimento V

Actividad	Tarea	Resultado
Creación y planeación de la publicación en Instagram	Realizar el diseño del post que contenga contenido de valor para lograr que los padres de familia separen clases.	Una vez publicado, se tuvo 34 likes y se subió en 20 seguidores.
Brindar información de cursos y precios.	Contestar los DM de Instagram que los padres mandaron para conocer más sobre la empresa.	Se recibió 15 DM de padres y familiares, preguntando por los cursos.
Recepción los mensajes del post como en las páginas principales.	Se contesto a los mensajes de los interesados mediante Instagram.	Se obtuvo 11 mensajes en post de Instagram.
Promocionar la publicación en Instagram y Facebook	Se promocionó el post en Instagram y Facebook para lograr un alcance alto.	Gracias al alcance logrado, se continuó teniendo una audiencia alta, más de 16

Análisis e interpretación de los resultados

Malla Receptora

**Tabla 55**

*Malla Receptora del Experimento V*

Cosas Interesantes	Críticas constructivas
<p>Es dinámica y accesible</p> <p>Cursos para que los niños refuercen lo aprendido</p> <p>Cursos avanzados para niños que busquen superarse y crear nuevas cosas para el mundo.</p> <p>Tiene información interesante sobre profesiones.</p> <p>Es didáctico.</p>	<p>Agregar precios.</p> <p>Agregar información d los estudiantes universitarios que dictaran las clases.</p> <p>Respuesta rápida.</p> <p>Agregar información sobre los horarios de las clases.</p> <p>Agregar recomendaciones de padres de familia.</p>
Preguntas nuevas	Nuevas Ideas de negocio
<p>¿Cómo evitar que personas se hagan pasar por universitarios para dictar clases?</p> <p>¿Cómo evitar que la competencia utilice la información de la empresa?</p> <p>¿Cómo ser amigable y fácil de usar para todos?</p> <p>¿Cómo evito comentarios negativos?</p> <p>¿Cómo compruebo que son padres?</p> <p>¿Cómo género que niños indeseados (berrinchudos, mal humorados o llorones) aprendan?</p>	<p>Realizar pruebas psicológicas a los estudiantes universitarios.</p> <p>Poner marcas de agua a las publicaciones para que no sean usadas por la competencia.</p> <p>Poner imágenes reales de los niños y padre para que se vea más amigable y usar colores en contraste a la empresa.</p> <p>Bloquear usuarios que comentaron negativa o inapropiadamente.</p> <p>A los padres se les pedirá una información básica, para saber que pueden pagar y evitar malentendidos.</p> <p>Colocar a los niños “indeseados” que ya son reincidente a la lista roja, para que un personal con mayor capacidad los oriente</p>

**Aprendizajes**

Es importante conocer lo que esperan encontrar los padres, sobre todo proporcionar información acorde a lo que ellos quieren, como son los precios, los tipos de cursos y quien dicta los cursos. Se obtuvo una buena interacción desde el inicio de la publicación, vimos que no solo los padres de familia hacían preguntas e interactuaban con el post, sino que hermanos, tíos, cuñados o personas cercanas a los niños, preguntaban para luego brindares a información a los padres. También se obtuvo un incremento de seguidores en Instagram y Facebook, debido a que muchas de estas personas realizaban un marketing de boca a boca etiquetaba a personas para llegar a más personas con el post.

**Sustentación de la validación**

**Figura 36.**

Post del Experimento

**MI SEGUNDA ESCUELA**  
Las mejores asesorías personalizadas

**CONOCENOS!**

**¿Por qué registrarse en Mi segunda escuela?**

- Brindamos cursos de refuerzo, de repaso y de materias avanzadas.
- Excelencia y calidad.
- Reconocimiento internacional.

**Información de los cursos:**

- Cada curso dura 1 hora.
- El monto a pagar depende de la clase que se dictara.
- El curso se dicta vía online por Zoom, Meet, otros.
- Los cursos son didácticos y varían de acuerdo al alumno.

**¿Quién dicta los cursos?**

- Estudiantes Universitarios de todo el Perú, con capacidad de dictar cursos a niños.
- Previamente se les entrevista y se les realiza una prueba psicológica.

mi\_segunda\_escuela • Siguiendo

mi\_segunda\_escuela ¿Tienes dudas sobre nosotros? 📷

No te preocupes, acá te ayudamos... 🗨️ 📧 🤗

Somos una de las mejores escuelas online que brindan ayuda y nuevas enseñanzas a tus hijos, porque sabemos que son el futuro de nuestro país, brindamos clases personalizadas con estudiantes universitarios, los cuales son pacientes, didácticos y respetuosos.

**NO LO PIENSES MÁS, SEPARA UNA CLASE Y MIRA LA DIFERENCIA.** 🧑🎓 🧑🎓 🧑🎓

11 h

johan.antony.97 Hay descuento si quiero solicitar el servicio para 2 personas? ❤️

5 h Responder

Les gusta a gennahizo y 21 personas más

HACE 11 HORAS

Agrega un comentario...

Activar Windows  
Ve a Configuración para a

**Figura 37.**

Captura de los Comentarios

A screenshot of a social media post showing five comments. Each comment includes a circular profile picture, the user's name, the text of the comment, a timestamp, a 'Responder' button, and a heart icon for liking. The comments are arranged vertically and separated by thin horizontal lines.

 **johan.antony.97** Hay descuento si quiero solicitar el servicio para 2 personas?   
5 h Responder

 **alonsolezcano** Me parece excelente que exista una oportunidad didáctica y práctica para poder fomentar la educación al alcance de un click! 🙌   
5 h Responder

 **gennahizo** Enseñanza de calidad que ayuda a que mis sobrinos aprendan de manera didáctica todo sobre matemáticas 🙌 sigan así éxitos ❤️   
4 h Responder

 **estefanylliuyamorales** Que genial exista este tipo de iniciativas ya que son de mucha ayuda en la situación que se encuentra el país actualmente 🙌   
3 h Responder

 **giannileonosorio** Me parece interesante la propuesta, pero sería interesante saber cuáles son las áreas a dictar.   
3 h Responder

## **Aprendizajes y conclusiones de los experimentos**

Es necesario desarrollar de manera óptima la pauta publicitaria de la empresa por sus diferentes redes sociales ya que de esta forma se podrá dar el mejor uso a este presupuesto. Asimismo, se cabe la posibilidad de incursionar otros mercados de diferentes edades ya que las personas interesadas no solo son estudiantes universitarios, sino también personas mayores. Además, la correcta implementación de los copys ayuda a informar de forma clara y precisa sobre el giro de negocio.

Se obtuvo muy buenos resultados con la publicación para generar el registro de universitarios para dictar las clases de tutorías a los niños de primaria. A su vez, la cantidad de seguidores aumento junto con la interacción en todas las publicaciones. Los interesados no tuvieron muchas dudas, pero si deseaban participar ya de la iniciativa. Se plantea seguir con contenido de valor en las redes, así como agregar videos cortos, reels y IGTVs en las plataformas.

Se debe aprovechar las fechas especiales dentro de la campaña de marketing como la semana de exámenes, los cyber days y a su vez los black fridays.

## **Estrategias de fidelización**

Para la fidelización de los consumidores realizaremos las siguientes estrategias:

Brindaremos descuentos especiales en fechas identificadas por el grupo que son la semana exámenes bimestrales.

Programa de promociones por la aplicación después de su primera compra o asesoría. A partir del año 2023 haremos campaña de email para los padres de familias.

Reconocimiento a los estudiantes universitarios brindándoles cupones de descuentos o que puedan subir de nivel dependiendo de la cantidad de horas de que dicten clases.

## **Plan de Formalización del Emprendimiento**

### **Presupuesto de todo lo necesario para formalizar**

Para la formalización de la empresa se tomó en consideración la asesoría de la empresa llamada Villamares – Contadores Tributarios, que ofrecen el servicio de asesoramiento e instrucciones para construir la empresa correctamente. Se contempla el pago único de 600 soles que comprende lo siguiente:

- Trámite de Reserva de Nombre en Registros Públicos
- Asesoría para selección del tipo de Empresa a formar, si tiene que ser SAC, SRL ó EIRL.
- Asesoría Tributaria para la activación del RUC y clave sol, y elección de la declaración de la empresa.
- Pago de derechos notariales y registrales.
- Entrega de testimonio a la empresa.
- Honorarios por Gestión de la inscripción de su Empresa en Registros Públicos.
- Pago de Honorarios por la elaboración del Acto Constitutivo.

También, se tomará en cuenta el pago de registro de marca en Indecopi que tiene un costo de 534.99 soles. Esto permite proteger la marca por 10 años de cualquier acto que la involucre. En la plataforma de Indecopi se brinda el servicio de orientación gratuita, solo hace falta solicitarlo con 2 días de anticipación.

De igual forma, se consideró 2 gastos de registro de la aplicación en Google Play Store con un pago único de desarrollador de 25 dólares que al tipo de cambio hoy 17/11/2021 es de 4 soles, resulta en 100 soles este trámite. A su vez, el registro de la app en la App Store tiene un costo de 396 soles (99 dólares) y se tiene que pagar anualmente para mantener este beneficio. En



ambos casos no hay limitación de app subidas en estas plataformas.

**Figura 38.**

Cuadro de Formalización de la Empresa.

Formalización de la empresa		
Concepto	Costo	Frecuencia
Registro de marca (pago único)	S/ 534.99	Único pago
Asesoría externa	S/ 600.00	Único pago
Registro app en Google Play Store	S/ 100.00	Único pago
Registro app en App Store	S/ 396.00	Anualmente
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 1,630.99</b>	

**Plan de Recursos Humanos**

**Estructura organización**

**Figura 39.**

Estructura de la Empresa



### Regímenes a que se acoge la organización

Bajo el régimen que la empresa operará será de microempresa, operando bajo el nuevo régimen laboral de la micro y pequeña empresa. A continuación, se detalla las implicancias del régimen para la empresa:

#### Figura 40.

##### Régimen de la Empresa

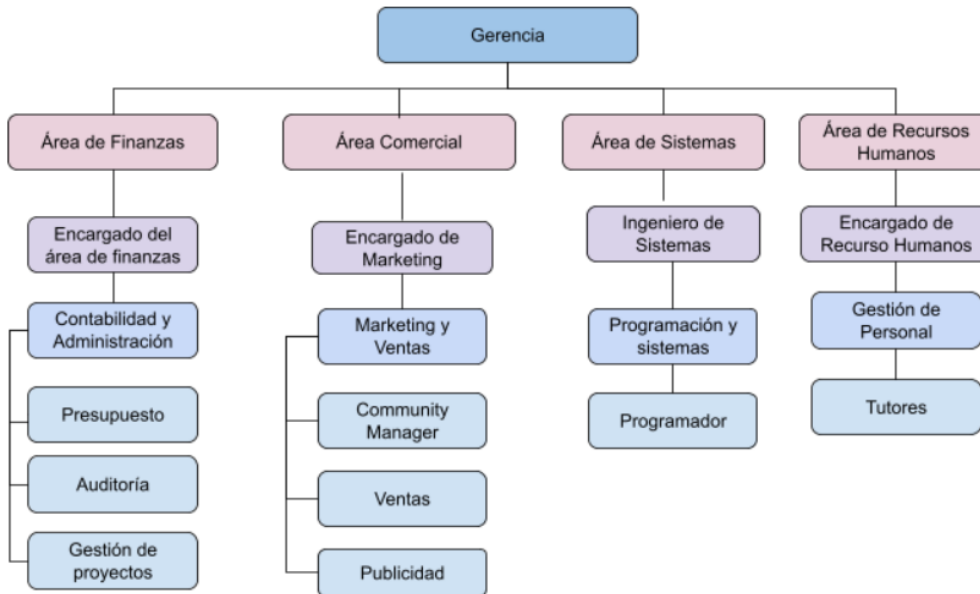
<b>MICRO EMPRESA</b>
Remuneración Mínima Vital ( <b>RMV</b> )
Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de <b>15 días</b> calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del <b>SIS</b> (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)
Cobertura Previsional
Indemnización por despido de <b>10 días de remuneración por año de servicios</b> (con un tope de <b>90 días</b> de remuneración)

Reproducida de Sunat

### Organigrama

#### Figura 41.

Organigrama de la Empresa



**Descripción de Perfil de Puesto**

Descripciones de puestos

**Tabla 56**

*Descripciones de los puestos de trabajo*

Puesto	Perfil del Puesto
Ingeniero de Sistemas	<p>Ingeniero de Sistemas con experiencia en la realización y mantenimiento de aplicativos móviles. Se precisa de un profesional para crear, solucionar y mantener la infraestructura del aplicativo, así como temas relacionados a la logística. Los requisitos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grado como Ingeniero de Sistemas, oen ciencias informáticas.</li> <li>• Experiencia demostrada en creación de apps, instalación y configuración en UNIX/Linux.</li> <li>• Experiencia en sistemas de nube, en virtualización y contenerización.</li> <li>• Experiencia en software de automatización como Chef o Puppet.</li> <li>• Con experiencia en desarrollo Back</li> <li>• End.</li> </ul>

---

Programador

Programador con experiencia en el desarrollo y diseño de aplicativos móviles. Se requiere un profesional para el desarrollo y diseño integral de un aplicativo, tanto para Android como IOS. Los requisitos son:

- Grado como programador web, móvil o de ciencias informáticas.
- Experiencia en el lenguaje Swift, Android o Java.
- Experiencia en el desarrollo de app para IOS como Android.
- Habilidades del diseño informático a nivel completo.
- Uso del lenguaje de programación.
- Proactividad en el diseño, programación y retroalimentación.

---

Analista de Marketing

Profesional de marketing con estudios en mercadotecnia, ventas y publicidad. Se requiere que cuente con experiencia en la gestión de aplicativos móviles como proyectos dentro de su portafolio. Los requisitos son:

- Grado en marketing, administración, afines.
  - Habilidades informáticas.
  - Experiencia en el manejo de un plan de marketing dirigido a un aplicativo.
  - Conocimientos en publicidad digital, marketing digital.
-

---

Jefe de Recursos Humanos

Se precisa de un encargado para el área de Recursos Humanos que se encargue de la gestión del personal, organización de la empresa y control de las actividades de cada área. A su vez, se requiere experiencia en el manejo de grupos de trabajo. Los requisitos son:

- Grado en administración, recursos humanos.
- Experiencia en Gestión de Personal.
- Conocimientos en ofimática.
- Experiencia en el manejo de las actividades de una empresa, como en el control.
- Experiencia en Reclutamiento y Selección
- Otras funciones del área.

---

P

Analista Contable Financiero

rofesional en el área de Finanzas y contabilidad con experiencia al mando del área. Se precisa de un encargado que pueda cumplir con los objetivos de la empresa y coordinar presupuestos para las actividades de la empresa. Los requisitos son:

- Grado en administración, finanzas o contabilidad.
  - Experiencia en proyectos similares.
  - Experiencia al mando de un área de finanzas.
  - Conocimiento en gestión de archivos.
  - Experiencia en auditorias y presupuestos.
  - Habilidades de monitoreo y evaluación.
-

Tutores

Estudiantes universitarios a partir del 5to semestre que deseen participar como tutores en un aplicativo móvil. Universitarios comprometidos con la educación y con la destinación de su tiempo para cumplir con las actividades designadas. Los requisitos son:

- Estudiantes del 5to semestre en adelante de cualquier carrera.
- Comprometidos y responsables.
- Habilidades y capacidad de comunicación con público infantil.
- Disposición de tiempo.
- Conocimiento en Excel y demás programas.
- Proactivo

**Cuadro de asignación de Personal**

*Asignación personal*

**Figura 42.**

*Cuadro de asignación de personal*

Puestos de trabajo	Condición	Remuneración bruta mensual		
		2022	2023	2024
Ingeniero de Sistemas	Dependiente	S/ 1,990	S/ 2,189	S/ 2,298
Programador	Dependiente	S/ 1,627	S/ 1,790	S/ 1,879
Analista de Marketing	Dependiente	S/ 1,474	S/ 1,621	S/ 1,702
Analista Contable Financiero	Dependiente	S/ 2,011	S/ 2,212	S/ 2,323
Jefe de RRHH	Dependiente	S/ 1,893	S/ 2,082	S/ 2,186
Universitarios/Comisión	Independiente	Variable	Variable	Variable

**Cuadro de actividades***Actividades de los trabajadores*

Puesto	Actividades
Ingeniero de Sistemas	<p>Encargado del área de sistemas y control del aplicativo móvil.</p> <p>Diseño y desarrollo general del proyecto.</p> <p>Administración de las redes y sistemas de información.</p> <p>Optimizar toda la data que maneja la empresa.</p> <p>Creación de un software y hardware para la empresa.</p> <p>Supervisión del área de programación.</p> <p>Constante mantenimiento y control de las áreas.</p> <p>Actualizaciones constantes del aplicativo.</p> <p>Desarrollo y diseño de aplicativo móvil</p>
Programador	<p>Seguir un estándar e indicaciones para la realización de este.</p>



Puesto	Actividades
Programador	<p>Garantizar una buena experiencia de usuario para IOS como Android.</p> <p>Controlar y medir la viabilidad técnica del aplicativo.</p> <p>Realizar las tareas del back end de manera eficiente.</p>
Analista de Marketing	<p>Manejo del área de marketing, ventas y publicidad.</p> <p>Realización de un plan de marketing.</p> <p>Organización de las actividades comerciales de la empresa.</p> <p>Supervisar las campañas de la empresa, digitales y en redes sociales.</p> <p>Actividades de Community Manager.</p> <p>Supervisar rendimiento de las ventas.</p> <p>Analizar y realizar informes periódicos</p>
Jefe de Recursos Humanos	<p>Gestión administrativa del personal.</p> <p>Reclutamiento y selección de los tutores.</p> <p>Fomentar las relaciones laborales.</p> <p>Evaluaciones de desempeño.</p> <p>Planificación de la planilla y beneficios sociales.</p> <p>Evaluación y monitoreo de todas las áreas.</p> <p>Garantizar la satisfacción de los tutores.</p>
Analista Contable Financiero	<p>Elaboración de presupuestos y auditorías.</p> <p>Evaluación periódica de los procedimientos financieros.</p> <p>Identificar</p>

Puesto	Actividades
Tutores	<p>Brindar clases de tutorías en los diversos cursos a nivel primaria.</p> <p>Manejar una agenda para dictar clases, brindando cierto material a los niños.</p> <p>Colocar horario de disponibilidad en el aplicativo.</p> <p>Realización de las tutorías de manera comunicativa y respetuosa.</p> <p>Contar con conocimientos probados para dictar las clases.</p> <p>Pasar por capacitaciones constantes.</p>

### **Plan de Marketing / Estratégicas**

Establecer estrategias de marketing mix

#### **Producto / Servicio**

Servicio: Mi segunda escuela es un aplicativo móvil que ayudara a la conexión entre jóvenes universitarios que necesitan un ingreso adicional con padres que se encuentran con un horarioajetreado que no les permite ayudar a sus hijos como desearían en el ambiente educativo.

Logo: Nuestro logo busca representar confianza, ya que al que nos dirigimos a un segmento de usuarios tan delicado es los niños.

Aplicación móvil: Interactiva que ayuda a conectar tanto padres como estudiantes universitarios generando confianza entre ellos. Implementación de que los padresconversen con jóvenes antes que les den las clases a sus niños.

#### **Precio**

El aplicativo móvil mi segunda escuela al momento de descargarlo será completamente gratuita, para que los padres puedan ver el contenido y como se abarca el sistema de tu segunda

escuela. EL sector socio económico al que nos estaríamos dirigiendo es B+ hasta el C que tienen una capacidad adquisitiva buena pero no tienen tiempo para sus niños. El precio lo manejarán por horas y dependiendo el grado en que se encuentre el niño. La ganancia para nuestra empresa sería por comisión. A continuación, se detalla como sería el desarrollo de los precios:

**Tabla 57**

*Precio de los productos por sección*

Año	Precio por hora
1	20
2	25
3	30
4	35
5	40
6	45

**Plaza**

Cuando hablamos de plaza que es la ubicación donde se venderá el servicio y se encuentra de las tiendas virtuales como App store y Play store.

**Mix Promocional**

A continuación, se hablará de la estrategia de lanzamiento que utilizaremos para el lanzamiento del aplicativo móvil: Para establecer la estrategia nos enfocaremos en nuestro público objetivo según agencia andina redactado por el diario gestión indica que los usuarios peruanos utilizan dichas aplicaciones en orden para ver contenido en general

Se ha decidido que iniciaríamos publicidad mediante las redes sociales Facebook, ya que se encuentra en el puesto número 1, sin embargo, también invertiremos en Instagram que es el favorito por los jóvenes. Dentro de las publicaciones utilizaremos Facebook ads y marketing

orgánico. Dentro de las publicaciones que realizaremos 2 estarán dirigidas al segmento del padre y 3 al segmento de estudiantes universitarios.

**Figura 43.**

Capturas de pantalla de las publicaciones



**Presupuesto de Marketing y Ventas**

**Figura 44.**

Presupuesto de Marketing

	publi	publi	cyber days	publi	publi	publi	cyber days	publi	publi	cyber MON	Black	Nvidad	
2021													
Categorías	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Gasto publicitario mensual RRSS										S/30.00	S/40.00	S/50.00	S/120.00
Publicidad por promoción de lanzamiento (Instagram y Facebook)										S/50.00	S/60.00		S/110.00
Descuento por lanzamiento										S/65.00			S/65.00
Descuento por Black Friday													S/0.00
Publicidad por Black Friday													S/0.00
Descuento por semana de exámenes bimestrales													S/0.00
Creación de la pagina web										S/70.00			S/70.00
Publicidad por semana de exámenes bimestrales													S/0.00
<b>Total</b>	<b>S/0.00</b>	<b>S/0.00</b>	<b>S/0.00</b>	<b>S/0.00</b>	<b>S/0.00</b>	<b>S/0.00</b>	<b>S/0.00</b>	<b>S/0.00</b>	<b>S/0.00</b>	<b>S/215.00</b>	<b>S/100.00</b>	<b>S/0.00</b>	<b>S/315.00</b>

2022													
Categorías	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Gasto publicitario mensual RRSS	S/20.00	S/20.00	S/25.00	S/30.00	S/60.00	S/40.00	S/30.00	S/45.00	S/74.00	S/24.00	S/20.00	S/30.00	S/418.00
Descuento por Cyber octubre										S/121.88			S/121.88
Publicidad por Cyber Monday			S/15.00				S/15.00			S/30.00			S/60.00
Descuento por Black Friday											S/97.50		S/97.50
Publicidad por Black Friday											S/30.00		S/30.00
Descuento por exámenes bimestrales				S/78.00		S/101.40		S/93.60		S/78.00		S/117.00	S/468.00
Publicidad por exámenes bimestrales				S/25.00		S/25.00		S/25.00		S/25.00		S/25.00	S/125.00
<b>Total</b>	<b>S/20.00</b>	<b>S/20.00</b>	<b>S/40.00</b>	<b>S/133.00</b>	<b>S/60.00</b>	<b>S/166.40</b>	<b>S/45.00</b>	<b>S/163.60</b>	<b>S/74.00</b>	<b>S/278.88</b>	<b>S/147.50</b>	<b>S/172.00</b>	<b>S/1,320.38</b>

10  
00  
10  
10  
25  
10  
25

Análisis de la demanda:

**Figura 45.**

Proyección de la Demanda

Segmentación de mercado	%	Clientes potenciales
Población total de Perú	100%	32,625,948
Población total de Lima	35.5%	11,591,400
Población total de Lima Metropolitana	98.5%	11,417,400
Población de 25 a 55 años en Lima M.	45%	5,194,400.00
Nivel socioeconómico B y C+ en Lima Metropolitana	43%	2,223,203
Lima Metropolitana (25 a 55) con acceso a internet	55.3%	1,229,431
Personas que han efectuado compras por internet	93%	1,143,371
Mercado meta	1%	11,433.71

**Figura 46.**

Market Share

MARKET SHARE	
Número de me gusta y seguidores en redes sociales	862
Ventas Obtenidas	10
% de mercado	1.16%

**Figura 47.**

Potencial de la Demanda

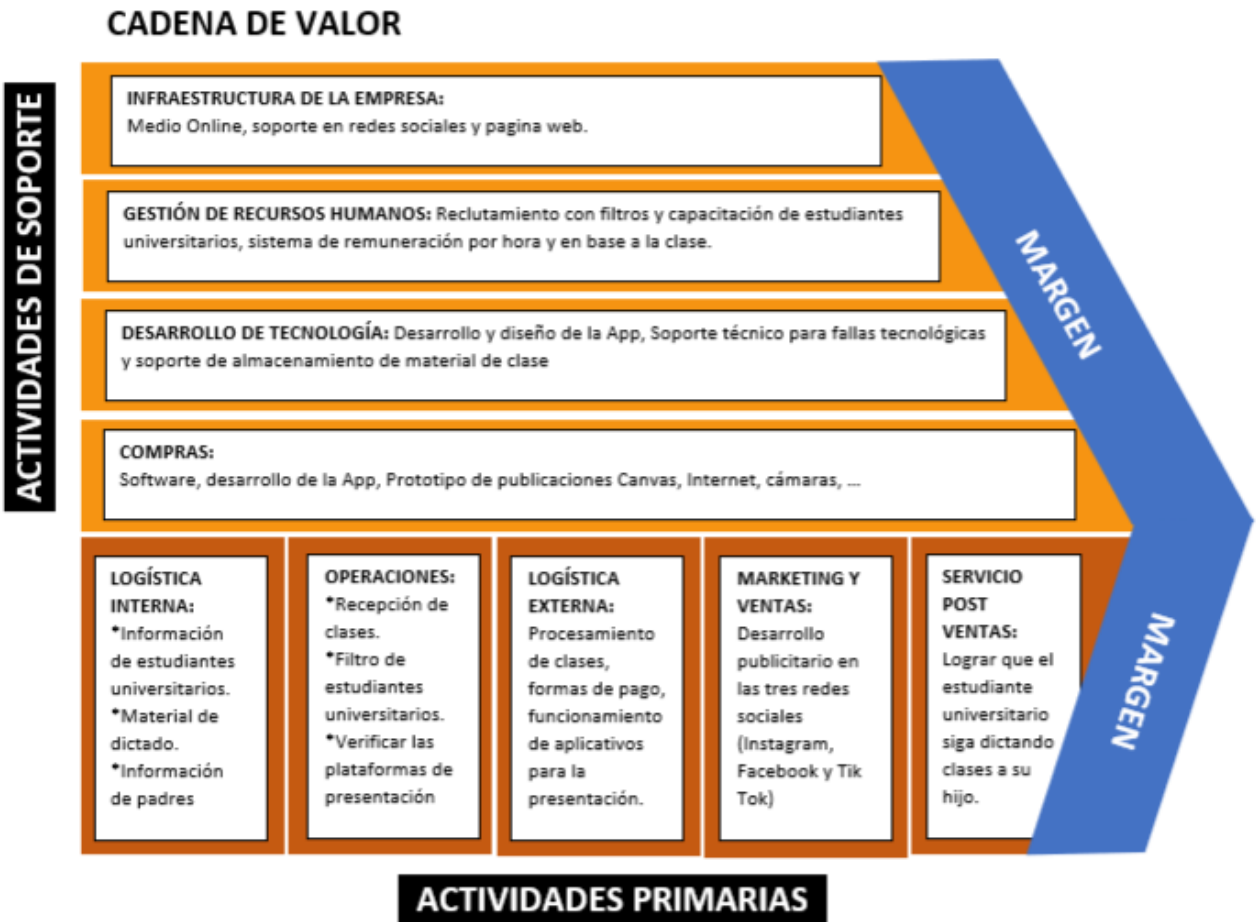
<b>Potencial de Mercado</b>	3,811
<b>Frecuencia de compra al año</b>	40.00
<b>POTENCIAL AL AÑO</b>	<b>152,449</b>
<b>% de participación</b>	1.16%
<b>Proyección mensual</b>	<b>147</b>

**Plan de Operaciones**

**Cadena de Valor**

**Figura 48.**

Cadena de Valor de Mi Segunda Escuela

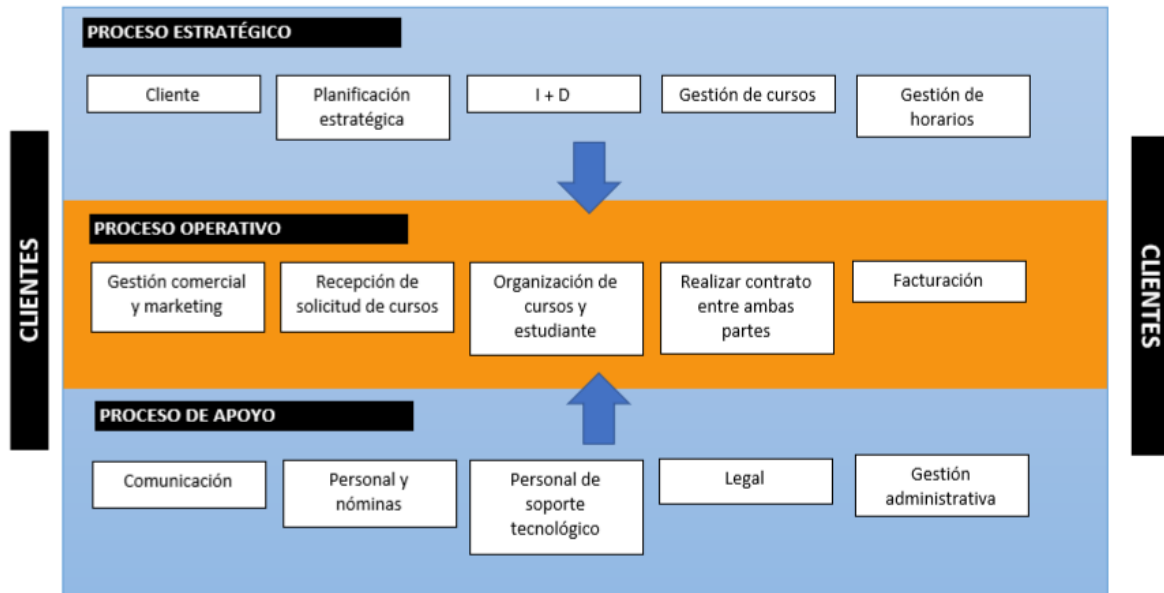


**Mapa general de procesos**

**Figura 49.**

Mapa General de Procesos de Mi Segunda Escuela

**MAPA GENERAL DE PROCESOS**

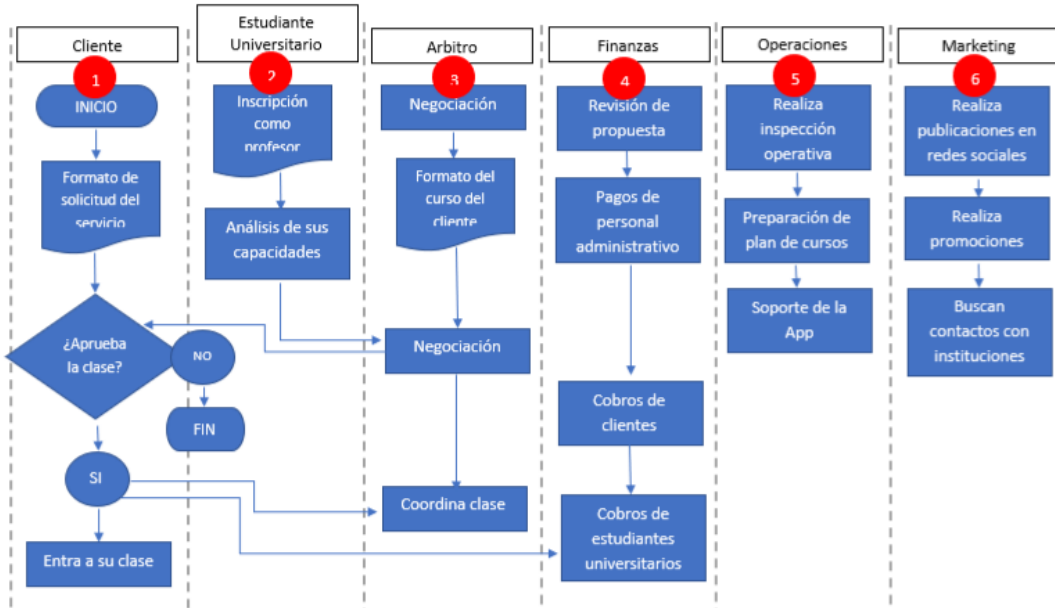


**Flujograma de procesos**

**Figura 50.**

Flujograma de Procesos de Mi Segunda Escuela

**FLUJOGRAMA DE PROCESOS**



**Presupuesto de operaciones**

Se necesitará de 6 meses para realizar las actividades operativas.

Presupuesto de ventas: Se planteó obtener 10 venta de cursos en una semana.

Desarrollo de la App: La empresa realizará gastos antes de que se dé el funcionamiento de la App. Para lo cual se realizó una investigación previa, donde profesionales nos indicaron que tendrá un gasto de 10,000 soles. En este monto se incluye gastos de investigación de la App, gastos de soporte de la App, gastos de desarrollo de la App y cambios de la App de ser necesarios. Además, se incluye en personal con conocimientos en software. Aparte de ello se consideran gastos operativos los cuales son considerados por año. Los cuales son la licencia de funcionamiento, el cual tiene un monto de 400s soles. Gastos notariales que tiene un costo de 2,500 soles. La constitución y registro de la empresa por 400 soles.

Personal: Al ser un negocio que da inicio, se consideró el sueldo básico para todo personal interno. Sin embargo, el personal externo tiene un precio fijado por ellos, así que nos basamos en el precio que nos brinden. El personal interno se compone de un gerente de



proyecto, diseñador de redes sociales, el cual también se encarga del monitoreo y acción de las redes sociales. También se pensó en un personal de operaciones, el cual sea el conector entre padres de familia y estudiantes universitarios, así como de la evaluación y verificación de que ningún segmento tenga algún peligro para la empresa. El salario mínimo es de 930 soles. Al tener 3 empleados bajo esta modalidad. El personal externo vendría a ser el diseñador de la aplicación, el cual se encarga de realizar mejoras al dispositivo y recurrir si la aplicación tuviera fallas. El cual nos mencionó que espera 2000 sol

**Gastos indirectos:** Internet, servicios básicos (electricidad, teléfono y agua). El cual al mes se consideró un monto total de 600 soles. También consideramos el alquiler de una oficina, ya que los padres en las encuestas brindaron que requieren de un lugar físico, ya que pueden ir directamente para hacer tramites o pedir información. Para lo cual se vio un alquiler de un local, el cual nos pidió un adelanto de dos meses de alquiler, teniendo un precio de 5,000 soles. Aparte de ello pide una garantía de 2,500 soles. Evaluando el espacio virtual, se realizará un pago de una sola vez para colocar la aplicación de Mi Segunda Escuela en la tienda de Google Play por 85 soles.

## **Plan Financiero**

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

Para la proyección de ventas se tuvo en cuenta el impulso que está teniendo la modalidad de clases virtuales y las expectativas de que podría continuar en los próximos años. Asimismo, se tomó en cuenta diferentes eventos como los meses donde se suelen tener evaluaciones bimestrales en los colegios a nivel primario, los BlackFriday y Cyber Monday.

### **Figura 51.**

*Ticket Promedio*

Año	Ticket Promedio	Crecimiento anual
2021	32.5	21.00%
2022	39	23.00%
2023	48	25.00%
2024	60	

Crecimiento por evento o acción	
Publicidad	20%
S. Bimestrales	13%
BlackFriday	10%
Cyber Monday	10%

Figura 52.

Proyección de la Demanda

Cantidad	20%	20%	10%	13%	20%	13%	10%	13%	20%	13%	10%	13%	Total
	publi	publi	cyber	S.B	publi	S.B	cyber	S.B	publi	S.B	black	S:B	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
2021	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	11	21
2022	26	31	34	38	46	52	57	64	77	87	96	108	715
2023	130	156	172	194	233	263	289	327	392	443	487	551	3636
2024	661	793	872	986	1183	1337	1470	1662	1994	2253	2478	2801	18490

Figura 53.

Proyección de las Ventas

**VENTAS**

2021													
Servicio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Asesorías	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	S/ 325	S/ 367	S/ 692
<b>Total</b>	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 325	S/ 367	S/ 692

2022													
Servicio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Asesorías	S/ 375	S/ 450	S/ 540	S/ 648	S/ 778	S/ 933	S/ 1,120	S/ 1,344	S/ 1,613	S/ 1,936	S/ 2,323	S/ 2,787	S/ 14,847
<b>Total</b>	S/ 375	S/ 450	S/ 540	S/ 648	S/ 778	S/ 933	S/ 1,120	S/ 1,344	S/ 1,613	S/ 1,936	S/ 2,323	S/ 2,787	S/ 14,847

2023													
Servicio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Asesorías	S/ 3,345	S/ 4,013	S/ 4,415	S/ 4,989	S/ 5,987	S/ 6,765	S/ 7,441	S/ 8,409	S/ 10,090	S/ 11,402	S/ 12,542	S/ 14,173	S/ 93,570
<b>Total</b>	S/ 3,345	S/ 4,013	S/ 4,415	S/ 4,989	S/ 5,987	S/ 6,765	S/ 7,441	S/ 8,409	S/ 10,090	S/ 11,402	S/ 12,542	S/ 14,173	S/ 93,570

2024													
Servicio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Asesorías	S/ 17,007	S/ 20,409	S/ 22,450	S/ 25,368	S/ 30,442	S/ 34,399	S/ 37,839	S/ 42,758	S/ 51,310	S/ 57,980	S/ 63,778	S/ 72,069	S/ 403,739
<b>Total</b>	S/ 17,007	S/ 20,409	S/ 22,450	S/ 25,368	S/ 30,442	S/ 34,399	S/ 37,839	S/ 42,758	S/ 51,310	S/ 57,980	S/ 63,778	S/ 72,069	S/ 403,739

Inversión inicial y presupuestos (egresos)

Como inversión inicial se consideró el costo de desarrollar la app, la patente con vida útil de 10 años, las computadoras que se utilizaran para una atención rápida de los usuarios. Asimismo, la suma de los costos de formalización donde se incluye el registro en SUNARP y servicios de consultoría externa para poder él llevar el proceso de forma más ágil.

Figura 54.

*Inversión Inicial*

Concepto	Valor	IGV	Costo
<b>Activos tangibles/intangibles</b>			
Aplicación móvil (software)	S/ 38,135.59	S/ 6,864.41	S/ 45,000.00
Patente (modelo utilidad 10 años)	S/ 444.07	S/ 79.93	S/ 524.00
Maquinas (5 computadoras)	S/ 10,593.22	S/ 1,906.78	S/ 12,500.00
<b>Gastos preoperativos</b>			
Gastos de constitución	S/ 873.72	S/ 157.27	S/ 1,030.99
Servicios de consultoría	S/ 508.47	S/ 91.53	S/ 600.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/ 59,654.99</b>

**Flujo de caja**

**Figura 55.**

*Flujo de caja proyectado*

Año	2021	2022	2023	2024
Ventas		S/ 14,847	S/ 93,570	S/ 403,739
Costo de ventas		(S/ 17,285)	(S/ 24,250)	(S/ 31,123)
Gasto de personal		(S/ 94,733)	(S/ 104,134)	(S/ 109,304)
<b>EBITDA</b>		<b>(S/ 97,170)</b>	<b>(S/ 34,814)</b>	<b>S/ 263,311</b>
Depreciación		(S/ 16,250)	(S/ 16,250)	(S/ 16,250)
UAI		(S/ 113,420)	(S/ 51,064)	S/ 247,061
Impto.renta		S/ 0	S/ 0	S/ 72,883
UDI		(S/ 113,420)	(S/ 51,064)	S/ 174,178
Depreciación		S/ 16,250	S/ 16,250	S/ 16,250
<b>FCO</b>		<b>(S/ 97,170)</b>	<b>(S/ 34,814)</b>	<b>S/ 190,428</b>
Inver. Máquinas	(S/ 12,500)			
Inver. CTN	(S/ 99,811)	(S/ 34,814)		S/ 263,311
<b>FCL</b>	<b>(S/ 112,311)</b>	<b>(S/ 131,984)</b>	<b>(S/ 34,814)</b>	<b>S/ 453,739</b>

<b>WACC</b>	<b>19.78%</b>
<b>VAN</b>	<b>S/ 14,412</b>
<b>TIR</b>	<b>23%</b>
<b>P. E. (VAN =0)</b>	<b>S/ 119,632</b>

## Indicadores financieros

**Figura 56.**

*Principales Indicadores Financieros*

Modelo CAPM (COK)	2021
Risk-free rate (Bonos soberanos Perú 10Y)	5.85%
Levered Beta ( <i>Industry: Education</i> )	1.15
Unlevered Beta ( <i>Industry: Education</i> )	0.98
Levered Beta ( <i>Mi segunda escuela</i> )	2.02
Market Risk Premium ( $R_m - R_f$ )	5.88%
Tax Rate	29.50%
<b>COK</b>	<b>17.73%</b>

*\*Risk-free rate: Fuente Bloomberg*

*\*Risk Premium: Fuente Damodaran*

*\*Levered Beta: Fuente Damodaran*

% Debt ( $W_d$ )	60%
% Equity ( $W_e$ )	40%
Cosf of Debt	<b>30%</b>
Cosf of Equity	17.73%
Tax Rate	29.5%
<b>WACC</b>	<b>19.78%</b>

D/E Ratio Industry	
D/E	0.24

D/E Proyecto	
D/E	1.5

## Análisis financiero y viabilidad del proyecto

En principio, se proyecta tener ingresos con una tendencia creciente por el desarrollo de la modalidad virtual de las clases que muchos prefieren ahora. Sin embargo, para los dos primeros años no se logrará cubrir los costos con los ingresos generados por lo cual se necesitaría un requerimiento de capital para poder realizar las operaciones.

Por otro lado, según los flujos proyectados que se obtendrían en un horizonte de 3 años se observa un valor actual neto positivo de S/ 14,412 nuevos soles, lo cual indicaría la viabilidad del proyecto. Asimismo, se observa una tasa de retorno de inversión del 23%, la cual es muy atractiva para el sector.

### **Financiamiento de distintas etapas del proyecto**

El financiamiento servirá para cubrir los flujos negativos por el capital de trabajo neto, para lo cual se ha establecido una estructura del 60% proveniente de deuda y el 40% mediante aporte de los fundadores.

Año 0: Para el inicio de las operaciones se planea conseguir un financiamiento mediante las tres F (FFF) que corresponde a la solicitud de préstamos de amigos, familiares, y personas cercanas que confíen en el proyecto con la expectativa de interesantes beneficios en el futuro. De esta forma se podría tener una comodidad absoluta en cuanto a plazos de devolución y tasas de interés.

Año 1: En el primer año se espera poder participar en un concurso llamado “Pitch Competition” que se lleva a cabo por la Asociación Peruana de Capital Semilla y Emprendedor con la finalidad de atraer inversionistas institucionales e individuales que nos permitan impulsar el crecimiento de la aplicación educativa.

Año 2: En este año se piensa publicar el proyecto para obtener financiamiento a través del Crowdfunding. Por ello, se piensa usar la plataforma Crowdfunding.pe creada por el Centro de Emprendimiento e Innovación de la Universidad del Pacífico (EmprendeUP) para poder conectar con diferentes organizaciones y personas que se identifiquen con la causa de impulsar la educación primaria.

### **Conclusiones y Recomendaciones**

Nuestra propuesta de negocio ha sido validada junto a nuestros experimentos realizados, todos ellos con éxito. Se puede afirmar que nuestra propuesta es viable tanto como para los usuarios universitarios como los padres de familia que avalan la propuesta. Nuestro alcance promocional en nuestras redes es alto y va en continuo crecimiento gracias al contenido de valor que se publica de manera constante. Por otra parte, nuestro proyecto tiene consigo toda una estructura que respalda nuestros objetivos

En conclusión, se requiere crear contenido diferenciado dependiendo de la red social en la cual se esté publicando. Esto porque cada una de ellas se encuentra orientada a un público objetivo específico, que en nuestro caso serían padres de familia y jóvenes universitarios. Se recomienda utilizar una pauta pagada para poder tener mayor alcance en ambas plataformas mencionadas e incrementar el tráfico a nuestra página web y descargas de nuestro aplicativo.

En síntesis, las asesorías personalizadas online para niños de primaria son una opción viable frente, ya que frente al contexto actual los niños requieren mayor apoyo para reforzar su aprendizaje. Se recomienda utilizar estrategias dinámicas para enseñarle a los niños de manera adecuada al dictarse de manera digital.

Se sugiere capacitar de manera adecuada y comprobar el dominio total del curso a dictarse por parte del joven universitario. Para finalizar, respecto a lo recabado se puede apreciar que los jóvenes universitarios si estuvieran interesados en realizar esta labor tanto por los incentivos monetarios, por la convalidación universitaria de créditos extraacadémicos y por propia vocación.

Asimismo, nos damos cuenta de que será necesario tener dos aplicativos móviles que estén entrelazados para poder obtener un mejor rendimiento e incrementar la experiencia de usuario por ambas partes.

### **Referencias Bibliográficas**

Burdina, MG, Krapotkina, IE y Nasyrova, LG (2019). El aprendizaje a distancia en las aulas de la escuela primaria: un marco emergente para la práctica contemporánea. *Revista internacional de instrucción*, 12 (1), 1-16.

<https://doi.org/10.29333/iji.2019.1211a>

Chiqaq New (2018,18 de diciembre). *Cuál es la situación ¿De la educación básica regular?* Consultado el 12 de septiembre del 2021.

<https://medialab.unmsm.edu.pe/chiqaqnews/educacion-en-el-peru-cual-es-la-situacion-de-la-educacion-basica-regular/>

Clases particulares - Encuentra profesor particular. (s/f). *Tusclases*. Consultado el 12 de septiembre del 2021. <https://www.tusclases.pe/>

Classgap. (s/f). *Clases online*. *Classgap.com*. Consultado el 12 de septiembre del 2021.

<https://www.classgap.com/es-pe>

Gestión (2018). *Perú mejora en prueba PISA 2018, pero sigue último entre los países de la región*. Consultado el 12 de septiembre del 2021.

<https://gestion.pe/peru/peru-mejora-en-prueba-pisa-2018-pero-sigue-ultimo-entre-los-paises-de-la-region-nndc-noticia/?ref=gesr>

Gob.pe. (2021,16 de febrero). *Jóvenes y adultos pueden terminar primaria o secundaria con educación básica alternativa*. Consultado el 12 de septiembre del 2021. <https://www.gob.pe/institucion/minedu/noticias/342556-jovenes-y-adultos-pueden-terminar-primaria-o-secundaria-con-educacion-basica-alternativa>.

INEI. (2019,19 de noviembre). *Perú tiene una población de 9 millones 652 mil niñas, niños y adolescentes al primer semestre del primer año*. Consultado el 12 de septiembre del 2021.

<https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/peru-tiene-una-poblacion-de-9-millones-652-mil-ninas-ninos-y-adolescentes-al-primer-semester-del-presente-ano-11909/>

Instagram. (s/f). *Instagram.com*. Consultado el 12 de septiembre del 2021.

<https://www.instagram.com/porunperumejorvol/>

Instagram. (s/f). *Instagram.com*. Consultado el 12 de septiembre del 2021.

[https://www.instagram.com/despega\\_ong/](https://www.instagram.com/despega_ong/)

Instagram. (s/f). *Instagram.com*. Consultado el 12 de septiembre del 2021.

<https://www.instagram.com/clasesvirtuales.2020/>

- Lopera-Zuluaga, E. C., Marín-Ochoa, B. E., & García-Franco, L. J. (2021). Aprendizajes digitales construidos junto a niñas y niños en situación de segregación escolar socioeconómica. *Revista Iberoamericana De Educación*, 85(1), 159-183. <https://doi.org/10.35362/rie8514100>
- Scavarda, A.; Días, A.; Reis, A.; Silveira, H.; Santos, I. (2021) A COVID-19 Pandemic Sustainable Educational Innovation Management Proposal Framework. *Sustainability*, 13(1), 6391. <https://doi.org/10.3390/su13116391>
- Superprof - La plataforma de los profesores particulares. (s/f). *Superprof.es*. Consultado el 12 de septiembre del 2021. <https://www.superprof.es/>
- Tandem Aplicación de Intercambio de Idiomas. (s/f). *Tandem.net*. Consultado el 12 de septiembre del 2021. <https://www.tandem.net/es>
- Universidad de Piura. (2021, 27 de mayo). *Clases virtuales: ¿Cómo lidiar con los problemas de atención de los niños?* Consultado el 22 de septiembre del 2021. <https://www.udep.edu.pe/hoy/2021/05/clases-virtuales-como-lidiar-con-problemas-de-atencion-de-ninos/>



**ANEXOS**

**Tabla 58**

*Validación del BMC*

SUPUESTO	EXPERIMENTO	Segmento validado
<p>Contratar a un ingeniero de sistemas para que diseñe la aplicación que pueda unir a los universitarios con los escolares.</p>	<p>Entrevista a experto</p>	<p>Estructura de costos Socios claves Actividades claves Recursos claves</p>
<p>Los jóvenes estudiantes usarán la aplicación para generar ingresos extras y ganar experiencia dando clases de reforzamiento</p>	<p>Entrevistas a usuarios (universitarios)</p>	<p>Segmento de clientes Propuesta de valor</p>
<p>Nuestro segmento de clientes prefiere utilizar las redes sociales para encontrar información acerca de nuestro servicio.</p>	<p>Contenido en redes sociales (IG, FB)</p>	<p>Canales Actividades Claves Relación con los clientes Estructura de costos</p>
<p>Los padres de familia están interesados en reforzar el nivel académico de sus hijos por la nueva modalidad de estudios (virtual) con deficiencias y pagar por ello.</p>	<p>Entrevista grupal</p>	<p>Segmento de clientes y Propuesta de valor Fuente de ingresos</p>