

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
ESCUELA DE POSGRADO



Modelo ProLab: EDUKIDS, Plataforma Educativa de Reforzamiento
Académico Nivel Primaria

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS OTORGADO
POR LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
QUE PRESENTA

De La Cruz Bojorquez, Hector
Cahuana Rios, Brandon Roderick
Pajuelo Palacios, Francis Adrian

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS OTORGADO
POR LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
QUE PRESENTA

Tapia Estela, Brigith Margot
Castillo Lopez, Adataliz Claudia

ASESOR

Agüero Olivos, Carlos Eduardo

Surco, Abril, 2026

Declaración Jurada de Autenticidad

Yo, Carlos Eduardo Agüero Olivos, docente del Departamento Académico de Posgrado en Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor(a) de la tesis/el trabajo de investigación titulado Modelo Pro-Lab: “EDUKIDS, plataforma educativa de reforzamiento académico nivel primaria”, de los autores:

De La Cruz Bojorquez, Hector, DNI: 40162890

Cahuana Rios, Brandom Roderick, DNI: 74128009

Pajuelo Palacios, Francis Adrian, DNI: 43500517

Tapia Estela, Brigith Margot, DNI: 43435343


Castillo Lopez, Adataliz Claudia, DNI: 44245025

dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 13%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 13/12/2025.
- He revisado con detalle dicho reporte y confirmo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio alguno.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha:

Lima, diciembre 13 de 2025.

Agüero Olivos, Carlos Eduardo:	
DNI: 25794385	Firma 
ORCID: 0000-0002-7046-4076	

Agradecimientos

Agradecemos especialmente a nuestro asesor y a los docentes por su guía, rigor académico y valiosos aportes, que enriquecieron el desarrollo de este trabajo. Extendemos nuestro agradecimiento a todas las personas que, de manera directa o indirecta, contribuyeron con su tiempo, conocimiento y orientación para hacer posible la culminación de esta tesis.

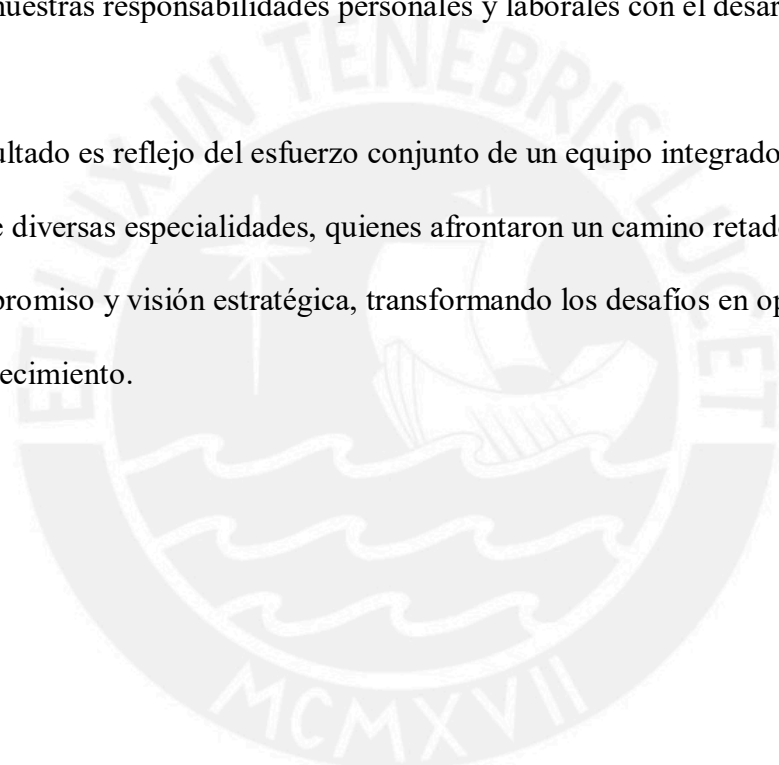


Dedicatorias

Dedicamos el presente trabajo, en primer lugar, a Dios, por brindarnos la fortaleza, constancia y claridad necesarias para perseverar y culminar esta etapa, incluso en los momentos de mayor exigencia.

A nuestras familias, les dedicamos este logro como expresión de profundo agradecimiento por su apoyo incondicional, paciencia y comprensión a lo largo de todo el proceso. Su acompañamiento, sus palabras de aliento y su confianza fueron fundamentales para equilibrar nuestras responsabilidades personales y laborales con el desarrollo de esta investigación.

Este resultado es reflejo del esfuerzo conjunto de un equipo integrado por profesionales de diversas especialidades, quienes afrontaron un camino retador con disciplina, compromiso y visión estratégica, transformando los desafíos en oportunidades de aprendizaje y crecimiento.



Resumen Ejecutivo

EDUKIDS surge como respuesta a una problemática específica del NSE B en Lima Metropolitana, donde familias cuentan con recursos económicos para invertir en educación complementaria, pero sin tiempo ni mecanismos para supervisar su efectividad. Con padres trabajando más de 48 horas semanales e invirtiendo entre S/200-450 mensuales en servicios educativos sin poder verificar resultados, esta paradoja perpetúa un ciclo donde el gasto familiar no garantiza mejoras académicas reales.

Ante este panorama, EDUKIDS presenta una solución innovadora, una plataforma digital interactiva que conecta a padres, hijos y tutores mediante herramientas de refuerzo académico y orientación emocional personalizada, la propuesta transforma el acompañamiento educativo en casa en una experiencia accesible, efectiva y empática.

La validación del modelo se realizó con 220 padres de familia de diversos segmentos socioeconómicos, con resultados contundentes: el 93% encontró valioso el soporte emocional ofrecido por la plataforma y el 95% manifestó que recomendaría a EDUKIDS. En términos financieros, con una inversión inicial de S/ 599,025, EDUKIDS proyecta un VAN Financiero de S/ 4' 247,709.24 y una TIR Financiera de 222%, superando los márgenes esperados en emprendimientos edtech en la región.

EDUKIDS impactará inicialmente a 6,336 niños, alcanzando a más de 9,875 niños en su quinto año de operación. Se proyectan ingresos anuales de S/ 2' 821,874.08, mientras se contribuye a la reducción del rezago educativo y se fortalece la participación de los padres como agentes clave en el proceso de aprendizaje. EDUKIDS no solo demuestra ser un modelo económicamente viable, sino también una iniciativa transformadora que promueve los ODS 4 y 10, impulsa la equidad educativa e innova con propósito, integrando tecnología, juego y familia en una misma plataforma.

Abstract

EDUKIDS emerges as a response to a specific problem of the SES B segment in Metropolitan Lima, where families have economic resources to invest in complementary education but lack the time and mechanisms to supervise its effectiveness. With parents working more than 48 hours per week and investing between S/200-450 monthly in educational services without being able to verify results, this paradox perpetuates a cycle where family spending does not guarantee real academic improvements.

To address this challenge, EDUKIDS introduces an innovative solution: an interactive digital platform that connects parents, children, and tutors through academic reinforcement tools and personalized emotional guidance. The platform transforms at-home learning support into an accessible, effective, and empathetic experience.

The model validation was conducted with 220 parents from diverse socioeconomic segments, with compelling results: 93% found the emotional support offered by the platform valuable, and 95% stated they would recommend EDUKIDS. In financial terms, with an initial investment of S/ 599,025, EDUKIDS projects a Financial NPV of S/ 4'245,709.24 and a Financial IRR of 222%, surpassing the expected margins for edtech ventures in the region.

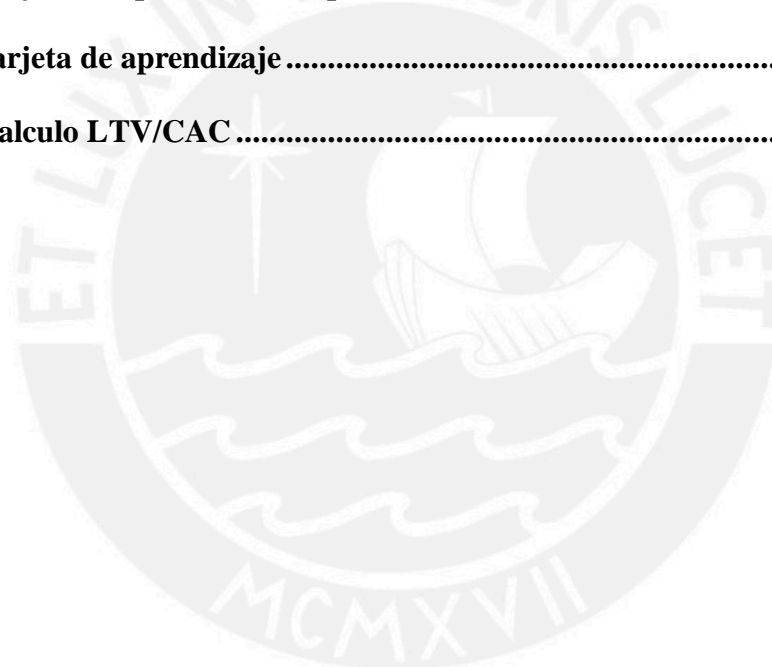
EDUKIDS will initially benefit 6,336 children, reaching over 9,875 by its fifth year of operation. Annual revenues are projected at S/ 2'821,874.08, while also contributing to the reduction of educational gaps and strengthening the role of parents as key agents in the learning process. EDUKIDS proves to be not only an economically viable model but also a transformative initiative that advances SDGs 4 and 10, fosters educational equity, and innovates with purpose by integrating technology, play, and family into a unified platform.

Tabla de Contenidos

Lista de Tablas	x
Lista de Figuras.....	xii
Capítulo I. Definición del problema	1
1.1. Contexto del problema a resolver	1
1.2. Presentación del problema a resolver	4
1.3. Sustento de la complejidad y relevancia del problema a resolver	6
1.4 Análisis del pensamiento visual, abductivo y creativo (Lienzo Dos Dimensiones).....	8
1.5 Resumen de Capítulo	10
Capítulo II. Análisis del Mercado.....	11
2.1. Descripción del Mercado o Industria	11
2.2. Análisis Competitivo	13
2.2.1. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter.....	17
2.3 Resumen de Capítulo	21
Capítulo III: Investigación del Usuario.....	22
3.1. Perfil del Cliente.....	22
3.2. Mapa de Experiencia del Usuario.....	28
3.3. Identificación de la Necesidad	31
3.4 Resumen de Capítulo	33
Capítulo IV: Diseño del Producto o Servicio	34
4.1. Concepción del Producto o Servicio.....	34
4.2. Desarrollo de la Narrativa	40
4.3. Tipo de Innovación del Producto o Servicio	44
4.4. Propuesta de Valor.....	49
4.5. Producto Mínimo Viable.....	53

4.6 Resumen de Capítulo	54
Capítulo V: Modelo de Negocio	58
5.1. Lienzo del Modelo de Negocio	58
5.2. Viabilidad del Modelo de Negocio.....	62
5.3. Escalabilidad/Exponencialidad del Modelo de Negocio	63
5.4. Sostenibilidad del Modelo de Negocio	66
5.5 Resumen de Capítulo	69
Capítulo VI: Solución Deseable, Factible y Viable	70
6.1. Validación de la Deseabilidad de la Solución.....	70
6.1.1. Hipótesis para Validar la Deseabilidad de la Solución.....	71
6.1.2. Experimentos Empleados para Validar la Hipótesis	73
6.2. Validación de la Factibilidad de la Solución.....	76
6.2.1. Plan de Mercadeo	78
6.2.2. Plan de Operaciones	83
6.2.3. Simulaciones Empleadas para Validar las Hipótesis.....	86
6.3. Validación de la Viabilidad de la Solución.....	92
6.3.1. Presupuesto de Inversión	93
6.3.2. Análisis Financiero	96
6.3.3. Simulaciones Empleadas para Validar la Hipótesis Financiera.....	97
6.4 Resumen de Capítulo	102
Capítulo VII: Solución Sostenible	103
7.1. Relevancia Social de la Solución	103
7.2. Rentabilidad Social de la Solución	108
7.3 Resumen de Capítulo	115
Capítulo VIII: Decisión e Implementación	116

8.1. Plan de Implementación y Equipo de Trabajo	116
8.2. Conclusiones	119
8.3. Recomendaciones	122
Referencias	124
Apéndice A: Entrevistas de Clientes Potenciales de EDUKIDS	132
Apéndice B: Encuesta aplicada a Potenciales Clientes	134
Apéndice C: Entrevistas para Feedback de Producto Básico de EDUKIDS	142
Apéndice D: Tercera Iteración al cliente potencial de EDUKIDS (220 encuestados) ..	144
Apéndice E: Tarjetas de pruebas de Hipótesis	146
Apéndice F: Tarjeta de aprendizaje	155
Apéndice G: Calculo LTV/CAC	164



Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Cuadro Comparativo de Competidores Directos</i>	15
Tabla 2 <i>Las Cinco Fuerzas de Porter</i>	21
Tabla 3 <i>Resumen de la Investigación de Mercado</i>	23
Tabla 4 <i>Necesidades Identificadas en el Cliente</i>	33
Tabla 5 <i>Plataformas a Nivel Global como Referentes</i>	46
Tabla 6 <i>Hipótesis de Deseabilidad de EDUKIDS</i>	69
Tabla 7 <i>Hipótesis de Deseabilidad y Pruebas a Realizar</i>	74
Tabla 8 <i>Evaluación de Resultados de Pruebas de Deseabilidad</i>	75
Tabla 9 <i>Marketing Mix</i>	78
Tabla 10 <i>Funciones Principales</i>	84
Tabla 11 <i>Parámetros para la Simulación del Desempeño del Plan de Mercadeo</i>	87
Tabla 12 <i>Estadísticos de la Simulación de Montecarlo Desempeño del Plan de Mercadeo</i> .	88
Tabla 13 <i>Análisis de sensibilidad de la ratio LTV/CAC</i>	87
Tabla 14 <i>SLAs (Acuerdo del nivel de servicio) considerados por EDUKIDS</i>	89
Tabla 15 <i>Simulación de Montecarlo del SLA (Disponibilidad de Plataforma)</i>	90
Tabla 16 <i>Simulación de Montecarlo del SLA (Calidad Académica y Docente)</i>	92
Tabla 17 <i>Simulación de Montecarlo del SLA (Soporte y Atención al Cliente)</i>	92
Tabla 18 <i>Simulación de Montecarlo del SLA (Seguimiento del Progreso y Resultados Académicos)</i>	92
Tabla 19 <i>Presupuesto de Inversión Inicial</i>	94
Tabla 20 <i>Estado de Resultados</i>	95
Tabla 21 <i>Flujo de Caja</i>	97
Tabla 22 <i>Escenarios Financieros</i>	100
Tabla 23 <i>Escenarios Financieros de la Simulación de Montecarlo</i>	100

Tabla 24 <i>Cálculo del Costo Promedio Ponderado de Capital para EDUKIDS</i>	100
Tabla 25 <i>Cálculo del Costo del Capital-Modelo CAPM para EDUKIDS</i>	101
Tabla 26 <i>Flourishing Canva</i>	105
Tabla 27 <i>Análisis del impacto del ODS 4: Educación de Calidad</i>	106
Tabla 28 <i>Análisis del impacto del ODS 10: Reducción de las Desigualdades</i>	107
Tabla 29 <i>Cálculo de beneficios sociales</i>	112
Tabla 30 <i>Cálculo de los costos sociales</i>	114
Tabla 31 <i>Cálculo de la Rentabilidad Social</i>	114
Tabla 32 <i>Plan de Implementación</i>	120



Lista de Figuras

Figura 1 Lienzo de Dos Dimensiones.....	9
Figura 2 TAM, SAM y SOM del mercado para EDUKIDS.....	13
Figura 3 Lienzo Meto – Usuario.....	29
Figura 4 Mapa de Experiencia de Usuario.....	32
Figura 5 Lienzo 6x6.....	38
Figura 6 Matriz Costo- Impacto.....	39
Figura 7 Prototipo Básico.....	43
Figura 8 Lienzo de propuesta de valor.....	52
Figura 9 Producto Mínimo Viable EDUKIDS.....	55
Figura 10 Lienzo del Modelo de Negocio de EDUKIDS.....	61
Figura 11 Matriz Exocanva.....	65
Figura 12 Histograma de la simulación Monte Carlo del ratio LTV/CAC.....	88

Capítulo I. Definición del problema

Este capítulo examina la problemática que enfrentan las familias del NSE B en Lima Metropolitana, quienes invierten en servicios educativos complementarios sin poder supervisar su efectividad debido a jornadas laborales extendidas. Para ello, primero se analiza el contexto del problema desde el ámbito global hasta la realidad peruana, luego se presenta y sustenta la complejidad y relevancia del problema a resolver. Finalmente se desarrolla el análisis del pensamiento visual, abductivo y creativo mediante el Lienzo de Dos Dimensiones, herramienta que permite mapear de manera estructurada las causas y consecuencias de la inversión educativa no supervisada.

1.1. Contexto del problema a resolver

En el contexto educativo contemporáneo, el rendimiento académico se ha consolidado como el indicador fundamental para evaluar el logro de competencias y capacidades estudiantiles necesarias para el desarrollo formativo integral. Esta variable educativa, entendida como la competencia académica exhibida por los estudiantes en una materia o área específica, demostrada a través de habilidades, capacidades y destrezas adquiridas durante el proceso educativo, representa un desafío global de primera magnitud (Avelino & Reyes, 2022). La evaluación sistemática del rendimiento académico permite identificar el grado en que los estudiantes de instituciones educativas tanto públicas como privadas logran desarrollar los aprendizajes establecidos en los programas curriculares nacionales, adquiriendo las competencias y habilidades específicas que brinda el Programa Nacional de Educación Básica (CNEB) correspondientes a cada campo y nivel educativo según el Ministerio de Educación[MINEDU] (2021).

Sin embargo, los indicadores internacionales revelan una crisis educativa alarmante, según el informe de seguimiento de la educación en el mundo de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura[UNESCO] (2023), el 40% de

estudiantes de nivel primario no logran desarrollar las competencias fundamentales en comprensión lectora, evidenciando una deficiencia estructural en los sistemas educativos globales. Por otro lado, esta problemática se intensifica en la educación inicial, donde la oferta educativa privada supera significativamente a la pública en comparación con los niveles primario y secundario. No obstante, a nivel internacional, las tasas de matriculación en instituciones privadas alcanzan el 32.2% según datos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE] (2022) y el 25.5% en la Unión Europea, mientras que países como España registran un 37.0%, muy por encima de los promedios internacionales, además, esta disparidad oscila desde el 13.6% en Francia hasta el 99.3% en Irlanda, revelando inequidades significativas en el acceso a la educación de calidad.

La región Latinoamericana y el Caribe enfrenta una situación educativa particularmente crítica, posicionándose en la mitad inferior del ranking mundial de calidad educativa según las evaluaciones PISA en las tres áreas fundamentales que son matemáticas, lectura y ciencias. Sin embargo, aunque todos los países de la región demuestran mejor desempeño en lectura comparado con matemáticas y ciencias, los resultados permanecen considerablemente por debajo de los estándares internacionales según el Banco Interamericano de Desarrollo [BID] (2023). Por consiguiente, las cifras regionales son devastadoras, donde tres de cada cuatro estudiantes no alcanzan las competencias mínimas en matemáticas (contrastando con el 31% de los países OCDE), mientras que el 55% carece de habilidades básicas de lectura y el 57% presenta deficiencias en ciencias.

En consecuencia, esta brecha educativa refleja las profundas desigualdades estructurales que caracterizan a la región (BID, 2023). Igualmente, el índice de resultados escolares para América Latina revela disparidades significativas entre países, como Chile liderando con 38 de cada 100 adolescentes de 15 años completando su escolaridad en tiempo y forma, seguido por Uruguay con 36 de cada 100. En contraste, países como Perú registran

28 de cada 100, Brasil y México 23 de cada 100, Argentina 22 de cada 100, Colombia 19 de cada 100, y Paraguay apenas 11 de cada 100 estudiantes (Nistal et al., 2024).

En el Perú en los últimos años, los alumnos de 2° grado de primaria el 88,8 % no alcanza un nivel satisfactorio en matemática, mientras que en los de 4° registran un 77,5 %. Entre otros resultados, con respecto a la comprensión lectora en primaria, el 63,4 % de los alumnos de segundo grado y el 67 % de cuarto no alcanzan el nivel satisfactorio (MINEDU, 2023). Por otra parte, se evidencia una paradoja en las familias profesionales del NSE B: mientras tienen mayores recursos económicos y expectativas educativas más altas, enfrentan restricciones de tiempo más severas que otros segmentos. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI] (2024), el 73% de profesionales en Lima trabaja más de 48 horas semanales, dejando menos de 2 horas diarias para actividades familiares. Esta limitación temporal los obliga a delegar el acompañamiento educativo en servicios externos, pero sin las herramientas ni el tiempo para evaluar su efectividad (Belmonte et al., 2022).

Asimismo, el ausentismo parental forzado por demandas laborales constituye la causa principal del vacío en el acompañamiento educativo. Según Morales et al. (2024), las demandas laborales representan el principal obstáculo para la participación parental en el proceso educativo, afectando al 40% de las familias. En los NSE B, esta situación se agrava porque ambos padres trabajan en la mayoría de hogares, reduciendo significativamente el tiempo disponible para el apoyo académico (INEI, 2024).

Además, Lorence et al. (2024) documentan que esta situación genera un fenómeno de delegación educativa no supervisada, donde los padres con limitaciones temporales, pero con recursos económicos disponibles, recurren a servicios externos de apoyo escolar. Sin embargo, la falta de tiempo para evaluar estos servicios y la ausencia de información confiable sobre su calidad pedagógica, convierte esta inversión en una solución parcial que no necesariamente aborda las necesidades educativas reales de los estudiantes. Finalmente, la

convergencia de estos factores configura una problemática específica en los sectores medios urbanos, donde familias con capacidad económica para invertir en educación, pero sin el tiempo necesario para realizar un acompañamiento efectivo ni para evaluar adecuadamente los servicios educativos que contratan. Esta paradoja estructural constituye el núcleo del problema que requiere intervenciones diseñadas específicamente para las realidades de estos segmentos socioeconómicos.

1.2. Presentación del problema a resolver

En Lima Metropolitana, las familias del nivel socioeconómico B enfrentan una paradoja estructural en el ámbito educativo: mientras poseen recursos económicos para invertir en servicios de reforzamiento escolar, carecen de los mecanismos necesarios para evaluar si estos servicios realmente contribuyen al desarrollo académico de sus hijos. Esta problemática afecta específicamente a hogares donde ambos padres ejercen actividades profesionales con jornadas laborales extendidas, limitando severamente su capacidad de supervisión y acompañamiento educativo directo. Investigaciones recientes confirman esta relación. Park y Kim (2024) demostraron que el involucramiento parental tiene una asociación positiva con el logro académico de los adolescentes, siendo el compromiso académico del estudiante el mecanismo mediador más relevante, lo que subraya el impacto negativo que las extensas jornadas laborales generan en las familias del NSE B. La dimensión de esta problemática abarca aproximadamente al 24.4% de hogares limeños pertenecientes al NSE B (APEIM, 2024), donde según el INEI (2024), el 73% de profesionales trabaja más de 48 horas semanales, disponiendo de menos de 90 minutos diarios para actividades familiares. Esta restricción temporal genera una dependencia forzada de servicios educativos externos que operan sin estándares de calidad transparentes ni mecanismos de evaluación accesibles para los padres.

El mercado de servicios educativos complementarios en Lima presenta características

que profundizan esta problemática como la ausencia de regulación efectiva, proliferación de ofertas sin certificación pedagógica verificable, y asimetría de información entre proveedores y consumidores. Por lo que, las familias del NSE B invierten mensualmente recursos significativos en tutorías, academias y plataformas digitales, guiándose principalmente por publicidad o recomendaciones informales, sin contar con herramientas objetivas para medir el impacto real en el aprendizaje de sus hijos. Esta situación se refleja en los indicadores educativos nacionales, donde el 88.2% de alumnos de 2° grado de primaria no alcanza el nivel satisfactorio en matemática, y el 63.4% presenta deficiencias en comprensión lectora (MINEDU, 2023). Estos resultados son particularmente preocupantes en el segmento socioeconómico B, donde existe inversión educativa considerable, pero sin supervisión efectiva, evidenciando que el gasto familiar en servicios complementarios no necesariamente se traduce en mejoras del rendimiento académico. Esta problemática es consistente con lo reportado por Bray y Ventura (2024), quienes señalan que la educación complementaria privada en Latinoamérica se ha expandido significativamente sin mecanismos de rendición de cuentas, generando un gasto familiar importante que no se traduce necesariamente en mejoras verificables del aprendizaje.

Si bien el Ministerio de Educación ha reconocido mediante la RVM N.º 045-2022-MINEDU la necesidad de implementar estrategias de reforzamiento escolar complementario, no se han establecido protocolos de certificación, supervisión o información que permitan a las familias evaluar la calidad de estos servicios. Esta ausencia de marcos regulatorios y mecanismos de transparencia perpetúa un mercado educativo donde la inversión familiar no garantiza resultados verificables (MINEDU, 2024). Estos hallazgos son corroborados por Murillo y Duk (2020), quienes identifican que los sistemas educativos latinoamericanos presentan desigualdades estructurales que impactan desproporcionadamente

a estudiantes de sectores medios urbanos, donde el acceso a recursos económicos no garantiza calidad ni acompañamiento efectivo.

La hipótesis planteada sostiene que los hogares del NSE B en Lima enfrentan barreras estructurales para garantizar una educación de calidad a sus hijos, donde la combinación de jornadas laborales extendidas, la ausencia de información confiable sobre la efectividad de los servicios educativos disponibles, y la carencia de mecanismos transparentes de evaluación de calidad, genera una situación donde las familias realizan inversiones educativas significativas, pero no supervisadas. Esta configuración perpetúa un ciclo donde el gasto familiar en educación complementaria no se traduce en mejoras verificables del aprendizaje, profundizando la incertidumbre parental sobre el progreso académico real de sus hijos y comprometiendo tanto el desarrollo integral de los estudiantes como la capacidad de las familias para contribuir activamente al proceso educativo.

1.3. Sustento de la complejidad y relevancia del problema a resolver

La problemática que enfrentan las familias del NSE B en Lima para supervisar y evaluar los servicios educativos complementarios constituye un desafío profundo y multidimensional, influido por condiciones económicas, sociales y tecnológicas que impactan la formación integral de los estudiantes durante la etapa de los 6 a 12 años. Esta complejidad radica en la paradoja de tener recursos económicos, pero carecer del tiempo y las herramientas para garantizar que dichos recursos se traduzcan en mejoras educativas reales. El impacto económico de esta problemática es significativo para las familias del NSE B. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2024), cuando las familias invierten sin supervisión efectiva en servicios educativos, más del 30% de estudiantes no logra acceder a educación superior o técnica, a pesar de la inversión familiar realizada. Esto representa una pérdida de recursos familiares no recuperables que, en el NSE B, puede alcanzar hasta el 20% del ingreso familiar anual sin generar los resultados esperados en el desarrollo académico.

Un estudio del Banco Mundial [BN] (2022), estima que la falta de supervisión efectiva del aprendizaje podría generar pérdidas de hasta US \$21 billones en ingresos a nivel global, equivalente al 17% del PIB mundial. En el contexto peruano, considerando que el PIB es aproximadamente US \$250,000 millones (BM, 2024), la pérdida potencial ascendería a US \$42,500 millones. Para las familias del NSE B, esto significa que su inversión educativa no supervisada contribuye a perpetuar estas pérdidas económicas futuras, afectando directamente el retorno esperado de su inversión en educación.

Desde la dimensión social, la imposibilidad de supervisar el reforzamiento académico en el NSE B perpetúa desigualdades estructurales. Aunque estas familias invierten en educación complementaria, la falta de mecanismos de evaluación impide verificar si esta inversión reduce la brecha educativa. A nivel global, se estima que cada año adicional de escolaridad efectiva incrementa en promedio un 10% los ingresos por hora trabajada (Patrinos, 2024), pero sin supervisión adecuada, no hay garantía de que el reforzamiento contratado contribuya a esta escolaridad efectiva.

Desde el punto de vista tecnológico, aunque el 94% de peruanos tiene acceso a smartphones (OSIPTEL, 2024), las familias del NSE B enfrentan una paradoja tecnológica: tienen acceso a dispositivos, pero carecen de plataformas que les permitan monitorear y evaluar el progreso real de sus hijos en los servicios educativos contratados. Esta brecha entre acceso tecnológico y herramientas de supervisión efectiva limita la capacidad de las familias para tomar decisiones informadas sobre la educación complementaria. En este contexto, Albornoz et al. (2025) demostraron en un estudio experimental realizado en siete países latinoamericanos, incluido Perú, que la tutoría remota mediada por tecnología mejora significativamente los resultados de aprendizaje cuando se implementa con propósitos pedagógicos claros y sistemas de retroalimentación continua.

Según Organización de las Naciones Unidas [ONU] (2022), esta problemática se

vincula directamente con el ODS 4 (Educación de calidad), que plantea no solo el acceso a la educación, sino la garantía de su calidad y efectividad. La imposibilidad de las familias del NSE B para evaluar los servicios educativos compromete este objetivo. Asimismo, se relaciona con el ODS 10 (Reducción de las Desigualdades), ya que la falta de transparencia en el mercado educativo perpetúa desigualdades entre quienes pueden y no pueden verificar la calidad de la educación que reciben sus hijos.

La complejidad de esta problemática en las familias del NSE medio requiere comprender la interacción de múltiples factores, tanto económicos (inversión sin retorno verificable), sociales (presión por el éxito académico sin herramientas de medición), familiares (tiempo limitado de supervisión parental) y estructurales (mercado educativo no regulado y opaco). Esta convergencia de factores configura un escenario donde las familias realizan inversiones educativas significativas, pero a ciegas, sin capacidad real de evaluar si los servicios contratados mejoran el aprendizaje de sus hijos. Perpetuando un ciclo de gasto educativo ineficiente y ansiedad parental sobre el futuro académico.

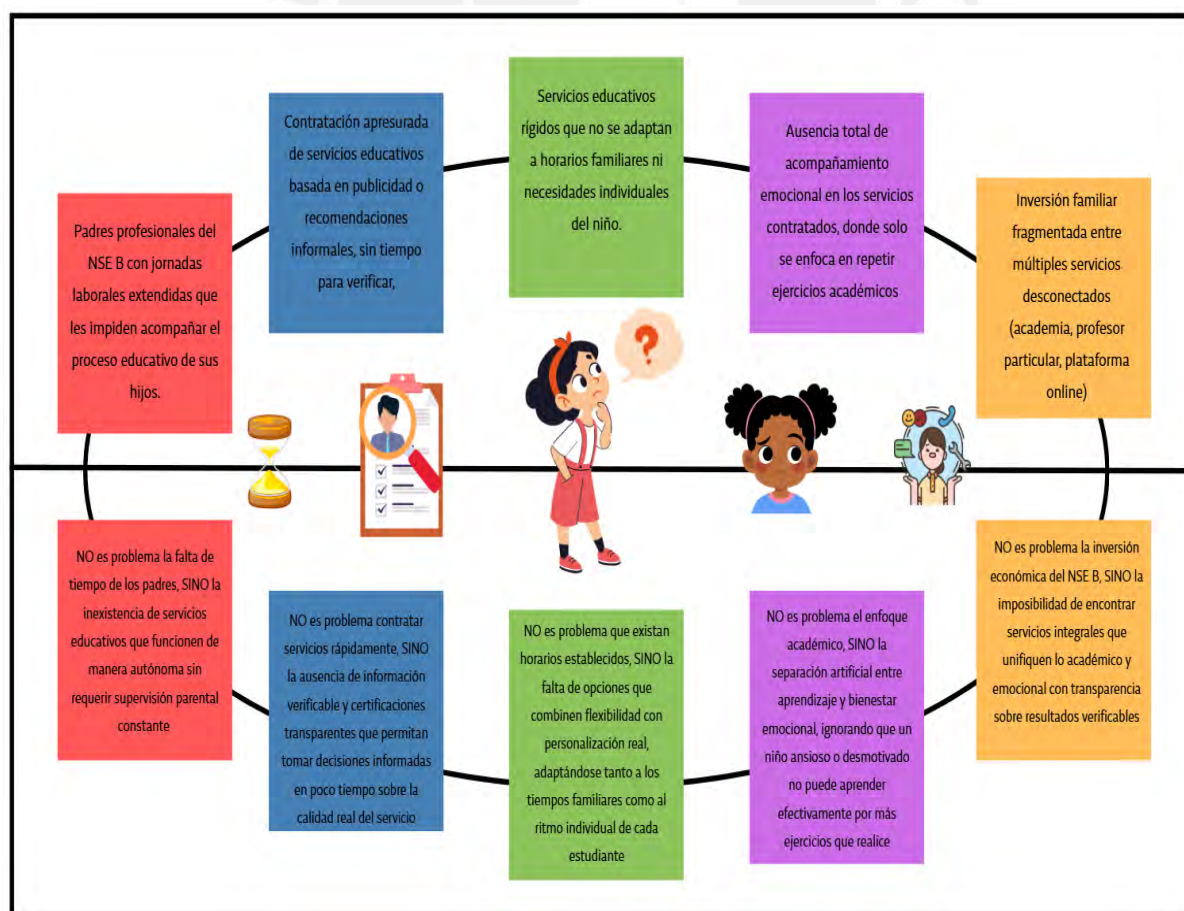
1.4 Análisis del pensamiento visual, abductivo y creativo (Lienzo Dos Dimensiones)

El lienzo de dos dimensiones de EDUKIDS constituye una herramienta estratégica que permite visualizar de manera sistemática la problemática central que enfrentan las familias del NSE B en Lima, como la imposibilidad estructural de supervisar y evaluar los servicios educativos complementarios que contratan para sus hijos. Esta representación visual evidencia cómo la convergencia de factores temporales, informativos y estructurales configura un problema complejo que trasciende el simple bajo rendimiento académico. Este instrumento facilita el análisis de las relaciones causales entre los elementos del problema. La parte superior del lienzo muestra la secuencia: la falta de tiempo de los padres profesionales (causa raíz) genera dependencia de servicios externos no supervisados, lo que resulta en inversiones educativas sin garantía de efectividad.

La parte inferior clarifica que el problema no es la ausencia de servicios educativos, sino la falta de mecanismos que permitan a los padres del NSE B evaluar si estos servicios realmente funcionan, sin requerir su supervisión constante e incorporen el soporte emocional necesario y la personalización del aprendizaje que cada niño requiere. Desde esta perspectiva visual, el lienzo revela múltiples dimensiones del problema, donde no solo la imposibilidad de supervisar aspectos académicos, sino también la incapacidad de verificar si los servicios contratados atienden las necesidades emocionales de los estudiantes. Es por ello, que las conexiones trazadas demuestran la urgencia de los padres por identificar opciones confiables en un mercado educativo que opera sin transparencia, tal como se representa en la Figura 1.

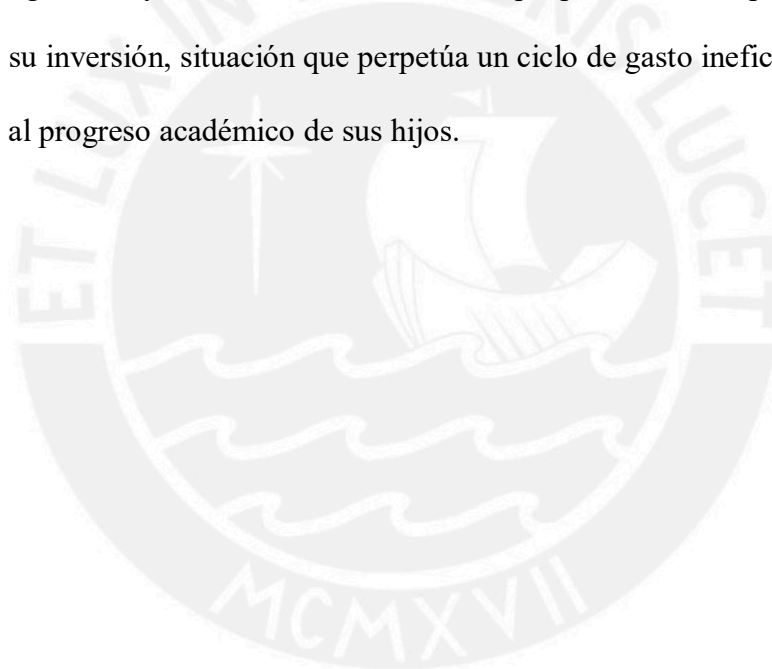
Figura 1

Lienzo de Dos Dimensiones



1.5 Resumen de Capítulo

En este capítulo se analizó la problemática que enfrentan las familias del NSE B en Lima Metropolitana, caracterizada por la paradoja de invertir entre S/200 y S/450 mensuales en servicios educativos complementarios sin contar con mecanismos para verificar su efectividad. Se evidenció que la mayoría de profesionales limeños trabaja más de 48 horas semanales, lo cual limita severamente su capacidad de acompañamiento y supervisión educativa directa. Mediante el análisis del Lienzo de Dos Dimensiones, se identificó que el problema central no radica en la ausencia de servicios educativos, sino en la falta de transparencia, regulación y herramientas de medición que permitan a los padres evaluar el retorno real de su inversión, situación que perpetúa un ciclo de gasto ineficiente y ansiedad parental frente al progreso académico de sus hijos.



Capítulo II. Análisis del Mercado

Este capítulo presenta el análisis del mercado de servicios de reforzamiento académico en Lima Metropolitana. En primer lugar, se describe el mercado mediante la metodología TAM-SAM-SOM para dimensionar la oportunidad comercial de EDUKIDS. Posteriormente, se realiza el análisis competitivo identificando a los principales actores del sector y comparando sus propuestas de valor, fortalezas y debilidades. Finalmente, se aplica el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter para evaluar la intensidad competitiva, las barreras de entrada y el poder de negociación de los actores del mercado.

2.1. Descripción del Mercado o Industria

La segmentación del mercado se estructura en tres niveles fundamentales, el Mercado Total Direccional (TAM), que incluye a todos los clientes potenciales en su conjunto (Ramos & Montoya, 2024). El Mercado Disponible y Servible (SAM), que hace referencia al segmento que puede ser atendido bajo determinadas condiciones del entorno o del servicio (Tribal, 2021). Finalmente, el Mercado Obtenible y Servible (SOM), que estima el volumen de ventas e ingresos alcanzables en el primer año, tomando en cuenta los recursos y la capacidad operativa disponible (Santander, 2021).

Para estimar el alcance potencial de EDUKIDS, se calculó el Mercado Total Direccional (TAM) utilizando información demográfica y socioeconómica de Lima Metropolitana, obteniendo una estimación de 256,515 hogares. Esta cifra representa el total de potenciales clientes ubicados en los distritos de Lima Metropolitana, cuya población conjunta es de 11,447,956 habitantes (MINSU, 2025). De esa cantidad, 4,909,387 personas se encuentran en el rango etario definido como objetivo (entre 25 y 45 años). Para refinar el cálculo, se aplicaron los porcentajes correspondientes a los niveles socioeconómicos B (20,9%) según datos de la Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados [APEIM] (2024), lo que arrojó un total de 1,026,062 personas del NSE B. Estas cifras

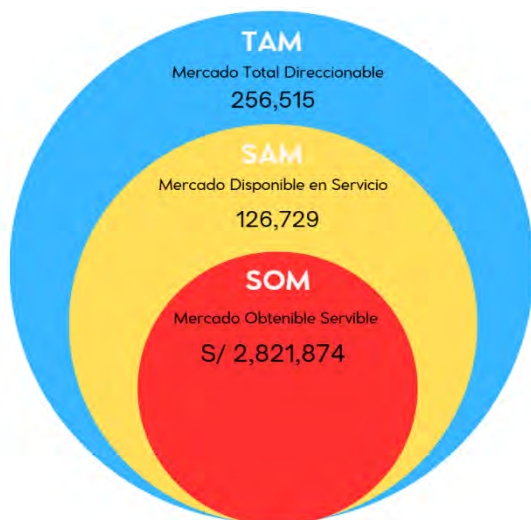
definen un mercado objetivo de 1,026,062 personas, dividiéndolo entre 4 integrantes para obtener el número de hogares 256,515 constituyendo así el TAM, que proporciona una visión clara del universo de clientes potenciales para EDUKIDS en Lima Metropolitana.

En cuanto al Mercado Disponible y Servible (SAM), se estimó en 126,729 personas, considerando distintos factores que inciden tanto en el acceso como en la predisposición a utilizar la plataforma. Para llegar a esta cifra, se aplicaron al TAM tres porcentajes clave, el 85% correspondiente a escolares con bajo rendimiento escolar en matemática, el 74.8% correspondiente a escolares con bajo rendimiento escolar en comprensión lectora, el 88.4% con acceso a teléfonos inteligentes, y el 87.9% con disposición a utilizar herramientas digitales (OPSITEL, 2022). Estas variables permiten identificar el segmento de mercado con mayor probabilidad de adoptar la propuesta de EDUKIDS, aunque es importante señalar que se trata de proyecciones basadas en datos generales, por lo que podrían requerir ajustes a medida que se recopile información más precisa sobre las condiciones tecnológicas y las preferencias de reforzamiento educativo en Lima.

El mercado obtenible servible (SOM) partiendo de una captación inicial de 6,336 hogares durante el primer año. Cada familia permanecería suscrita a la plataforma durante un periodo promedio de cuatro meses, lo que permitiría alcanzar un SOM inicial de S/ 2,821,874. La proyección de crecimiento refleja un avance progresivo, se espera un aumento del 10% en el segundo año (S/ 3,104,061), del 15% en el tercero (S/ 3,569,671), del 12% en el cuarto (S/ 3,998,031) y del 10% en el quinto año (S/ 4,397,834). Estas cifras se alinean con el crecimiento actual del sector educativo, que según el informe de Sycomore Asset Management [SAM] (2023) registra una expansión anual del 16%, lo cual respalda una perspectiva razonable basada en la experiencia operativa y el desarrollo progresivo del Mercado, como se ilustra en la Figura 2.

Figura 2

TAM, SAM y SOM del mercado para EDUKIDS



Nota. Adaptado de Niveles Socioeconómicos 2023-2024, por APEIM, 2024; y Día Internacional de la Educación: Sólo el 30.9 % de jóvenes peruanos logró transitar a la educación superior, INEI, 2024.

2.2. Análisis Competitivo

En esta sección se desarrolla el análisis competitivo del mercado de servicios educativos complementarios en Lima Metropolitana, con el objetivo de identificar a los principales actores del sector y determinar las oportunidades de diferenciación para EDUKIDS. Para ello se realizó un cuadro comparativo de competidores directos que examina sus propuestas de valor, fortalezas, debilidades, cobertura y estructura de precios. Este análisis permite posicionar estratégicamente la propuesta frente a la oferta existente e identificar los vacíos del mercado que EDUKIDS puede cubrir.

En la actualidad, existe una creciente preocupación entre los padres de familia del sector B de Lima Metropolitana por brindar una educación de calidad a sus hijos, especialmente en edades clave como la primaria. Cada vez más familias buscan alternativas que no solo refuercen los conocimientos académicos, sino que también fomenten un aprendizaje significativo, personalizado y emocionalmente saludable para niños entre los 8 y 12 años. En este contexto, surge una oportunidad clave para atender a este segmento con

soluciones educativas que integren tecnología, flexibilidad y acompañamiento emocional, respondiendo a las exigencias del mundo actual sin descuidar el desarrollo integral del estudiante. A continuación, en la Tabla 1 se presentan los principales competidores identificados en este mercado emergente, considerando sus propuestas de valor, cobertura, fortalezas y debilidades frente a la oferta de EDUKIDS.

Kumon es una metodología exclusiva con 35 años en Perú que motiva la autonomía de los niños desde temprano, buscando fortalecer el potencial de aprendizaje de cada uno de forma individualizada. Su propuesta de valor se basa en el estudio individualizado que no se limita a la edad o grado escolar, donde cada alumno estudia desde el punto más adecuado a su capacidad, pudiendo avanzar más allá de los contenidos de su grado escolar. Su fortaleza es su reconocimiento internacional, metodología probada durante décadas y presencia en 8 unidades en Lima, Trujillo, Chiclayo y Piura. Su debilidad es que su modelo requiere asistencia presencial regular a centros físicos y se enfoca principalmente en matemáticas y lectura, limitando la flexibilidad del modelo (Kumon, 2025).

Tutor Doctor es una organización internacional que ayuda a sus estudiantes a alcanzar su máximo potencial académico a través de tutorías personalizadas en la conveniencia y seguridad de su hogar u oficina. Desde 2013 en Perú han apoyado a más de 600 alumnos con más de 24,000 horas dictadas. Su propuesta de valor radica en la flexibilidad del horario del tutor para adaptarse a la agenda familiar, aplicando un sistema de aprendizaje uno-a-uno y desarrollando un programa personalizado trabajando con la tarea del estudiante y el programa escolar. Su fortaleza es la atención completamente personalizada y su experiencia con estudiantes de los principales colegios de Lima como Markham, San Silvestre, Roosevelt, Casuarinas. Su debilidad es su alto costo debido al modelo 1 a 1 y la dependencia de la disponibilidad de tutores calificados, lo que puede limitar la escalabilidad (Tutor Doctor, 2025).

Tabla 1*Cuadro Comparativo de Competidores Directos*

Competidor	Propuesta de Valor	Ubicación	Fortaleza	Debilidad	Precio	Canal de venta
Kumon	Estudio individualizado que no se limita a la edad o grado escolar, permitiendo avanzar según capacidad del alumno.	8 unidades en Lima, Trujillo, Chiclayo y Piura.	Reconocimiento internacional y metodología probada.	Requiere asistencia presencial regular y se enfoca solo en matemáticas y lectura.	S/ 350-S/525 por mes.	Atención en centros físicos o vía sitio web, WhatsApp
Tutor Doctor	Tutorías personalizadas uno-a-uno en casa o virtuales con programas adaptados al alumno.	Presencia en Lima desde 2013, más de 24,000 horas dictadas.	Atención personalizada con experiencia en principales colegios de Lima.	Alto costo y dependencia de tutores calificados.	S/80-S/120 por hora.	Plataforma web o WhatsApp, evaluación a domicilio o virtual, y emparejamiento con tutor vía sistema "Magic Match".
Pro Academy	Clases personalizadas y flexibles con profesores nacionales y extranjeros, 100% virtual.	Nacional, clases virtuales disponibles toda la semana.	Flexibilidad total en horarios e inicio de clases cada semana.	Enfoque en secundaria y preuniversitarios, no en inicial o primaria temprana.	S/290-S/1,080 por mes.	Contacto directo vía WhatsApp y formulario web; envían cotización personalizada tras indicar materia y nivel.
Academia Estudia	Nivelación exhaustiva de contenidos escolares según currículo nacional en 2 meses.	Más de 70 colegios en Lima y 14 en provincias.	Profesores especializados y experiencia institucional sólida.	Enfoque limitado a matemáticas para secundaria y modelo intensivo poco adaptable.	S/300-500 por mes.	Atención presencial en sedes, teléfono, redes sociales, contacto vía página web.
Superprof	Marketplace de clases particulares en múltiples materias para todos los niveles.	Amplia cobertura nacional e internacional, clases virtuales y presenciales.	Variación de tutores y materias, flexibilidad en modalidad.	Variabilidad en la calidad de los tutores y falta de programa estructurado.	S/20-S/120 por hora.	Contacto directo vía WhatsApp y formulario web.

Pro Academy, ofrece clases particulares y refuerzo escolar personalizado para estudiantes de primaria y secundaria, con profesores nacionales y extranjeros altamente calificados. Su propuesta de valor se centra en sesiones flexibles donde los estudiantes eligen sus horarios y avanzan a su propio ritmo, utilizando herramientas avanzadas para brindar experiencias de aprendizaje interactivas. En cuanto a sus fortalezas, destaca la flexibilidad total con inicio de clases todas las semanas, horarios de lunes a viernes y fines de semana, siendo un servicio 100% virtual. No obstante, su principal debilidad radica en que se enfoca principalmente en estudiantes de secundaria y preuniversitarios, limitando su alcance en educación inicial y primaria temprana (Pro Academy, 2025).

Academia Estudia, son líderes en nivelación escolar en el Perú, trabajando con más de 70 colegios en Lima, 14 en provincias y nivelando más de 22 mil alumnos durante 14 años. Su propuesta de valor se basa en programas que desarrollan de manera exhaustiva todos los temas por grado exigidos por el currículo nacional, con un mínimo de 40 temas por grado, completando todo el año escolar en sólo dos meses. Su fortaleza es su amplia experiencia institucional y profesores cuidadosamente seleccionados de matemáticas puras y ciencias, especializados de la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI). Su debilidad es su enfoque principalmente en matemáticas para secundaria y su modelo intensivo de 2 meses que puede no adaptarse a todas las necesidades de reforzamiento continuo (Academia Estudia, 2025).

Superprof ofrece clases de apoyo escolar a domicilio o en línea, con más de 100,000 expertos en diferentes asignaturas. Su propuesta de valor se basa en clases de refuerzo 100% personalizadas para estudiantes de cualquier nivel académico, tanto primaria como secundaria, con amplia variedad de materias como matemáticas, inglés, historia, física, música. Su fortaleza es su amplio catálogo de tutores especializados en múltiples materias y la flexibilidad de elegir entre clases presenciales o virtuales. Su debilidad es la variabilidad en la calidad de los tutores al ser una plataforma *marketplace*, y la falta de un programa

estructurado o seguimiento académico institucional, dependiendo completamente de la iniciativa individual de cada tutor (Superprof, 2025).

Las clases particulares de refuerzo escolar han aumentado significativamente en Perú después de la pandemia covid-19, durante el confinamiento y la virtualización forzada del sistema educativo, muchos estudiantes sufrieron brechas en su aprendizaje, generando preocupación en los padres sobre el nivel académico de sus hijos, ya que ellos reconocen que sus hijos enfrentaron problemas académicos durante el período de relajación escolar. Este contexto evidencia la necesidad de soluciones que ofrezcan transparencia y mecanismos de evaluación autónomos. EDUKIDS propone abordar esta brecha mediante una plataforma que combina educación personalizada con reportes verificables de progreso, permitiendo a los padres del NSE B supervisar el avance real sin requerir su presencia constante.

Su propuesta de valor se centra en ofrecer una educación personalizada, adaptable al ritmo y estilo de aprendizaje de cada niño, mientras mantiene el contacto humano como elemento clave en el proceso formativo. Además, el mercado actual muestra una marcada inclinación hacia soluciones que ofrezcan flexibilidad horaria, accesibilidad tecnológica y contenidos pedagógicos de calidad. El mercado muestra una clara tendencia hacia la personalización, la flexibilidad horaria y el uso de tecnología educativa, lo que posiciona favorablemente a las plataformas virtuales como EDUKIDS.

2.2.1. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

El modelo de las Cinco Fuerzas de Porter constituye una herramienta estratégica que permite evaluar el nivel de competencia dentro de un sector, analizando elementos clave como los compradores, proveedores, productos sustitutos, posibles nuevos entrantes y la rivalidad entre competidores existentes (Shi y et al., 2021). Este enfoque facilita la comprensión de la estructura competitiva de una industria y su capacidad para generar rentabilidad. A través de este análisis, se examina el grado de influencia de cada actor del

mercado, las barreras que dificultan el ingreso de nuevas empresas y la intensidad de la competencia directa. Su aplicación ayuda a las organizaciones a detectar oportunidades de inversión, formular estrategias competitivas y tomar decisiones sobre su entrada o permanencia en un sector, tal como se detalla en la Tabla 2.

- **Amenaza de nuevos integrantes (Nivel medio)**

La amenaza de ingreso de nuevos competidores es calificada dentro de un nivel medio ya que no hay grandes barreras que eviten el ingreso de nuevos competidores, existen colegios que pueden añadir este servicio a sus productos ofrecidos, pero no es muy común encontrarlos, y se requiere una curva de aprendizaje mediana. Además, no se requiere un capital alto para poder ingresar al mercado (Faster Capital, 2025). A ello se suma que al ser un nicho aún no explorado por otras empresas que brinden soluciones de similares características, existe el riesgo de que en algún momento puedan dirigir sus esfuerzos hacia este sector objetivo.

- **Poder de negociación de los proveedores (Nivel Medio)**

El poder de negociación de los proveedores en el mercado actual se considera de nivel medio, caracterizado por dependencia moderada de recursos especializados. Los proveedores más críticos incluyen educadores especializados en metodologías innovadoras y psicólogos educativos certificados. La escasez de docentes calificados en gamificación y ABP en el mercado peruano otorga cierto poder de negociación a estos profesionales, especialmente considerando que siguen faltando docentes en todas las regiones del mundo, en especial en aquellas en las que la población en edad escolar aumenta rápidamente, se necesita aumentar el número de maestros de primaria en más de un 8% anual para duplicar el número de docentes de primaria y así lograr la educación primaria universal (UNESCO, 2022).

Los colegios aliados mantienen poder moderado, pero la crisis financiera que atraviesan muchas instituciones privadas, contando con una morosidad superior al 40% según la

Asociación de Colegios Particulares Amigos [Adecopa] (2025), lo cual los convierte en aliados interesados en generar ingresos adicionales. En contraste, los proveedores tecnológicos presentan menor poder debido a la amplia oferta de plataformas educativas disponibles. La estrategia de diversificación de proveedores y desarrollo de capacitaciones internas mitiga esta dependencia, manteniendo el factor en nivel intermedio.

- **Poder de negociación con clientes (Nivel Medio Alto)**

El poder de negociación que ejercen los clientes en el sector de servicios educativos se sitúa en un nivel medio-alto. Esta situación se debe, en gran medida, a que las instituciones educativas buscan captar un volumen elevado de matrículas para asegurar su sostenibilidad financiera y competitividad. No obstante, los padres de familia; quienes son los principales tomadores de decisiones en este proceso; suelen ser extremadamente meticulosos y exigentes al momento de seleccionar el centro educativo donde estudiarán sus hijos.

Según una encuesta de Datum los padres peruanos consideran múltiples factores al elegir una institución educativa para sus hijos, que va más allá del precio, el 34 % prioriza la formación en valores y el 60 % valora la calidad y preparación de los docentes (El Comercio, 2024). En este sentido, la elección no se basa únicamente en el precio, sino en una combinación de factores que les brinden seguridad y confianza. Según (Busso, 2021) para lograr captar su atención y preferencia, las instituciones deben contar con atributos sólidos que respalden su propuesta de valor, tales como testimonios positivos de otros padres y estudiantes, casos de éxito comprobables, un prestigio consolidado en el tiempo, altos niveles de confianza y credibilidad, certificaciones de calidad educativa, así como el reconocimiento y autorización oficial del Ministerio de Educación. Por tanto, a medida que una institución educativa acumule más elementos que validen su calidad y compromiso con la formación integral de los estudiantes, mayor será la probabilidad de que los padres decidan matricular a

sus hijos allí. En este contexto, el cliente tiene un rol activo y decisivo, lo que obliga a diferenciarse y ofrecer beneficios tangibles y percibidos que respalden su promesa educativa.

- **Amenaza de productos sustitutos (Nivel Medio)**

La amenaza de productos sustitutos se clasifica como nivel medio, considerando alternativas que satisfacen parcialmente las necesidades del mercado objetivo. Los principales sustitutos incluyen los programas de cursos online gratis, como coursera, academias preuniversitarias adaptadas, canales de youtube y programas de reforzamiento de colegios privados, las tutorías individuales representan el sustituto más directo, pero carecen del acompañamiento socioemocional integral. Las plataformas digitales constituyen sustitutos de bajo costo, pero presentan limitaciones en personalización y acompañamiento humano, con 60% prefiriendo educación presencial, 11% híbrido y 29% remoto (El Comercio, 2024).

- **Intensidad de la rivalidad de los competidores actuales (Nivel Medio)**

En el sector de servicios educativos complementarios dirigidos al reforzamiento académico de estudiantes de primaria en el Perú, la competencia se considera de nivel medio, aunque existen diversos actores que ofrecen servicios similares, pocos están específicamente enfocados en brindar reforzamiento académico personalizado y emocionalmente saludable para niños de primaria. Plataformas como Kumon (2025), Pro Academy (2025) o academias tradicionales ofrecen contenidos educativos, pero ninguna proporciona reportes verificables de progreso sin supervisión parental ni integra el acompañamiento socioemocional con transparencia en resultados. Esta ausencia de soluciones integrales perpetúa la problemática identificada, creando un espacio de mercado para propuestas como EDUKIDS que aborden estas carencias estructurales. Además, muchos competidores tradicionales siguen dependiendo de metodologías rígidas o masivas, dejando de lado las necesidades específicas de niños con bajo rendimiento escolar, esta falta

de adaptación permite que EDUKIDS ingrese con ventaja, ofreciendo sesiones virtuales, con enfoque socioemocional.

Tabla 2

Las Cinco Fuerzas de Porter

Industria de Servicios Educativos Complementarios Fuerzas de Porter	Niveles de Amenaza			
	Bajo	Medio	Medio	Medio Alto
Amenaza de Nuevos Ingresantes			X	
Poder de Negociación de los Proveedores			X	
Poder de Negociación con Clientes				X
Amenaza de Productos Sustitutos			X	
Intensidad de la Rivalidad de los Competidores Actuales			X	

Nota. Elaboración propia.

2.3 Resumen de Capítulo

En este capítulo se realizó el análisis del mercado de servicios de reforzamiento académico en Lima Metropolitana, determinando un mercado total direccionable de más de 256,000 hogares y un mercado obtenible inicial superior a los S/2.8 millones para el primer año de operación. Se identificaron cinco competidores directos mediante un cuadro comparativo que reveló que ninguno ofrece simultáneamente reportes verificables de progreso, gamificación sistemática y acompañamiento socioemocional. Asimismo, el análisis de las Cinco Fuerzas de Porter determinó un nivel de competencia medio en el sector, con oportunidades claras de diferenciación para EDUKIDS a través de su propuesta de transparencia educativa y personalización del aprendizaje, en un mercado que registra una expansión anual superior al 15%.

Capítulo III: Investigación del Usuario

Este capítulo presenta la investigación del usuario de EDUKIDS en Lima Metropolitana. En primer lugar, se construye el perfil del cliente mediante una metodología mixta que combinó 13 entrevistas a profundidad y 214 encuestas, incluyendo la elaboración del arquetipo de cliente y el Lienzo Meta-Usuario. Luego, se desarrolla el Mapa de Experiencia del Usuario con 12 momentos clave que recogen el recorrido emocional y racional de los padres. Finalmente, se identifican las necesidades principales del público objetivo que orientarán el diseño de la propuesta de valor.

3.1. Perfil del Cliente

Para comprender a profundidad las necesidades educativas actuales de las familias con hijos en edad escolar, EDUKIDS empleó una metodología mixta que combinó el análisis cuantitativo de 214 encuestas estructuradas con la exploración cualitativa de 13 entrevistas en profundidad a padres de familia (ver Apéndices A y B). Este enfoque permitió no solo cuantificar tendencias, sino también revelar motivaciones, emociones y expectativas que guían la decisión de inversión educativa en este segmento. El análisis revela un perfil claramente definido, padres y madres entre los 31 y más de 40 años (81%), mayoritariamente con ocupaciones en empresas privadas, sector público o como profesionales independientes (85%), residentes en Lima Este, Lima Centro y Lima Sur (79%), con 1 o 2 hijos en edad escolar (8 a 12 años) (91%) que asisten principalmente a colegios privados (93%). Sus hogares tienen ingresos mensuales de hasta S/4,000 (84%), y muestran una alta predisposición a invertir en educación complementaria. Cerca del 81% de los padres ya invierte entre S/200 y S/450 mensuales en refuerzo académico, y el 97% estaría dispuesto a pagar entre S/80 y S/280 por una plataforma educativa virtual, estos resultados se sintetizan en la Tabla 3.

Esta disposición de pago está motivada por una insatisfacción parcial con el rendimiento

Tabla 3*Resumen de la Investigación de Mercado*

N°	Preguntas	Características	Frecuencia	%
1	Edad	De 31 años a más de 40 años (profesionales establecidos)	174	81%
2	Distrito de residencia	Lima este, Lima centro y Lima sur	170	79%
3	Nivel de ingresos	Hasta S/4000 de ingresos familiares	180	84%
4	Ocupación del tutor	Empleado en empresa privada, empleado público, comerciante, empresario PYME, profesional Independiente	182	85%
5	N° de hijos en edad escolar (8-12 años)	De 1 a 2 hijos	194	91%
6	Tipo de colegio	Colegio privado	200	93%
7	Inversión mensual en educación complementaria	De S/200 a más de S/450	174	81%
8	Principales dificultades académicas de su hijo	Concentración y atención, matemática, inglés, comunicación y ciencias	166	78%
9	Su hijo recibe refuerzo académico extracurricular	Si reciben o les gustaría recibir	174	81%
10	Satisfecho con el rendimiento académico actual de su hijo	No se encuentra 100% satisfecho	170	79%
11	Mayor necesidad educativa de su hijo	Desarrollo de confianza y autoestima, refuerzo en materias específicas, mejores hábitos de estudio, preparación para el futuro académico	178	83%
12	Acceso a dispositivos tecnológicos para su hijo	Tienen su propia tablet o comparten dispositivos familiares	166	78%
13	Opinión de las clases virtuales para niños de primaria	Prefieren clases presenciales o híbridas	208	97%
14	Horas semanales que dedica a apoyar académicamente a su hijo	Máximo 4 horas semanales	180	84%
15	Nivel de importancia considera el desarrollo socioemocional de su hijo junto con lo académico	Extremadamente importante	204	95%
16	Su hijo ha mostrado señales de estrés o ansiedad relacionadas con el colegio	Rara vez y frecuentemente	178	83%
17	Metodología educativa considera más efectiva para su hijo	Aprendizaje a través de juegos, combinación de varias metodologías y enseñanza tradicional (explicación y práctica)	188	88%
18	Inversión mensual en una plataforma educativa híbrida para su hijo	De S/80 a S/280	208	97%
19	Modalidad de aprendizaje preferiría para su hijo	Presencial o híbrido	212	99%
20	Importancia de poder monitorear el progreso de su hijo en tiempo real	Muy importante o extremadamente importante	202	94%
21	Factores importantes al elegir refuerzo académico para su hijo	Calidad de los profesores, metodología innovadora y resultados comprobados	182	85%
22	Medios donde se informa sobre servicios educativos	Recomendación de profesores, padres o WhatsApp grupos de padres	192	90%
23	Con cuánta anticipación suele planificar servicios educativos complementarios	Al inicio del año escolar, al inicio de cada bimestre y cuando veo dificultades académicas	190	89%

Nota. Adaptado de los resultados de 214 encuestas y 13 entrevistas aplicadas a padres de familia de Lima Metropolitana.

actual de sus hijos 79%, quienes enfrentan dificultades principalmente en matemáticas, comunicación, inglés y ciencias 78%. Frente a este panorama, los padres consideran como mayor necesidad educativa el desarrollo de la autoestima, el refuerzo en materias específicas, la mejora de hábitos de estudio y la preparación para futuros retos escolares 83%. Las entrevistas revelaron que, para muchos padres, los beneficios más valorados en un servicio educativo incluyen la posibilidad de obtener refuerzo académico efectivo con avances medibles, la incorporación de apoyo emocional y psicológico que fortalezca la confianza del niño, y un acompañamiento docente cercano. Asimismo, destacan la importancia de metodologías lúdicas y diversas que mezclen juegos, proyectos junto con tutorías personalizadas que se adapten a las necesidades específicas del estudiante, poder monitorear el progreso en tiempo real 94%, contar con horarios flexibles, materiales dinámicos también fueron aspectos mencionados como fundamentales. Estas preferencias reflejan la búsqueda de un servicio integral que combine lo académico con lo emocional de manera concreta y accesible.

Por otro lado, las principales frustraciones identificadas a lo largo de las entrevistas y encuestas giran en torno a la sobrecarga de tareas y evaluaciones, la falta de adaptación a los distintos ritmos de aprendizaje, la escasa retroalimentación y seguimiento académico por parte de los docentes, y una comunicación institucional percibida como limitada. A ello se suma la desconfianza en nuevas plataformas educativas, las dudas sobre la efectividad de las clases virtuales, y la falta de tiempo que tienen muchos padres para acompañar adecuadamente el proceso educativo de sus hijos. Estas experiencias generan no solo insatisfacción, sino también sentimientos de frustración, preocupación y tensión familiar, particularmente cuando el rendimiento escolar decae o cuando el niño muestra señales de ansiedad o estrés relacionados con el colegio.

En términos de preferencias, se observa que el 90% de los padres estaría dispuesto a

probar EDUKIDS, aunque algunos manifiestan aún ciertas dudas o desconocimiento del modelo. Las características más atractivas mencionadas por los padres fueron el enfoque en el desarrollo emocional del niño, las tutorías personalizadas según necesidad, el uso de metodologías basadas en juegos y proyectos. Sus principales preocupaciones están relacionadas con el tiempo necesario para involucrarse como padres y la efectividad del modelo virtual. No obstante, muchos padres indicaron estar dispuestos a invertir entre S/100 y S/500 mensuales, siempre que el servicio demuestre avances tangibles y sostenidos. Este análisis detallado del perfil del cliente revela a un público comprometido, reflexivo y consciente del valor de una educación integral; tratándose así de padres que no solo buscan resultados académicos, sino también equilibrio emocional, EDUKIDS debe responder a estas expectativas ofreciendo una propuesta flexible, transparente y adaptada a las realidades cotidianas de las familias, donde este segmento exige un servicio confiable que respete los ritmos de aprendizaje, brinde apoyo emocional continuo. En esa línea, EDUKIDS se perfila como una alternativa necesaria, con potencial de consolidarse como una solución educativa de valor para hogares que priorizan el bienestar académico y emocional de sus hijos.

Para la construcción del arquetipo de cliente se empleó el Lienzo Meta-Usuario, herramienta que permite sintetizar las características demográficas, psicográficas, motivaciones y frustraciones del usuario ideal en un solo marco visual. Su objetivo es humanizar los datos obtenidos en la investigación cuantitativa y cualitativa, transformándolos en un perfil concreto que oriente el diseño de la propuesta de valor. En el presente trabajo, esta herramienta fue aplicada a partir de los hallazgos de las 13 entrevistas y 214 encuestas realizadas al público objetivo. Tras el análisis detallado realizado, Miguel Herrera de 36 años y Carmen Vásquez de 33 años constituyen el arquetipo ideal del cliente objetivo para EDUKIDS. Esta familia vive en un departamento de tres ambientes en San Borja, ubicación que les facilita el acceso tanto a sus centros laborales como a instituciones educativas de

calidad para su hijo Diego de 10 años. Miguel trabaja como analista senior en el área de logística de una empresa distribuidora, mientras Carmen es licenciada en enfermería que trabaja como enfermera en una clínica privada del distrito, con turnos rotativos que incluyen guardias diurnas y ocasionales turnos nocturnos los fines de semana.

Los ingresos familiares alcanzan los S/4,800 mensuales, ubicándolos sólidamente en el nivel socioeconómico B, esta familia ha construido un estilo de vida centrado en la estabilidad y el progreso educativo, donde cada decisión financiera se evalúa cuidadosamente, priorizando siempre las necesidades formativas de Diego. Quien es un estudiante de cuarto grado de un colegio privado de su distrito, representa el centro de todos los esfuerzos familiares. Miguel y Carmen invierten mensualmente S/750 en la pensión escolar, monto que consideran una inversión fundamental para el futuro de su hijo.

Diego enfrenta serias dificultades en matemáticas, especialmente en resolución de problemas que involucran operaciones combinadas y razonamiento abstracto. Sus calificaciones fluctúan entre 10 y 12 puntos, situándose por debajo del promedio esperado. Igualmente, preocupante es su desempeño en comprensión de textos, donde, aunque decodifica correctamente las palabras, muestra limitaciones para extraer ideas principales y realizar inferencias. Los docentes han informado que Diego requiere mayor tiempo para procesar información nueva y muestra inseguridad al participar en clase por temor a equivocarse. La organización diaria de la familia gira en torno a las demandas escolares de Diego. Carmen inicia la jornada a las 5:45 am preparando el desayuno y verificando la mochila, mientras Miguel se responsabiliza del transporte matutino. Las tardes representan el momento más intenso cuando Carmen dedica entre 1.5 y 2 horas al acompañamiento de tareas escolares, proceso que frecuentemente genera tensión familiar.

Los Herrera-Vásquez han destinado un presupuesto específico de S/250 mensuales para servicios educativos complementarios, distribuyendo este monto entre clases particulares

de matemáticas y material didáctico adicional, la búsqueda de alternativas educativas efectivas se ha convertido en una prioridad familiar constante, han explorado diferentes enfoques pedagógicos sin lograr identificar una solución integral que responda a las necesidades específicas de Diego. Carmen, pese a su formación en ciencias de la salud, se siente limitada para abordar las dificultades académicas específicas de Diego, especialmente en matemáticas de nivel intermedio. Miguel experimenta una sensación similar de impotencia al llegar a casa y encontrar a Diego luchando con sus tareas, las dificultades académicas de Diego han generado un clima de tensión emocional que trasciende el ámbito educativo. Diego manifiesta síntomas de ansiedad antes de los exámenes, episodios de llanto cuando no logra resolver ejercicios matemáticos y una progresiva pérdida de autoestima académica. Los padres experimentan sentimientos de culpabilidad relacionados con sus limitaciones de tiempo y recursos para brindar el apoyo educativo que Diego requiere.

Para los Herrera-Vásquez, el éxito educativo de Diego constituye el proyecto familiar más importante, razón por la cual están dispuestos a reestructurar el presupuesto doméstico para acceder a servicios educativos que demuestren efectividad real. Su disposición de inversión alcanza los S/250 mensuales para una plataforma educativa integral, siempre que incluya metodologías comprobadas, seguimiento personalizado y comunicación transparente sobre el progreso académico y emocional de Diego. Buscan un socio educativo confiable que comprenda que Diego no simplemente requiere mejores calificaciones, sino recuperación de la confianza en sus capacidades de aprendizaje y fortalecimiento de su autoestima académica.

Utilizan grupos de WhatsApp del colegio como principal canal de información educativa y mantienen una relación fluida con herramientas digitales básicas, aunque priorizan propuestas que equilibren innovación tecnológica con acompañamiento humano especializado. La familia necesita flexibilidad horaria para las actividades de refuerzo, considerando que su disponibilidad entre las 4:00 y 7:00 pm durante los días de semana.

Miguel, Carmen y Diego Herrera-Vásquez representan la realidad de las familias peruanas del sector B, padres comprometidos, y dispuestos a realizar sacrificios significativos por la educación de calidad de sus hijos. Para esta familia, EDUKIDS representaría la oportunidad de acceder a una alianza educativa estratégica que combine metodologías innovadoras, tecnología, y asesoría especializada como base sólida para el éxito educativo futuro de Diego (ver Figura 3).

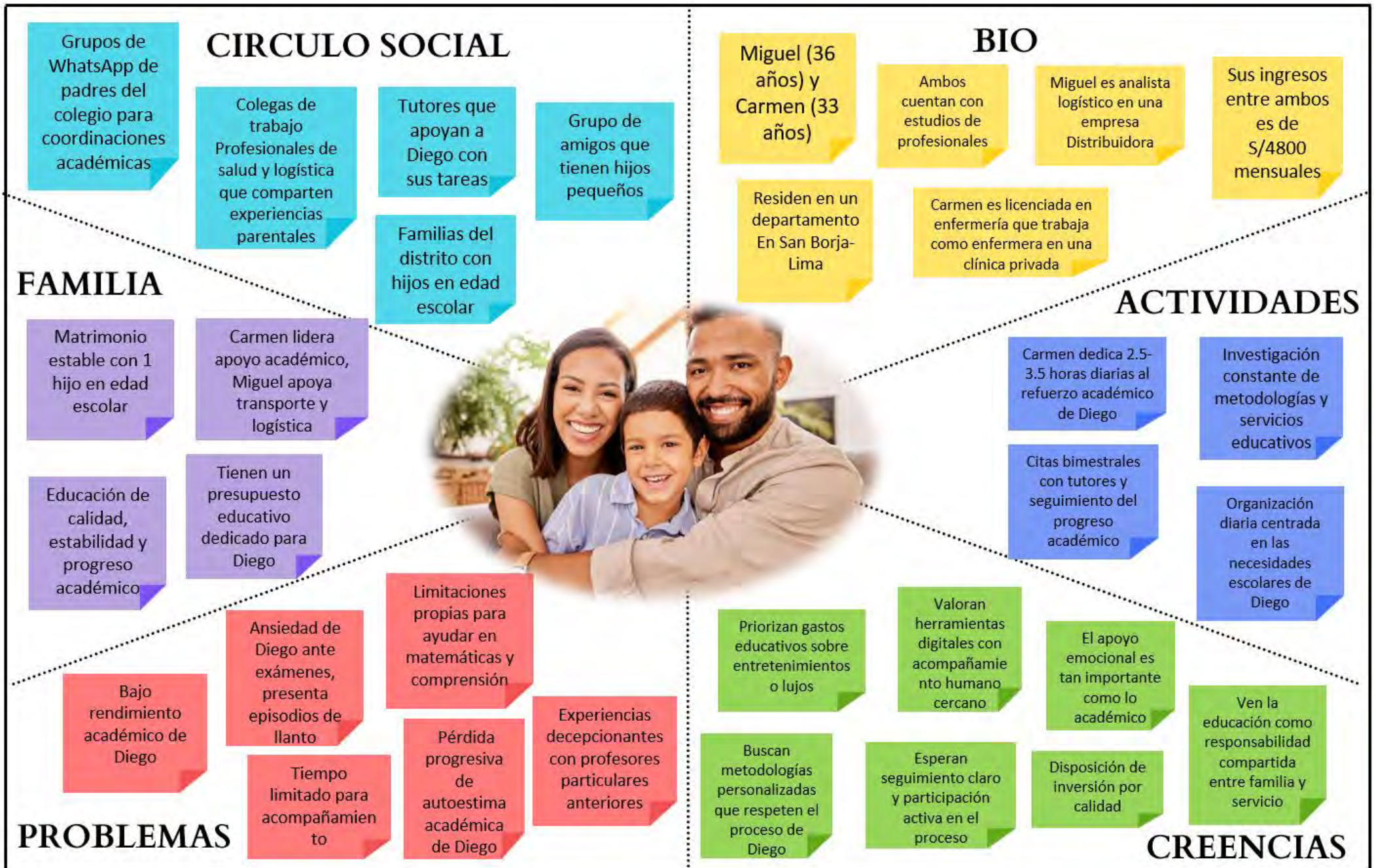
3.2. Mapa de Experiencia del Usuario

A partir del análisis de 13 entrevistas a profundidad y 214 encuestas aplicadas a padres de familia de Lima Metropolitana, se elaboró el mapa de experiencia del usuario centrándose en las experiencias educativas e involucramiento de los padres. Este mapa representa el recorrido emocional y racional de los padres desde la detección inicial de una necesidad educativa hasta la evaluación del servicio, permitiendo entender las motivaciones, dudas, expectativas y decisiones que configuran su experiencia. En la etapa antes, el primer momento corresponde a la experiencia educativa actual, donde los padres reconocen los retos en el proceso escolar de sus hijos, como dificultades de aprendizaje, bajo rendimiento, falta de atención o desmotivación, esto genera sentimientos de preocupación, culpa y frustración, especialmente cuando perciben que no logran acompañarlos adecuadamente en casa.

En el segundo momento, ligado a las dificultades experimentadas, los padres enfrentan el desafío de apoyar en casa tareas escolares sin contar con el tiempo, lo que genera estrés familiar. Asimismo, el tercer momento aborda las limitaciones y frustraciones vividas, como la rigidez del sistema escolar, la falta de retroalimentación y la ausencia de soluciones flexibles que acompañen a sus hijos de forma personalizada. La frustración se combina con la urgencia de encontrar alternativas viables. Finalmente, el cuarto momento, referido a las estrategias probadas e impacto emocional, refleja los intentos fallidos por solucionar el problema, contratar profesores particulares que no lograron conectar con el niño, todo ello

Figura 3

Lienzo Meto – Usuario



Nota. Elaboración propia a partir del análisis de 13 entrevistas y 214 encuestas.

termina generando una mezcla de escepticismo, cansancio emocional y esperanza moderada por hallar una propuesta distinta y eficaz.

En la etapa durante, el recorrido inicia con el quinto momento, centrado en las experiencias con apoyo externo, los padres valoran especialmente la facilidad del proceso de inscripción, la orientación inicial y la acogida que recibe su hijo o hija. En el sexto momento, referido a la toma de decisiones reales, se activan pensamientos vinculados al precio, la metodología, los horarios y la calidad del docente, ponderando si lo que se prometió se refleja en la práctica. El séptimo momento trata sobre las experiencias de comunicación y seguimiento, en las que los padres esperan recibir retroalimentación constante sobre el progreso académico de sus hijos. Por último, el octavo momento, relacionado con la inversión y expectativas, conlleva una reflexión sobre la continuidad, los padres valoran si el servicio cumple con sus expectativas, si notan cambios en el rendimiento académico del niño.

En la etapa después, el noveno momento se enfoca en los objetivos desarrollados, donde los padres comienzan a plantearse metas a mediano plazo para sus hijos, como mejorar su promedio general, ganar confianza o postular a una mejor institución educativa. En el décimo momento, vinculado a la medición de resultados, los padres reflexionan sobre los cambios concretos percibidos. Si el niño ha mejorado sus notas, si se siente más seguro en clase, o si ha desarrollado mejores hábitos de estudio. Asimismo, en el onceavo momento, enfocado en la experiencia de desarrollo integral, se valora no solo el progreso académico, sino el aspecto emocional, social y motivacional del niño. Finalmente, el doceavo momento, relacionado con las reflexiones finales, abre paso a decisiones importantes, continuar con el servicio, modificar el plan educativo o buscar nuevas alternativas. Este recorrido evidencia que la experiencia educativa no solo se centra en el rendimiento académico, sino que se construye sobre una base emocional, de confianza y de conexión familiar, comprender estos

momentos permite diseñar propuestas de valor más humanas, cercanas y efectivas, que respondan verdaderamente a las necesidades reales de los padres y sus hijos (ver Figura 4).

3.3. Identificación de la Necesidad

Según el estudio combinado de entrevistas cualitativas y encuestas aplicadas a padres de familia en Lima Metropolitana ha permitido detectar una necesidad concreta vinculada al acompañamiento académico de los niños y niñas en edad escolar. Los resultados muestran una preocupación persistente en los hogares por brindar un apoyo educativo que no solo mejore el rendimiento académico, sino que también fortalezca la autoestima, la disciplina y el bienestar emocional de los menores. Uno de los hallazgos más notorios es la dificultad de muchas familias para atender las exigencias escolares desde casa, ya sea por limitaciones de tiempo, desconocimiento de los contenidos o ausencia de herramientas pedagógicas adecuadas, esto ha generado una demanda creciente por servicios de refuerzo educativo que combinen accesibilidad, calidad y flexibilidad, adaptados a la rutina diaria de los estudiantes, los padres manifiestan interés por alternativas que permitan un acompañamiento integral, donde se equilibre el apoyo académico con la contención emocional.

La necesidad identificada va más allá del simple reforzar materias, se trata de encontrar espacios que fortalezcan hábitos, motiven al estudiante y faciliten una comunicación fluida entre familia, docente y alumno. Los usuarios valoran altamente que el servicio sea fácil de acceder, preferiblemente desde plataformas web, que ofrezca horarios compatibles con las actividades escolares y laborales, y que permita cierto nivel de personalización de acuerdo con el avance del estudiante. Algunos padres expresaron una valoración positiva hacia iniciativas que integren sostenibilidad, uso de tecnología adecuada y entornos seguros, estableciendo así un vínculo de confianza y compromiso con el servicio. Finalmente, la percepción del servicio se ve influenciada por las recomendaciones en redes sociales, la experiencia de otros padres y la reputación general del proveedor (ver Tabla 4).

Figura 4
 Mapa de Experiencia de Usuario

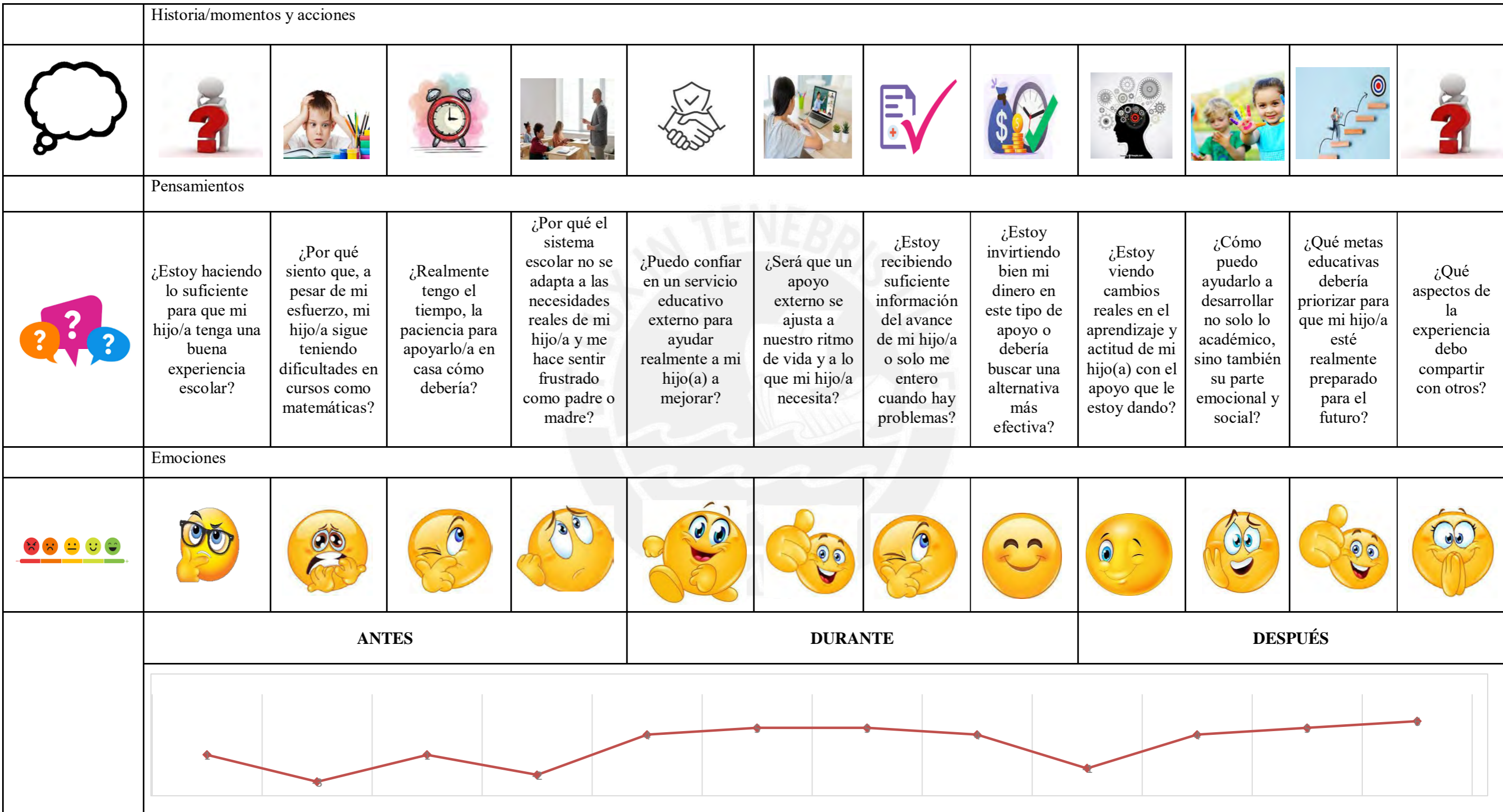


Tabla 4*Necesidades Identificadas en el Cliente*

Necesidades	Detalles
<p>Contar con alternativas educativas que se ajusten al tiempo limitado de los padres para acompañar académicamente a sus hijos</p> <p>Acceder a un apoyo educativo de calidad que complemente la formación escolar y refuerce los aprendizajes clave</p> <p>Disponer de servicios personalizados y flexibles que respondan a las necesidades específicas de cada niño</p>	<p>Muchos padres tienen horarios laborales extensos que dificultan el acompañamiento constante en las tareas escolares de sus hijos.</p> <p>Se percibe una necesidad de contar con servicios confiables que refuercen áreas clave como matemáticas y comunicación.</p> <p>Los padres valoran opciones adaptadas al ritmo y nivel de aprendizaje de cada niño, así como metodologías ajustadas a sus necesidades.</p>
<p>Brindar acompañamiento emocional que favorezca el bienestar integral del niño durante su aprendizaje</p> <p>Facilitar el acceso a las sesiones educativas a través del uso eficiente de tecnologías accesibles y amigables</p>	<p>Existe una demanda por servicios que también incluyan soporte socioemocional para los estudiantes.</p> <p>Se prefiere poder gestionar el apoyo educativo desde plataformas digitales accesibles y amigables.</p>
<p>Tener la seguridad de confiar en un servicio educativo con docentes de buena reputación, trayectoria comprobada y referencias positivas</p>	<p>Las recomendaciones, la presencia online y la buena experiencia de otros padres son factores clave para la elección del servicio.</p>

Nota. Adaptado del análisis cualitativo y cuantitativo del público objetivo.

3.4 Resumen de Capítulo

En este capítulo se investigó el perfil del usuario mediante una metodología mixta que combinó entrevistas a profundidad y encuestas aplicadas a padres de familia de Lima Metropolitana. Los hallazgos revelaron un público objetivo compuesto mayoritariamente por padres profesionales con hijos que presentan dificultades en matemáticas, comunicación, inglés y ciencias, donde la gran mayoría no se encuentra plenamente satisfecha con el rendimiento académico actual de sus hijos. Se construyó el arquetipo de cliente, el Mapa de Experiencia del Usuario con 12 momentos clave y la tabla de necesidades identificadas, confirmando que los padres buscan un servicio que integre refuerzo académico, acompañamiento emocional, monitoreo en tiempo real y flexibilidad horaria, con una disposición de pago que se alinea favorablemente con la estructura de precios propuesta por EDUKIDS.

Capítulo IV: Diseño del Producto o Servicio

En este capítulo se aborda el diseño del producto o servicio EDUKIDS. Primero, se presenta la concepción del producto mediante el Lienzo 6x6 para la generación de ideas y la Matriz Costo-Impacto para su priorización, aplicando la metodología Design Thinking a través del proceso EDIPE. Luego, se desarrolla la narrativa del servicio y se clasifica el tipo de innovación de la propuesta. Posteriormente, se articula la propuesta de valor mediante el Lienzo de Propuesta de Valor, y finalmente se documenta el proceso iterativo de construcción y validación del Producto Mínimo Viable en tres rondas de testeo con usuarios reales.

4.1. Concepción del Producto o Servicio

Durante el diseño del modelo de negocio de EDUKIDS, se identificó una necesidad clara, brindar un acompañamiento académico efectivo, accesible y emocionalmente respetuoso para estudiantes de primaria, especialmente aquellos que enfrentan dificultades en cursos clave como matemáticas y comunicación. Mientras sus padres tienen poco tiempo o herramientas para apoyarlos directamente. A partir del análisis de las entrevistas con padres de familia y los resultados cuantitativos de las encuestas, se confirmó una problemática persistente, los hogares carecen de una solución flexible, personalizada y confiable que refuerce el aprendizaje escolar y se adapte tanto a los tiempos familiares como a las exigencias curriculares.

Frente a ello, EDUKIDS nace como una propuesta educativa virtual, centrada en el usuario final (niños y padres). La metodología empleada se basa en una enseñanza por niveles, con rutas de aprendizaje progresivo y un enfoque integral que considera el desarrollo académico, emocional y social del niño. El diseño del servicio responde directamente a las barreras que enfrentan las familias, falta de tiempo para apoyar tareas escolares, dificultad para comprender el nuevo enfoque de enseñanza escolar, inseguridad frente a los servicios informales de refuerzo y necesidad de una opción que no desplace al colegio, sino que lo

complemente. Por ello, EDUKIDS se apoya en plataformas digitales que permiten a los padres inscribirse fácilmente, visualizar el progreso de sus hijos, y comunicarse con los tutores. Además, ofrece horarios flexibles y materiales adaptados al currículo nacional, lo que facilita la incorporación del servicio en la rutina semanal sin sobrecargar al niño.

Este modelo educativo apunta a mejorar el rendimiento académico de los estudiantes y a fortalecer el vínculo entre la familia y el proceso de aprendizaje, empoderando a los padres en su rol de acompañantes activos. Más allá de un servicio funcional, EDUKIDS se posiciona como una experiencia educativa transformadora, que busca hacer del refuerzo escolar una vivencia positiva, accesible y emocionalmente significativa para todos los actores involucrados. Para la fase de ideación se empleó el Lienzo 6x6, herramienta creativa que permite generar soluciones a partir de seis necesidades identificadas del usuario, formulando seis preguntas estratégicas que orientan la generación de ideas. Su objetivo es estructurar el proceso creativo garantizando que cada propuesta responda directamente a una necesidad real del público objetivo. En EDUKIDS, este lienzo se alimentó de los hallazgos de la investigación del usuario desarrollada en el capítulo anterior.

Al explorar en profundidad las experiencias compartidas por el público objetivo, se han identificado seis necesidades clave que la propuesta educativa de EDUKIDS busca atender de forma directa. El análisis cualitativo permitió reconocer comportamientos repetitivos y expectativas coincidentes entre padres de familias del segmento socioeconómico medio, quienes otorgan un alto valor a la calidad del acompañamiento académico, así como a la flexibilidad y confianza del servicio ofrecido. Esta comprensión detallada de sus inquietudes y prioridades ha sido fundamental para estructurar una propuesta diferenciada, alineada con las verdaderas motivaciones, retos y aspiraciones de los hogares que desean reforzar el aprendizaje de sus hijos sin sacrificar tiempo ni bienestar emocional, la Figura 5 presenta estas necesidades de manera estructurada.

1. Contar con alternativas educativas que se ajusten al tiempo limitado de los padres para acompañar académicamente a sus hijos.
2. Acceder a un apoyo educativo de calidad que complemente la formación escolar sin afectar el equilibrio entre el estudio y el tiempo de recreación
3. Disponer de servicios personalizados y flexibles que respondan a las necesidades específicas de cada niño.
4. Brindar acompañamiento emocional que favorezca el bienestar integral del niño durante su aprendizaje.
5. Facilitar el acceso a las sesiones educativas a través del uso eficiente de tecnologías accesibles y amigables.
6. Tener la seguridad de confiar en un servicio educativo con docentes de buena reputación, trayectoria comprobada y referencias positivas.

Estas necesidades se tradujeron en seis preguntas estratégicas que orientaron todo el proceso creativo de ideación. Cada pregunta fue formulada a partir de los hallazgos obtenidos en la investigación del usuario, vinculando directamente las frustraciones y expectativas de los padres con posibles soluciones concretas. A continuación, se presentan las preguntas que guiaron la generación de ideas mediante el Lienzo 6x6.

1. ¿Cómo podríamos Miguel y Carmen apoyar el rendimiento académico de su hijo Diego, a pesar del poco tiempo disponible en sus rutinas laborales exigentes?
2. ¿Cómo podríamos Miguel y Carmen acceder a un servicio educativo que brinde refuerzo escolar de calidad, sin afectar el equilibrio entre el estudio y el tiempo de recreación de Diego?
3. ¿Cómo podríamos encontrar un acompañamiento educativo que se adapte al ritmo, nivel y necesidades específicas de aprendizaje de Diego?
4. ¿Cómo podríamos asegurar que Diego reciba no solo ayuda académica, sino

- también un soporte emocional que fortalezca su autoestima y motivación?
5. ¿Cómo podríamos aprovechar las herramientas tecnológicas para gestionar y monitorear fácilmente el avance educativo de Diego sin complicaciones?
 6. ¿Cómo podríamos elegir un servicio educativo confiable, con docentes de buena reputación y recomendaciones, que les brinde seguridad en cada decisión tomada?

Esta metodología facilitó la generación de propuestas innovadoras orientadas a responder de manera integral a las necesidades previamente identificadas. Las ideas seleccionadas surgieron a partir de un proceso estructurado de lluvia de ideas y una evaluación minuciosa, asegurando que cada una represente una solución concreta frente a los desafíos del público objetivo. Las propuestas son las siguientes:

1. Plataforma educativa con clases en línea que quedan grabadas y disponibles 24/7.
2. Sesiones lúdicas con sistema de avatares, insignias, rankings y recompensas.
3. Plataforma que adapta contenido visual, auditivo y kinestésico.
4. Sesiones de coaching emocional y desarrollo de habilidades blandas.
5. *Dashboard* Inteligente para padres, seguimiento académico y emocional en tiempo real.
6. Plataforma con perfiles detallados de docentes y valoraciones visibles.

Para priorizar las soluciones generadas se aplicó la Matriz Costo-Impacto, herramienta que clasifica las iniciativas según su nivel de inversión requerida y su potencial de impacto en el usuario. Esta matriz permite identificar las propuestas de mayor valor estratégico, diferenciando entre soluciones de alto impacto y bajo costo frente a aquellas que requieren mayor inversión.

Su aplicación en EDUKIDS permitió seleccionar las seis iniciativas prioritarias para el desarrollo del producto mínimo viable. Este desarrollo metodológico del proyecto EDUKIDS reveló un conjunto de iniciativas transformadoras identificadas en el lienzo 6x6,

Figura 5

Lienzo 6x6

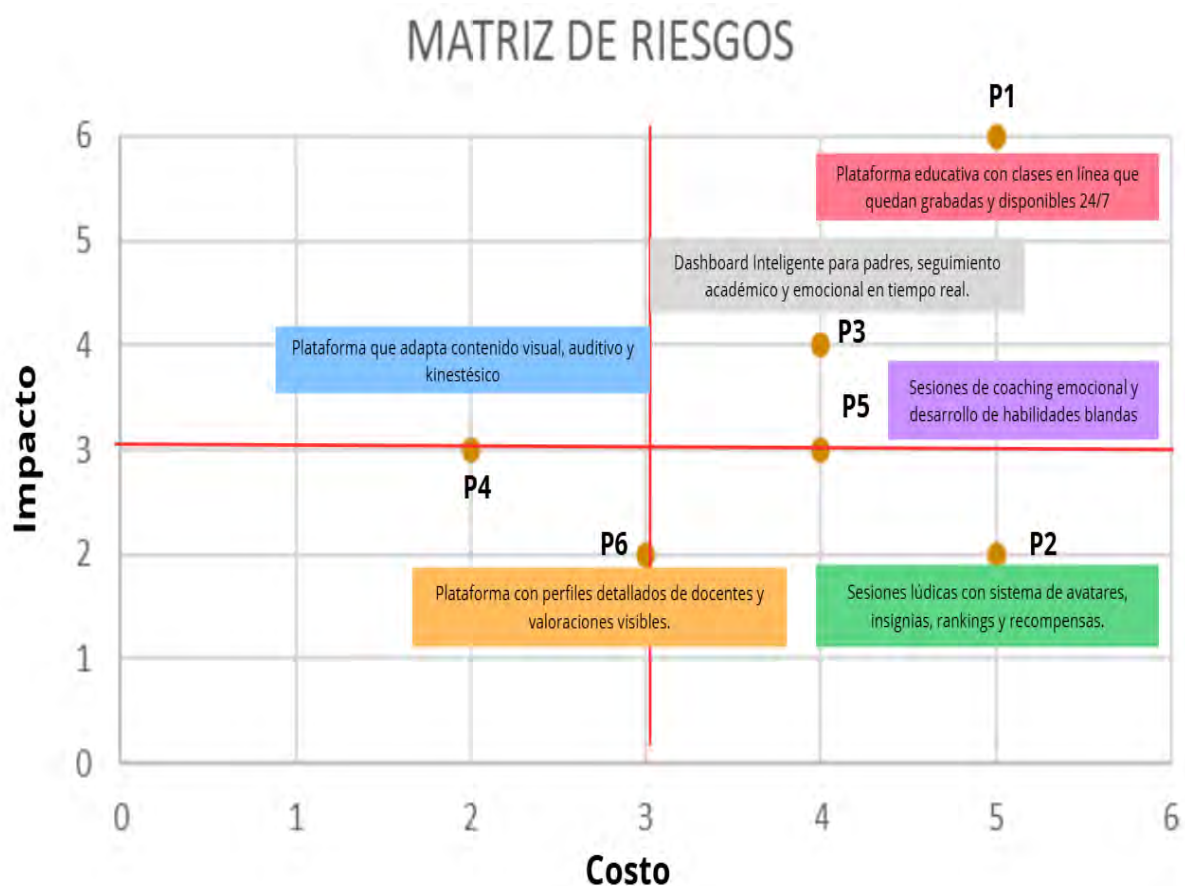
Objetivo	! Necesidades					
<p>Brindar un acompañamiento académico efectivo, accesible y emocionalmente respetuoso para estudiantes de primaria, especialmente aquellos que enfrentan dificultades en cursos clave como matemáticas y comunicación, mientras sus padres tienen poco tiempo.</p>	<p>Contar con alternativas educativas que se ajusten al tiempo limitado de los padres para acompañar académicamente a sus hijos.</p>	<p>Acceder a un apoyo educativo de calidad que complemente la formación escolar sin afectar el equilibrio entre el estudio y el tiempo de recreación.</p>	<p>Disponer de servicios personalizados y flexibles que respondan a las necesidades específicas de cada niño.</p>	<p>Brindar acompañamiento emocional que favorezca el bienestar integral del niño durante su aprendizaje.</p>	<p>Facilitar el acceso a las sesiones educativas a través del uso eficiente de tecnologías accesibles y amigables.</p>	<p>Tener la seguridad de confiar en un servicio educativo con docentes de buena reputación, trayectoria comprobada y referencias positivas.</p>
<p>? Preguntas A partir de las necesidades plantea 6 preguntas generadoras, utilizando el siguiente esquema:</p>						
<p>Generadoras ¿Cómo se podría? Evitar que sean muy cerradas (solución evidente) o muy abiertas (fuera del objetivo).</p>						
<p>¿Cómo podríamos Miguel y Carmen apoyar el rendimiento académico de su hijo Diego, a pesar del poco tiempo disponible en sus rutinas laborales exigentes?</p>	<p>¿Cómo podríamos Miguel y Carmen acceder a un servicio educativo que brinde refuerzo escolar de calidad, sin afectar el equilibrio entre el estudio y el tiempo de recreación de Diego?</p>	<p>¿Cómo podríamos encontrar un acompañamiento educativo que se adapte al ritmo, nivel y necesidades específicas de aprendizaje de Diego?</p>	<p>¿Cómo podríamos asegurar que Diego reciba no solo ayuda académica, sino también un soporte emocional que fortalezca su autoestima y motivación?</p>	<p>¿Cómo podríamos aprovechar las herramientas tecnológicas para gestionar y monitorear fácilmente el avance educativo de Diego, sin complicaciones?</p>	<p>¿Cómo podríamos elegir un servicio educativo confiable, con buena reputación y recomendaciones, que les brinde seguridad en cada decisión tomada?</p>	
<p>Plataforma educativa con clases en línea que quedan grabadas y disponibles 24/7.</p>	<p>Clases dictadas por docentes certificados y con experiencia comprobada.</p>	<p>Ruta de aprendizaje personalizada según nivel y estilo cognitivo.</p>	<p>Tutorías con enfoque socioemocional integradas al aprendizaje.</p>	<p>App amigable con tablero visual del progreso.</p>	<p>Plataforma con perfiles detallados de docentes y valoraciones visibles</p>	
<p>Tutorías programadas en horarios nocturnos o fines de semana.</p>	<p>Contenidos alineados al currículo nacional y actualizados periódicamente.</p>	<p>Elección de materias y estilo de tutoría (1 a 1 o pequeños grupos).</p>	<p>Actividades de autoestima, reconocimiento y motivación</p>	<p>Notificaciones automáticas sobre tareas, logros y sesiones</p>	<p>Certificaciones y experiencia docente verificables.</p>	
<p>Reportes automáticos al correo para mantenerlos informados sin esfuerzo.</p>	<p>Evaluación diagnóstica inicial para identificar necesidades específicas.</p>	<p>Diagnóstico inicial y ajustes semanales según avances.</p>	<p>Sesiones de coaching emocional y desarrollo de habilidades blandas</p>	<p>Plataforma disponible en celular, tablet o PC sin instalación.</p>	<p>Opiniones y testimonios de otros padres visibles en el sitio</p>	
<p>Recordatorios inteligentes sobre tareas y avances vía app.</p>	<p>Sesiones lúdicas con sistema de avatares, insignias, rankings y recompensas.</p>	<p>Personalización a través de proyectos digitales colaborativos</p>	<p>Indicadores emocionales en los reportes mensuales.</p>	<p>Reportes descargables en PDF para revisión rápida.</p>	<p>Aval académico por instituciones educativas asociadas.</p>	
<p>Panel de control familiar que organiza horarios, tareas y sesiones en un solo lugar.</p>	<p>Metodología basada en competencias clave (lectura, matemáticas, ciencia).</p>	<p>Flexibilidad en la duración y frecuencia de las sesiones.</p>	<p>Acceso a espacios de escucha activa con psicólogos infantiles.</p>	<p>Canal de atención técnica vía WhatsApp</p>	<p>Garantía de satisfacción con opción de cambio de tutor</p>	
<p>Acceso a sesiones exprés de 30 minutos para reforzar áreas críticas.</p>	<p>Sesiones virtuales de repaso antes de evaluaciones escolares.</p>	<p>Plataforma que adapta contenido visual, auditivo y kinestésico</p>	<p>Comunicación empática entre padres, tutor y estudiante.</p>	<p>Dashboard inteligente para padres, seguimiento académico y emocional en tiempo real</p>	<p>Contrato transparente con condiciones claras desde el inicio.</p>	
						
<p>Plataforma educativa con clases en línea que quedan grabadas y disponibles 24/7.</p>	<p>Sesiones lúdicas con sistema de avatares, insignias, rankings y recompensas.</p>	<p>Plataforma que adapta contenido visual, auditivo y kinestésico.</p>	<p>Sesiones de coaching emocional y desarrollo de habilidades blandas.</p>	<p>Dashboard Inteligente para padres, seguimiento académico y emocional en tiempo real.</p>	<p>Plataforma con perfiles detallados de docentes y valoraciones visibles.</p>	

6 IDEAS SELECCIONADAS

cuyo potencial fue posteriormente evaluado a través de la matriz costo impacto, como se muestra en la Figura 6.

Figura 6

Matriz Costo- Impacto



Entre las múltiples propuestas, destacaron tres elementos clave. La plataforma educativa con clases en línea disponibles 24/7, (P1), las sesiones lúdicas con sistema de gamificación (P2) y el *dashboard* inteligente para padres con seguimiento en tiempo real (P3). La iniciativa P1 representa una solución de alto impacto para flexibilizar el acceso al aprendizaje, permitiendo que los estudiantes refuercen sus conocimientos a su propio ritmo, sin restricciones de horario. P2, por su parte, aporta una dimensión motivacional y participativa, al incorporar avatares, insignias y recompensas que incrementan el compromiso de los niños con su aprendizaje. P3 se posiciona como una herramienta estratégica de valor

para los padres, al ofrecer información académica y emocional en tiempo real, facilitando una supervisión activa y oportuna.

De manera complementaria, iniciativas como la plataforma que adapta contenido a estilos de aprendizaje visual, auditivo y kinestésico (P4), las sesiones de coaching emocional y habilidades blandas (P5) y la plataforma con perfiles docentes y valoraciones visibles (P6) fortalecen la propuesta integral. Estas alternativas, aunque implican una inversión técnica moderada, generan un impacto significativo en la personalización del aprendizaje, el desarrollo socioemocional y la confianza de los padres en la calidad del servicio educativo. La articulación de estas seis iniciativas permite proyectar una implementación progresiva, priorizando inicialmente las herramientas digitales de mayor alcance (P1, P3), acompañadas de elementos que refuercen el vínculo emocional y la transparencia educativa (P2, P6). Este enfoque integral sienta las bases para construir un ecosistema educativo innovador, accesible, personalizado y alineado con las necesidades reales de las familias que buscan equilibrio entre refuerzo académico, desarrollo emocional y tiempo familiar.

4.2. Desarrollo de la Narrativa

El desarrollo de EDUKIDS se basó en la metodología *Design Thinking*, comenzando con una fase de investigación profunda orientada a comprender a fondo las necesidades de dos públicos clave, los padres de familia que buscan apoyo académico y emocional para sus hijos, y los estudiantes de nivel primario que requieren refuerzo escolar. Esta etapa inicial fue crucial para construir una conexión empática con ambos perfiles, lo que permitió establecer los objetivos centrales del proyecto y definir con claridad el núcleo del problema que requería una solución efectiva, todo este proceso se condujo mediante la metodología EDIPE (empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar). Durante la etapa de empatía, se aplicaron diversas herramientas de investigación y análisis, a través del lienzo meta-usuario y los mapas de experiencia de usuario, se logró comprender el perfil de los padres y de los niños

desde enfoques sociales, familiares, emocionales y de comportamiento frente a los desafíos escolares; esto permitió mapear el recorrido emocional y práctico tanto de los padres durante la búsqueda de apoyo educativo, como de los estudiantes frente a sus dificultades de aprendizaje.

En la fase de definición, el uso del lienzo 6x6 junto con la matriz costo-impacto facilitó la visualización estructurada de las características clave de los usuarios, el análisis se robusteció con la aplicación de 13 entrevistas a profundidad y 214 encuestas, que proporcionaron datos cuantitativos y cualitativos esenciales para comprender sus necesidades, percepciones y expectativas (ver Apéndices A y B). Con un diagnóstico claro del reto, se avanzó a la etapa de ideación, el lienzo 6x6 permitió organizar la información recogida y plasmar las carencias más urgentes de los usuarios. A partir de seis preguntas generadoras, se formularon propuestas innovadoras para atender los principales puntos de dolor identificados en las fases previas.

Durante esta etapa del proyecto, cada integrante del equipo aportó ideas de manera individual a través del uso del lienzo de ideación, utilizando la técnica de lluvia de ideas como punto de partida para una exploración amplia y sin restricciones. Esta estrategia permitió generar una amplia gama de propuestas orientadas a resolver los problemas detectados en los distintos perfiles de usuarios. Una vez recopiladas todas las propuestas, se procedió a su análisis mediante la matriz de costo impacto, evaluando cada solución en función de dos criterios, los recursos necesarios para su implementación y el nivel de beneficio esperado para los usuarios de EDUKIDS, el cual nos ayudó a priorizar las iniciativas con mayor viabilidad y mayor capacidad transformadora dentro del contexto educativo.

El proceso de testeo y construcción del Producto Mínimo Viable se condujo bajo el enfoque iterativo de la metodología Design Thinking, específicamente en las fases de

prototipar y evaluar del proceso EDIPE aplicado en el presente trabajo. Este proceso se estructuró en tres iteraciones progresivas, cada una con una muestra definida, un instrumento de recolección de datos específico y criterios de evaluación que permitieron tomar decisiones fundamentadas sobre los ajustes necesarios al producto antes de avanzar a la siguiente fase. En la primera iteración, de carácter exploratorio, se aplicaron 13 entrevistas semiestructuradas compuestas por 17 preguntas cada una, y 214 encuestas diseñadas con 28 ítems estratégicos (Apéndices A y B). El objetivo fue validar la existencia del problema y la disposición del público objetivo hacia una solución digital educativa. Los resultados confirmaron que el 78% de los hijos presenta dificultades en materias clave, el 79% de padres no está satisfecho con el rendimiento académico actual y el 97% estaría dispuesto a pagar entre S/80 y S/280 mensuales por una plataforma educativa virtual. Con estos hallazgos se validó la hipótesis del problema y se definieron las funcionalidades prioritarias para el diseño del prototipo básico.

En la segunda iteración, se presentó el prototipo básico de EDUKIDS a un grupo de 14 padres de familia mediante entrevistas de usabilidad (Apéndice C), en las cuales se evaluaron tres aspectos: facilidad de navegación, utilidad percibida de las funcionalidades y probabilidad de uso futuro. Las respuestas permitieron identificar ajustes necesarios en la interfaz del dashboard para padres, la visualización de reportes de progreso y la integración del módulo de coaching emocional. A partir de esta retroalimentación se desarrolló la primera versión funcional de EDUKIDS incorporando las mejoras señaladas por los usuarios. En la tercera iteración, se validó la versión funcional del PMV con una muestra de 220 padres de familia mediante una encuesta cuantitativa de validación (Apéndice D). Los resultados obtenidos fueron: 90% de disposición de prueba del servicio, 95% de intención de recomendación a otros padres, 93% de valoración positiva del soporte emocional y 97% de disposición de pago dentro del rango S/80 a S/280 mensuales. Estos indicadores confirmaron

la deseabilidad del producto y respaldaron la decisión de avanzar a la fase de implementación (ver Figura 7).

Figura 7

Prototipo Básico

Pantalla de inicio



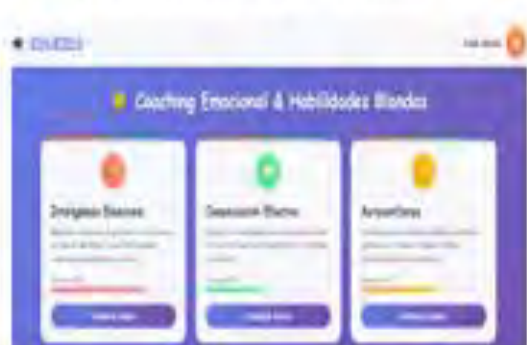
Dashboard de rendimiento académico



Pantalla de cursos



Pantalla de coaching emocional



Pantalla de perfil de docentes, valoraciones



Pantalla de sesiones lúdicas



4.3. Tipo de Innovación del Producto o Servicio

EDUKIDS nace como una iniciativa centrada en brindar soluciones reales y accesibles a los desafíos que enfrentan muchas familias en el rendimiento y acompañamiento escolar de sus hijos. A partir del análisis de las entrevistas y encuestas aplicadas (ver Apéndices A y B), se identificó una preocupación común entre los padres que es la sensación de no contar con herramientas eficaces ni con tiempo suficiente para apoyar adecuadamente el aprendizaje de sus hijos en etapa primaria. Los datos evidencian una brecha significativa entre las expectativas educativas de las familias y los recursos disponibles, un alto porcentaje de los padres manifestó insatisfacción parcial con el rendimiento actual de sus hijos 78% indicó que sus hijos enfrentan dificultades principalmente en matemáticas, comunicación, inglés y ciencias. Esta realidad se agrava cuando consideramos que el 73% de profesionales del NSE B trabaja más de 48 horas semanales, limitando drásticamente su capacidad de supervisión educativa.

Para clasificar el tipo de innovación de EDUKIDS se consideró la tipología establecida en la literatura especializada. Según Christensen et al. (2015), la innovación disruptiva es aquella que crea un nuevo mercado o transforma uno existente desplazando a los actores establecidos mediante una propuesta radicalmente diferente. Por otro lado, la innovación incremental se define como aquella que mejora productos, servicios o procesos ya existentes, agregando nuevas funcionalidades que optimizan la experiencia del usuario sin alterar la estructura fundamental del mercado (SYDLE, 2023). Adicionalmente, Osterwalder et al. (2015) señalan que la innovación de modelo de negocio puede manifestarse en tres ejes: producto, proceso y relación con el cliente.

La naturaleza innovadora de EDUKIDS se manifiesta en múltiples dimensiones. Primero, aborda la paradoja específica del NSE B: familias con recursos económicos para invertir en educación, pero sin tiempo para supervisar su efectividad. Mientras que los

servicios tradicionales de reforzamiento operan bajo un modelo de "caja negra" donde los padres pagan sin poder verificar resultados, EDUKIDS introduce transparencia radical mediante dashboards en tiempo real, reportes automatizados y métricas de progreso basadas en estándares nacionales. Esta transparencia no es simplemente informativa; es transformadora, pues convierte a los padres en participantes informados del proceso educativo sin requerir su presencia física constante.

Por otro lado, las principales frustraciones identificadas a lo largo de las entrevistas y encuestas giran en torno a la sobrecarga de tareas y evaluaciones, la falta de adaptación a los distintos ritmos de aprendizaje, la escasa retroalimentación y seguimiento académico por parte de los docentes, y una comunicación institucional percibida como limitada. EDUKIDS responde a estas frustraciones no con soluciones parciales, sino con un rediseño integral del servicio educativo complementario. Frente a esta problemática, EDUKIDS plantea un enfoque distinto, construir una plataforma digital confiable, dinámica y personalizada, que permita a los padres acceder a un conjunto de servicios educativos enfocados tanto en el refuerzo académico como en el acompañamiento emocional. Todos los tutores especializados de EDUKIDS son empleados directos contratados en planilla de la empresa (8 docentes, 4 psicólogos y 3 tutores virtuales), no terceros ni *freelancers*, lo que garantiza calidad consistente y compromiso institucional. A través de un sistema de asignación inteligente, los estudiantes son emparejados con estos tutores especializados según sus necesidades, niveles de aprendizaje y ritmo individual.

En términos de clasificación de innovación, siguiendo la tipología presentada por SYDLE (2023), EDUKIDS representa una innovación incremental en el mercado educativo peruano. Según esta clasificación, las innovaciones incrementales son aquellas que mejoran productos, servicios o procesos ya existentes, agregando nuevas funcionalidades o características (SYDLE, 2023). EDUKIDS no busca ser una innovación disruptiva que cree

un nuevo mercado o desplace completamente a los servicios tradicionales de reforzamiento escolar, ni una innovación radical que transforme por completo el paradigma educativo. En cambio, mejora significativamente el servicio existente de apoyo académico agregando tres elementos antes no disponibles de manera integrada: reportes de progreso verificables sin supervisión parental, gamificación sistemática para mantener la motivación, y acompañamiento socioemocional certificado. Esta elección de innovación incremental es estratégica para el NSE B, que busca soluciones confiables y mejoradas más que experimentos educativos radicales.

La innovación incremental de EDUKIDS se sustenta en tres ejes diferenciados. En el eje de innovación de producto, la plataforma integra monitoreo en tiempo real, gamificación pedagógica y soporte emocional en un solo ecosistema digital, combinación que ningún competidor directo ofrece actualmente de forma simultánea. En el eje de innovación de proceso, se implementan diagnósticos basados en el Currículo Nacional de Educación Básica (CNEB) con evaluaciones mensuales y certificaciones trimestrales, estableciendo un protocolo de seguimiento académico estandarizado inexistente en los servicios tradicionales. En el eje de innovación de modelo de negocio, se introduce transparencia radical en la relación proveedor-cliente mediante *dashboards* accesibles, reportes automatizados y perfiles docentes con valoraciones verificables.

Esta elección estratégica se sustenta en las características del segmento objetivo. Las familias del NSE B destinan entre S/200 y S/450 mensuales en servicios de reforzamiento, lo que representa una proporción significativa de su presupuesto familiar. La innovación incremental reduce el riesgo percibido por estas familias al ofrecer un servicio reconocible en su estructura básica (tutorías y refuerzo académico), pero sustancialmente mejorado en transparencia, personalización y acompañamiento integral. Esto se alinea con lo señalado por

Christensen et al. (2015), quienes identifican que los mercados consolidados responden mejor a mejoras progresivas cuando los consumidores ya tienen hábitos de compra establecidos.

Otro elemento clave de EDUKIDS es su compromiso con la transparencia, los padres podrán acceder al *dashboard* de rendimiento académico en tiempo real, visualizando no solo calificaciones sino también indicadores de participación, tiempo dedicado a cada materia, áreas de fortaleza y oportunidad, y progreso comparativo con estándares nacionales. Esta transparencia se extiende al perfil de docentes, donde los padres pueden revisar no solo las credenciales académicas sino también las valoraciones de otras familias, el estilo pedagógico del tutor, y su especialización en áreas específicas. Esta información, antes inaccesible o fragmentada, ahora se presenta de manera clara y accesible, empoderando a los padres para tomar decisiones informadas sobre la educación complementaria de sus hijos.

Asimismo, la plataforma incorpora un canal directo de comunicación entre padres y docentes, facilitando la coordinación y seguimiento del proceso educativo. Este canal no es simplemente un chat; es un sistema estructurado de comunicación que incluye alertas automáticas sobre el progreso, sugerencias personalizadas para reforzamiento en casa, y espacios programados para retroalimentación cualitativa. Esta característica es especialmente valorada por quienes anteriormente enfrentaron problemas de desinformación o falta de claridad en servicios educativos tradicionales.

Otro elemento distintivo de EDUKIDS es su enfoque lúdico para fomentar la motivación y el compromiso de los estudiantes. La gamificación implementada no es superficial o decorativa; está fundamentada en principios psicopedagógicos que reconocen el juego como vehículo natural de aprendizaje infantil. La plataforma integra un sistema de insignias, recompensas virtuales y rankings amistosos, diseñados para convertir el aprendizaje en una experiencia divertida y gratificante. Cada vez que el niño completa actividades, supera desafíos académicos o participa en sesiones de refuerzo, puede ganar

puntos que se traducen en reconocimientos simbólicos dentro de la app. Estos elementos de gamificación están calibrados para diferentes perfiles de estudiantes: algunos responden mejor a la competencia amistosa de los rankings, otros a la colección de insignias, y otros al desbloqueo de contenido especial. Este componente no solo mejora la constancia en el estudio, sino que también estimula el sentido de logro y la autoestima, promoviendo una relación positiva con el aprendizaje.

La innovación de EDUKIDS también se manifiesta en su modelo de validación de competencias. A diferencia de servicios que operan sin métricas claras, EDUKIDS implementa evaluaciones diagnósticas iniciales basadas en el Currículo Nacional de Educación Básica (CNEB), seguidas de evaluaciones mensuales de progreso y certificaciones trimestrales firmadas digitalmente por el coordinador académico. Estos reportes no son simples notas; incluyen análisis detallados del desarrollo de competencias específicas, comparativas con percentiles nacionales, y recomendaciones personalizadas para el siguiente período. Esta información permite a los padres del NSE B, con sus limitadas horas disponibles, verificar objetivamente el retorno de su inversión educativa.

En lugar de imitar modelos masivos de tutoría online, EDUKIDS se enfoca en el contexto local, entendiendo las limitaciones y características de las familias urbanas peruanas. Su diseño responde directamente a realidades específicas, donde la plataforma no solo ofrece clases, sino también acompañamiento emocional, enfoque lúdico, dashboard de rendimiento académico y una comunidad donde las familias pueden compartir inquietudes y recomendaciones. Finalmente, en el proceso de conceptualización y desarrollo, se tomaron como referencia cinco experiencias internacionales cuyos enfoques centrados en el usuario, la accesibilidad digital y la personalización educativa ofrecieron aprendizajes clave, como se presenta en la Tabla 5. Estos casos sirvieron como base para diseñar una propuesta alineada con el entorno peruano, pero con estándares globales de calidad.

Tabla 5*Plataformas a Nivel Global como Referentes*

Negocio	Descripción	Propuesta	Observaciones
BYJU'S (India)	Plataforma educativa líder en India con expansión global. Ofrece aprendizaje interactivo para estudiantes desde primaria hasta nivel preuniversitario.	Clases virtuales con animaciones, ejercicios personalizados y seguimiento inteligente del avance del alumno mediante IA.	Muy atractiva para estudiantes visuales. Sin embargo, parte de su contenido está más alineado con el currículo indio, lo que requiere adaptación en otros mercados.
GoStudent (Austria / Global)	Red de tutorías online personalizadas, activa en más de 20 países, que conecta estudiantes con tutores expertos en diversas materias.	Clases en vivo uno a uno, con seguimiento del rendimiento del estudiante, adaptadas a su currículo y necesidades individuales.	Se destaca por su alta calidad docente y flexibilidad horaria. Su modelo personalizado implica mayores costos frente a plataformas masivas.
Khan Academy (EE.UU.)	Organización sin fines de lucro que brinda acceso gratuito a contenidos educativos en línea. Cubre desde primaria hasta secundaria.	Plataforma con videos explicativos, ejercicios interactivos y rutas de aprendizaje para matemáticas, ciencias y comprensión lectora.	Altamente accesible, pero sin interacción directa ni seguimiento personalizado. Ideal como complemento, no como solución principal de acompañamiento.
TAL Education (China)	Empresa líder en tecnología educativa en Asia. Ofrece servicios digitales de enseñanza a estudiantes desde primaria hasta secundaria.	Clases en vivo con docentes y plataformas de aprendizaje adaptativo basadas en IA, para reforzar áreas débiles del alumno.	Su uso intensivo de IA permite personalizar el aprendizaje. Sin embargo, está más orientada al sistema educativo asiático y su expansión global es limitada.
SmartyAnts (EE.UU.)	Plataforma enfocada en lectoescritura temprana, diseñada para niños desde preescolar hasta 3.º de primaria. Forma parte del ecosistema Achieve3000.	Juegos interactivos y recorridos de aprendizaje personalizados que fortalecen la comprensión lectora y habilidades fonéticas.	Altamente lúdica y atractiva para niños pequeños, aunque está centrada solo en el área de alfabetización, lo que restringe su aplicación en otras materias.

Nota. Elaboración propia a partir de información pública disponible en los sitios web de cada plataforma.

4.4. Propuesta de Valor

Para articular la oferta de EDUKIDS con las necesidades del usuario se empleó el Lienzo de Propuesta de Valor desarrollado por Osterwalder et al. (2014). Esta herramienta permite mapear los trabajos, dolores y ganancias del cliente frente a los productos, aliviadores y creadores de valor que ofrece la solución. Su aplicación garantiza que cada componente de EDUKIDS responda directamente a una necesidad validada del público objetivo. EDUKIDS aborda una problemática estructural que afecta a miles de familias profesionales en Lima Metropolitana, la paradoja de invertir recursos significativos en educación complementaria sin poder verificar su efectividad real. Las familias del NSE B destinan mensualmente entre S/200 y S/450 en servicios de reforzamiento escolar mientras dedican más de 48 horas semanales a sus actividades laborales, creando una situación donde

la inversión educativa se realiza sin mecanismos de control ni verificación. Esta plataforma digital revoluciona el modelo tradicional al proporcionar herramientas concretas que transforman la incertidumbre en certeza medible, permitiendo a los padres tomar decisiones educativas basadas en evidencia objetiva, tal como se evidencia en la Tabla 8.

La solución que ofrece EDUKIDS integra tecnología educativa avanzada con metodologías pedagógicas comprobadas para crear un ecosistema de aprendizaje único. Los beneficios principales incluyen acceso inmediato a métricas de desempeño académico mediante interfaces intuitivas, comunicación directa con educadores especializados a través de canales digitales establecidos, y un programa de refuerzo que se adapta automáticamente al ritmo y estilo de aprendizaje de cada estudiante. La plataforma genera reportes automatizados semanales enviados directamente al WhatsApp de los padres, eliminando la necesidad de supervisión constante mientras mantiene a las familias completamente informadas del progreso educativo.

Un elemento diferenciador fundamental de EDUKIDS es su sistema de validación de competencias certificado. La plataforma cuenta con profesionales especializados en psicopedagogía que implementan protocolos de evaluación alineados con el Currículo Nacional de Educación Básica, realizando diagnósticos iniciales comprensivos y seguimientos mensuales documentados. Trimestralmente, la coordinación académica genera certificaciones digitales que detallan cuantitativamente los avances en competencias matemáticas y comunicativas, incluyendo análisis comparativos con estándares nacionales por nivel educativo. Este sistema de validación proporciona a las familias documentación oficial del progreso académico, útil tanto para su tranquilidad personal como para presentaciones formales ante instituciones educativas.

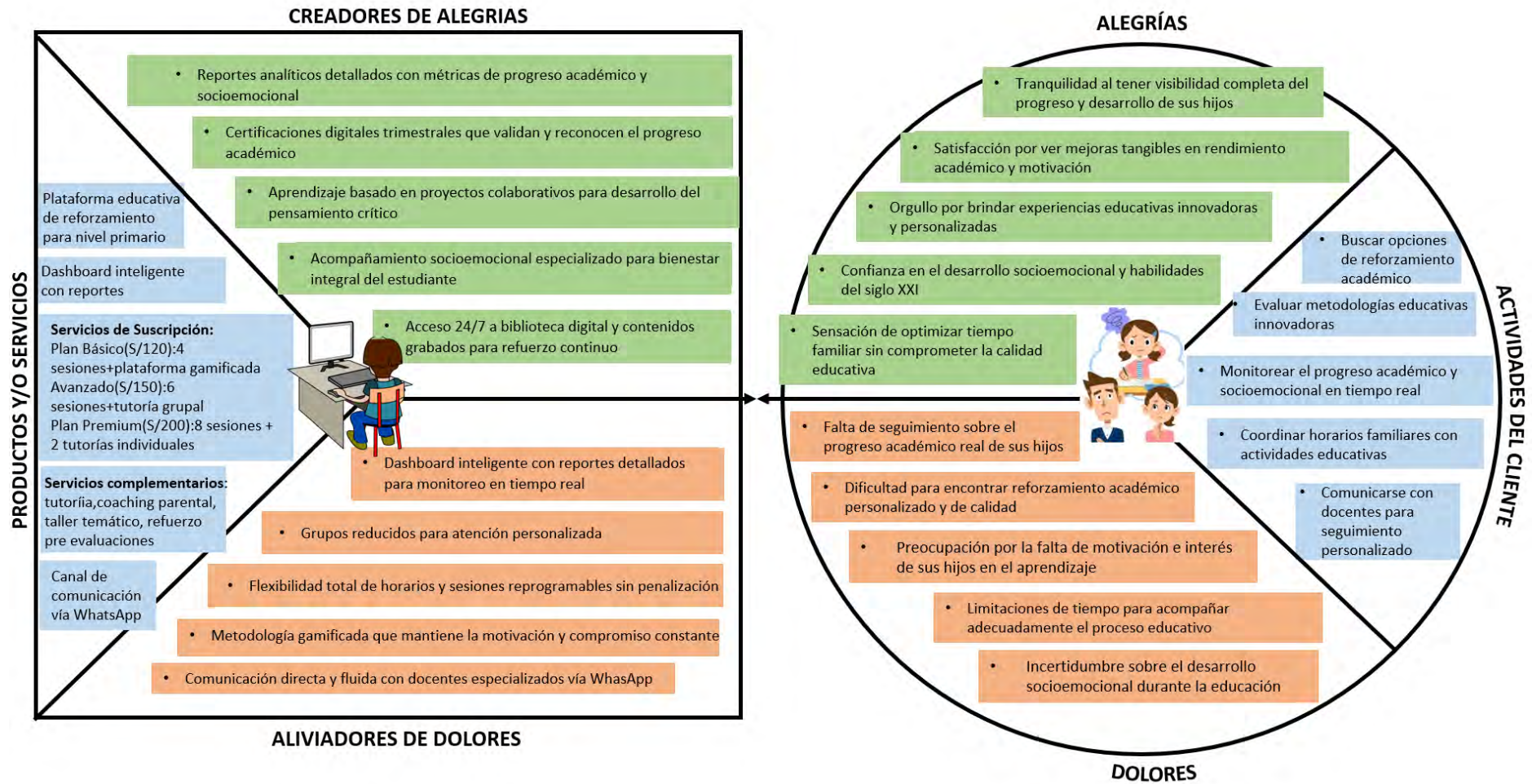
La diferenciación competitiva de EDUKIDS radica en su capacidad de ofrecer transparencia donde otros servicios mantienen opacidad. Mientras las alternativas

tradicionales como academias presenciales o tutorías particulares funcionan sin métricas verificables ni sistemas de seguimiento accesible, esta plataforma proporciona visibilidad total del proceso educativo. El modelo digital elimina barreras geográficas y temporales, ofreciendo tarifas entre S/120 y S/200 mensuales, sustancialmente más accesibles que los S/400 o más que cobran servicios presenciales equivalentes. Adicionalmente, la integración de elementos lúdicos y gamificación genera tasas de participación superiores al 95%, contrastando significativamente con el 60% promedio de asistencia en modelos tradicionales.

El compromiso fundamental que EDUKIDS establece con las familias trasciende el simple reforzamiento académico para convertirse en un pacto de transparencia educativa total. Cada familia recibe no solamente un servicio de apoyo escolar, sino un ecosistema integral de monitoreo y validación que confirma el valor real de su inversión educativa mensual. Los padres obtienen respuestas concretas y cuantificables sobre el impacto del reforzamiento en el desarrollo académico de sus hijos, reemplazando las suposiciones con certezas medibles y documentadas. Esta propuesta representa un cambio paradigmático en cómo las familias del NSE B pueden gestionar la educación complementaria: transitando de la esperanza sin fundamento hacia decisiones respaldadas por datos, del gasto educativo hacia una inversión con retorno verificable, y de la preocupación constante hacia la tranquilidad sustentada en evidencia objetiva. EDUKIDS no vende un servicio, construye puentes de confianza entre la inversión familiar y el progreso real del estudiante.

Figura 8

Lienzo de propuesta de valor



4.5. Producto Mínimo Viable

El desarrollo inicial de EDUKIDS fue concebido como un proceso progresivo, en el que cada paso aportó información clave para optimizar la experiencia de los usuarios, la evolución de esta primera versión se llevó a cabo en tres fases claramente definidas, las cuales permitieron validar, corregir y enriquecer las funcionalidades básicas de la plataforma. Esta estrategia buscó asegurar que el producto no solo fuera funcional, sino realmente valioso para los padres de familia que buscan un refuerzo académico confiable. Antes de construir la primera versión, se realizó un trabajo de campo riguroso que incluyó 13 entrevistas profundas con padres y madres de familia, así como 240 encuestas, esta investigación permitió conocer en detalle los puntos de dolor, expectativas y comportamientos digitales del público objetivo (ver Apéndice A y B).

El desarrollo de EDUKIDS comenzó con un producto básico centrado en resolver las principales necesidades detectadas durante la fase exploratoria del proyecto, especialmente aquellas relacionadas con el refuerzo académico, el acompañamiento emocional y la motivación lúdica para el aprendizaje. Esta primera etapa se tradujo en una plataforma funcional compuesta por seis pantallas esenciales, que permitieron poner a prueba el modelo con usuarios reales y recoger valiosas percepciones para su mejora continua. Desde el inicio, se priorizó construir una solución digital intuitiva y centrada en el bienestar y desarrollo integral del niño. La plataforma incluyó una pantalla de inicio de sesión sencilla para facilitar el acceso; una pantalla de cursos, desde donde los padres y estudiantes pueden visualizar los contenidos académicos disponibles; un *dashboard* de rendimiento, que muestra el progreso y desempeño escolar del estudiante de forma clara y dinámica; una pantalla de perfil de docentes con valoraciones, diseñada para generar confianza en los padres al permitirles conocer la experiencia y estilo de enseñanza del equipo educativo; una sección de sesiones lúdicas con insignias, rankings y recompensas, que motiva a los niños a través de dinámicas

de juego estructuradas; y una pantalla de coaching emocional, que ofrece sesiones breves enfocadas en fortalecer habilidades socioemocionales claves.

Posteriormente, se realizó una serie de pruebas con usuarios; padres y madres de familia. Quienes no solo validaron la propuesta inicial, sino que también brindaron retroalimentación concreta para enriquecer la experiencia de uso, gracias a su respuestas, se incorporó una séptima pantalla de servicios adicionales, desde la cual las familias pueden agendar sesiones específicas de apoyo como por ejemplo, reservar una fecha si el estudiante necesita ayuda puntual con tareas escolares o cuando desea prepararse para una evaluación del colegio. Además, se ajustaron aspectos visuales y de accesibilidad, como el aumento del tamaño de fuente en toda la interfaz, una sugerencia repetida por varios usuarios que buscaban mayor autonomía para sus hijos al navegar por la plataforma.

Asimismo, se incorporó el formato bilingüe (español e inglés) en los contenidos, facilitando el acceso a familias que valoran el aprendizaje de un segundo idioma desde edades tempranas. Cada modificación surgió del compromiso por escuchar activamente a los usuarios reales y cocrear esta primera versión de EDUKIDS que se ha transformado en un sistema robusto que pone al niño y su entorno familiar en el centro de la experiencia educativa y permite que el estudiante no solo avance en sus competencias escolares, sino que lo haga con motivación, autoestima y acompañamiento constante. El resultado de este proceso iterativo se presenta en la Figura 9.

4.6 Resumen de Capítulo

En este capítulo se diseñó la propuesta de EDUKIDS aplicando la metodología *Design Thinking* a través del proceso EDIPE. Mediante el Lienzo 6x6 se identificaron seis necesidades clave del usuario y se generaron seis soluciones priorizadas con la Matriz Costo-Impacto: plataforma con clases disponibles 24/7, sesiones lúdicas con gamificación, *dashboard* inteligente para padres, contenido adaptativo, coaching emocional y perfiles

docentes verificables. Se clasificó a EDUKIDS como una innovación incremental que mejora servicios existentes integrando transparencia, gamificación y soporte emocional en una sola plataforma, y se validó el Producto Mínimo Viable en tres iteraciones progresivas con resultados altamente favorables en disposición de uso, intención de recomendación y valoración del soporte emocional ofrecido.

Figura 9

Producto Mínimo Viable EDUKIDS

Pantalla de Inicio



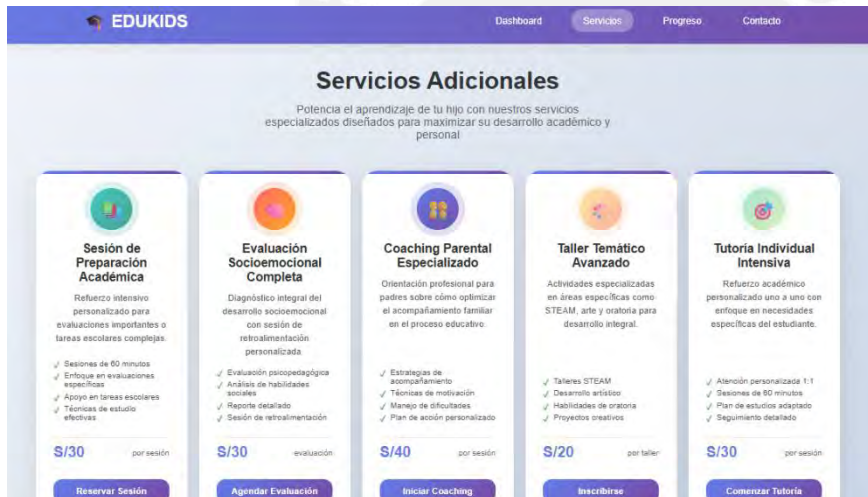
Dashboard de rendimiento académico



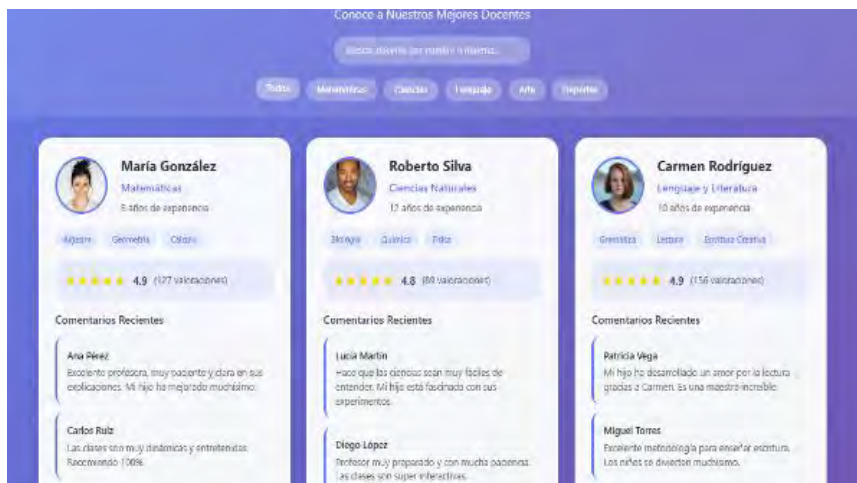
Pantalla de cursos



Pantalla de servicios adicionales



Pantalla de perfil de docentes, valoraciones



Pantalla de sesiones lúdicas con insignias, rankings y recompensas



Pantalla de coaching emocional



Capítulo V: Modelo de Negocio

En este capítulo se presenta el modelo de negocio de EDUKIDS. En primer lugar, se desarrolla el Lienzo del Modelo de Negocio (*Business Model Canvas*) para estructurar los nueve componentes clave del proyecto: propuesta de valor, segmento de clientes, canales, relación con clientes, fuentes de ingreso, recursos clave, actividades clave, socios clave y estructura de costos. Seguidamente, se analiza la viabilidad económica del modelo. Luego, se evalúa el potencial de escalabilidad y exponencialidad mediante la Matriz Exocanva. Finalmente, se examina la sostenibilidad del modelo, alineada a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

5.1. Lienzo del Modelo de Negocio

Para estructurar el modelo de negocio se empleó el *Business Model Canvas* de Osterwalder y Pigneur (2010), herramienta que organiza los nueve componentes fundamentales de un emprendimiento en un solo marco visual. Su objetivo es articular de forma coherente la propuesta de valor, los segmentos de clientes, los canales, las fuentes de ingreso y la estructura de costos del proyecto. En EDUKIDS, este lienzo fue construido a partir de los hallazgos de la investigación del usuario y la validación del Producto Mínimo Viable.

El modelo de negocio de EDUKIDS surge como respuesta a las demandas actuales del sector educativo limeño, fundamentándose en una investigación profunda que combinó técnicas de análisis cualitativo. Metodologías como *design thinking* este enfoque investigativo reveló la necesidad de padres del segmento socioeconómico B+ de acceder a servicios educativos especializados que integren tanto el desarrollo académico como el bienestar emocional de sus hijos, la estructura completa del modelo se presenta en la Figura 10. La propuesta de valor se estructura sobre cinco pilares diferenciadores: la implementación de educación virtual innovadora que transforma la experiencia de aprendizaje combinando

sesiones virtuales interactivas, el desarrollo de tutorías personalizadas mediante refuerzo individualizado para cada estudiante, la integración de programas de acompañamiento emocional que fortalecen el bienestar socioemocional, la incorporación de tecnología amigable a través de *dashboards* de monitoreo para padres.

El segmento de cliente se basó en un proceso riguroso de segmentación demográfica y psicográfica, identificando a familias conformadas por padres profesionales entre 30 y 45 años, ubicados en distritos de nivel socioeconómico B+ de Lima, quienes priorizan el rendimiento académico de sus hijos. Los canales de distribución se materializan a través de un ecosistema digital integrado que incluye plataformas educativas interactivas, herramientas de monitoreo académico en tiempo real para padres de familia, y una presencia activa en medios digitales que comunica los beneficios diferenciadores del servicio. Enfatizando la mejora medible en el desempeño académico y el desarrollo integral de los estudiantes.

La relación con los clientes se fundamenta en aquellas estrategias que generan mayor impacto en la satisfacción del cliente, implementando programas de fidelización estructurados en niveles que ofrecen beneficios, estableciendo canales de comunicación directa y personalizada mediante WhatsApp, y desarrollando un sistema de evaluaciones periódicas. Las fuentes de ingreso se articulan en dos componentes principales, los ingresos recurrentes provenientes de suscripciones mensuales que constituyen el 85% de la facturación total, distribuidos entre el Plan Senior, Plan Crecer y Plan Avanza, cada uno diseñado para diferentes necesidades complementados con servicios especializados que representan el 15% restante. Incluyendo sesiones intensivas de preparación académica, tutorías individualizadas, evaluaciones psicopedagógicas y programas de coaching familiar, generando así flujos de ingresos diversificados y estables.

En los recursos clave de EDUKIDS, se destacó la importancia de la personalización educativa, el seguimiento continuo del progreso emocional y la incorporación de elementos

lúdicos en el aprendizaje, materializándose en un equipo de educadores certificados y especializados en, una plataforma tecnológica propietaria EDUKIDS que integra herramientas de gestión académica y monitoreo de progreso, sistemas lúdico y protocolos de evaluación integral que abarcan tanto aspectos cognitivos como socioemocionales. Las actividades claves incluyen el diseño continuo de contenidos curriculares adaptados a cada perfil de estudiante, la implementación de experiencias de aprendizaje que incorporan elementos lúdicos y tecnológicos. La formación permanente del equipo docente en herramientas digitales y metodologías innovadoras, el monitoreo constante de sesiones educativas virtuales, el desarrollo y optimización de la plataforma digital, y la provisión de servicios de apoyo emocional y orientación familiar que complementan la experiencia educativa integral.

Los socios clave se configuraron considerando los requerimientos operativos y de calidad, estableciendo *partnerships* con empresas tecnológicas especializadas en soluciones de videoconferencia educativa y plataformas de gestión del aprendizaje, proveedores de herramientas digitales que facilitan la gamificación, profesionales especializados en psicología educativa y desarrollo curricular, consultores en innovación pedagógica, y entidades de validación institucional incluyendo el Ministerio de Educación del Perú. La estructura de costos del modelo contempla una distribución equilibrada entre costos fijos, que representan el 60% del total operativo y comprenden la remuneración del equipo base conformado por coordinador académico, psicólogo educativo y gerente de operaciones, las licencias tecnológicas necesarias para el funcionamiento de la plataforma virtual, los servicios profesionales de contabilidad, asesoría legal y soporte técnico. Así como las inversiones en marketing digital y posicionamiento de marca, mientras que los costos variables, equivalentes al 40% restante, incluyen la adquisición de materiales pedagógicos especializados, las comisiones por procesamiento de pagos digitales y los gastos operativos

que fluctúan según la demanda del servicio.

EDUKIDS trasciende la conceptualización tradicional de un servicio educativo para posicionarse como un ecosistema integral de desarrollo académico en el mercado educativo virtual de Lima. Dirigido específicamente a satisfacer las expectativas de padres contemporáneos que buscan soluciones educativas de excelencia, experiencias de aprendizaje personalizadas según el perfil y ritmo de cada estudiante, metodologías pedagógicas certificadas que incorporan elementos lúdicos y tecnológicos de vanguardia, y ambientes virtuales cuidadosamente diseñados para fomentar la interacción positiva entre estudiantes, padres y educadores. Fortaleciendo el bienestar emocional, garantizando un impacto transformador en la trayectoria educativa de cada niño (ver Figura 10).

Figura 10

Lienzo del Modelo de Negocio de EDUKIDS

<p>Socios clave</p> <p>Proveedores Tecnológicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plataformas de videoconferencia educativas • Sistemas de gestión de aprendizaje (LMS) • Herramientas de enfoque lúdico • Servicios de hosting y seguridad <p>Especialistas y Consultores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Psicólogos educativos certificados • Especialistas en metodologías innovadoras • Consultores en desarrollo curricular <p>Instituciones de Validación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Educación del Perú • Universidades con facultades de educación • Organizaciones de certificación pedagógicas <p>Proveedores de Materiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Editoriales educativas especializadas • Proveedores de material didáctico • Empresas de equipamiento tecnológico 	<p>Actividades clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de currículo personalizado • Diseño de experiencias lúdicas • Actualización constante de ejercicios prácticos • Capacitación continua de educadores • Supervisión de sesiones virtuales • Evaluación y seguimiento de estudiantes • Control de calidad de servicios • Desarrollo de plataforma educativa • Optimización de experiencia de usuario • Seguridad y respaldo de datos • Evaluaciones psicológicas periódicas • Sesiones de coaching emocional • Apoyo integral al desarrollo del niño <p>Recursos clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Educadores • Psicólogos educativos certificados • Desarrolladores de tecnología educativa • Coordinador académico • Plataforma de gestión educativa EduKids • Dashboard de rendimiento académico • Sistema lúdico integrado • Sistema de evaluación automática • Equipos tecnológicos especializados • Metodología curricular propia "EduKids Method" • Marca registrada y posicionamiento • Base de datos de estudiantes y progreso • Certificaciones y alianzas estratégicas • Protocolos de calidad educativa 	<p>Propuestas de valor</p> <p>Educación virtual Innovadora. Transformamos la educación combinando sesiones virtuales interactivas.</p> <p>5 pilares Educativos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tutorías Personalizadas: Refuerzo individual/grupal -Enfoque lúdico: Aprendizaje a través del juego - Valoraciones de perfil de docentes: recomendaciones e historial docente. -Acompañamiento Emocional: Bienestar socioemocional -Tecnología Amigable: Dashboard de monitoreo para padres <p>Resultados Medibles:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejora académica del 20-30% en 6 meses • Desarrollo de autonomía de estudio • Fortalecimiento de habilidades sociales • Mayor confianza y motivación • Reducción del estrés familiar <p>Accesibilidad y Conveniencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precios justos: S/30-S/50/hora • Ubicaciones cercanas al hogar • Horarios flexibles adaptables • Dashboard de monitoreo para padres 	<p>Relaciones con los clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesor educativo asignado por familia • Comunicación directa vía WhatsApp • Seguimiento personalizado • Reuniones periódicas de evaluación • Grupos de padres para intercambio de experiencias • Talleres de formación parental • Eventos periódicos • Red de apoyo entre familias • Panel de padres en tiempo real • Acceso 24/7 a progreso académico • Biblioteca de recursos educativos • Feedback para mejora de servicios. <p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociales: Facebook, Instagram • Google Ads: Búsquedas relacionadas educación • Content Marketing: Blog educativo, webinars • Eventos: Ferias, charlas en colegios • Consulta Gratuita: Diagnóstico inicial • Sesión Demo • Asesor educativo especializado • Atención telefónica especializada • Plataforma Digital • Soporte 24/7 	<p>Segmentos de Clientes</p> <p>Padres de familia de 30 años a 45 años, de sector B+ con ingresos familiares mensuales de S/7545, comprometidos con el rendimiento académico de sus hijos en etapa escolar (8 a 12 años) y buscan reforzamiento educativo, que integren calidad, accesibilidad y soporte emocional. Desde lo social, desean demostrar que son padres informados y comprometidos con el futuro de sus hijos. Sus principales frustraciones incluyen: Bajo rendimiento académico, falta de acompañamiento emocional y personalizado, escasa innovación en métodos de enseñanza. Valoran plataformas educativas accesibles, personalizadas, con opciones de monitoreo real y que permitan integrar al aprendizaje a su rutina familiar sin sacrificar tiempo ni bienestar.</p>
<p>Estructura de costos</p> <p>Costos Fijos (60%): Sueldos y honorarios del equipo base (coordinador académico, psicólogo, desarrollador), licencias tecnológicas y mantenimiento de la plataforma virtual, servicios de contabilidad, legal y soporte operativo, marketing digital constante.</p> <p>Costos Variables (40%): Materiales y recursos pedagógicos, comisiones por medios de pago, costos asociados a la demanda.</p>		<p>Flujos de ingresos</p> <p>Planes de Suscripción Mensual (85% de ingresos):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan Semilla: S/120/mes - 4 sesiones virtuales + panel padres + diagnóstico inicial • Plan Crecer: S/150/mes - 8 virtuales + tutoría grupal + certificado trimestral • Plan Avanza: S/200/mes - Intensivo, 8 virtuales + 2 tutorías individual + seguimiento emocional personalizado <p>Servicios Adicionales (15% de ingresos):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sesión de Preparación Académica: Refuerzo intensivo para evaluaciones o tareas escolares (60 min) • Tutoría Individual: S/30/hora - Refuerzo académico personalizado virtual • Evaluación Socioemocional: S/30 - Test psicológico + retroalimentación + recomendaciones • Coaching Parental: S/40/sesión - Asesoría especializada para mejorar acompañamiento en casa • Talleres Especiales: S/20 - Actividades especializadas (STEAM, arte, oratoria) 		

5.2. Viabilidad del Modelo de Negocio

La viabilidad del modelo de negocio de EDUKIDS parte de una problemática específica del NSE B: la imposibilidad de supervisar y verificar la efectividad de los servicios educativos complementarios en los que invierten mensualmente. Los padres del NSE B trabajan más de 48 horas semanales y destinan entre S/200-450 mensuales en reforzamiento escolar sin poder evaluar si estos servicios realmente mejoran el rendimiento académico. Esta inversión no supervisada perpetúa un ciclo donde el gasto educativo no garantiza resultados verificables. En este escenario, EDUKIDS emerge como una solución de transparencia y medición objetiva, diseñada para transformar la inversión educativa ciega en decisiones informadas mediante una plataforma digital que proporciona métricas verificables del progreso académico

En términos financieros, el proyecto requiere una inversión inicial de S/599,025, orientada principalmente al desarrollo tecnológico de la plataforma, producción de contenido educativo, contratación de expertos en psicología infantil y pedagogía, y ejecución de campañas digitales para posicionamiento de marca y captación de usuarios, gracias a una estructura operativa eficiente y un enfoque digital escalable, el modelo no necesita infraestructura física ni plantillas fijas de docentes, lo que permite un uso altamente estratégico del capital inicial. En su etapa inicial, EDUKIDS impactará a 6,336 niños, y se proyecta alcanzar a más de 9,875 beneficiarios en su quinto año, a través de un sistema de membresías mensuales y anuales para familias. Los precios de suscripción se ubican entre S/120 y S/200, con descuentos por pagos anuales y beneficios adicionales en modalidades grupales o institucionales. Esta estrategia de precios permite que los servicios de la plataforma sean accesibles a una amplia base de usuarios sin comprometer la sostenibilidad financiera del negocio.

A nivel de ingresos, el modelo proyecta una facturación anual de S/2,821,874.08,

sustentada en el uso recurrente del servicio: cada familia accede en promedio a tres sesiones por semana, que combinan refuerzo académico, dinámicas socioemocionales y orientación parental. El costo promedio de adquisición de cliente se mantiene bajo, permitiendo una relación altamente favorable entre inversión en marketing y retorno por usuario. La operación se apoya en un equipo multidisciplinario que trabaja de forma remota y en red, generando contenidos actualizados, adaptativos y personalizados para cada etapa del desarrollo infantil. La plataforma se adapta al progreso de cada niño y notifica a los padres sobre sus avances, promoviendo una participación activa de la familia en el proceso educativo. En resumen, EDUKIDS demuestra ser un modelo de negocio económicamente viable, operativamente eficiente y socialmente relevante. Responde a una necesidad real con una solución concreta y sostenible, integrando tecnología, educación y bienestar familiar en una propuesta coherente, de fácil acceso y con gran potencial de expansión a nivel nacional.

5.3. Escalabilidad/Exponencialidad del Modelo de Negocio

El modelo de negocio de EDUKIDS ha sido diseñado con una visión escalable y exponencial desde su concepción, buscando generar un impacto masivo en la educación personalizada, emocional y digital para estudiantes en edad escolar. Su punto de partida combina una infraestructura tecnológica robusta y una comunidad educativa participativa. Como primera etapa, EDUKIDS enfoca su expansión en sectores urbanos que evidencian una fuerte demanda por servicios de refuerzo escolar complementados con soporte emocional, permitiendo aplicar su plataforma en zonas estratégicas donde el acceso a soluciones digitales está normalizado. Esta elección inicial facilita no solo la adopción rápida del modelo, sino también la construcción de una red de usuarios promotores, entre los que destacan padres, docentes y profesionales aliados.

Para evaluar el potencial de crecimiento exponencial se empleó la Matriz Exocanva, basada en el modelo de Organizaciones Exponenciales. Esta herramienta analiza diez

dimensiones clave que determinan la capacidad de una empresa para escalar de manera acelerada, entre ellas el propósito transformador masivo, algoritmos, comunidad, activos apalancados y experimentación. Su aplicación permite identificar las características que posicionan a EDUKIDS como un modelo con potencial de crecimiento sostenido en el mercado EdTech.

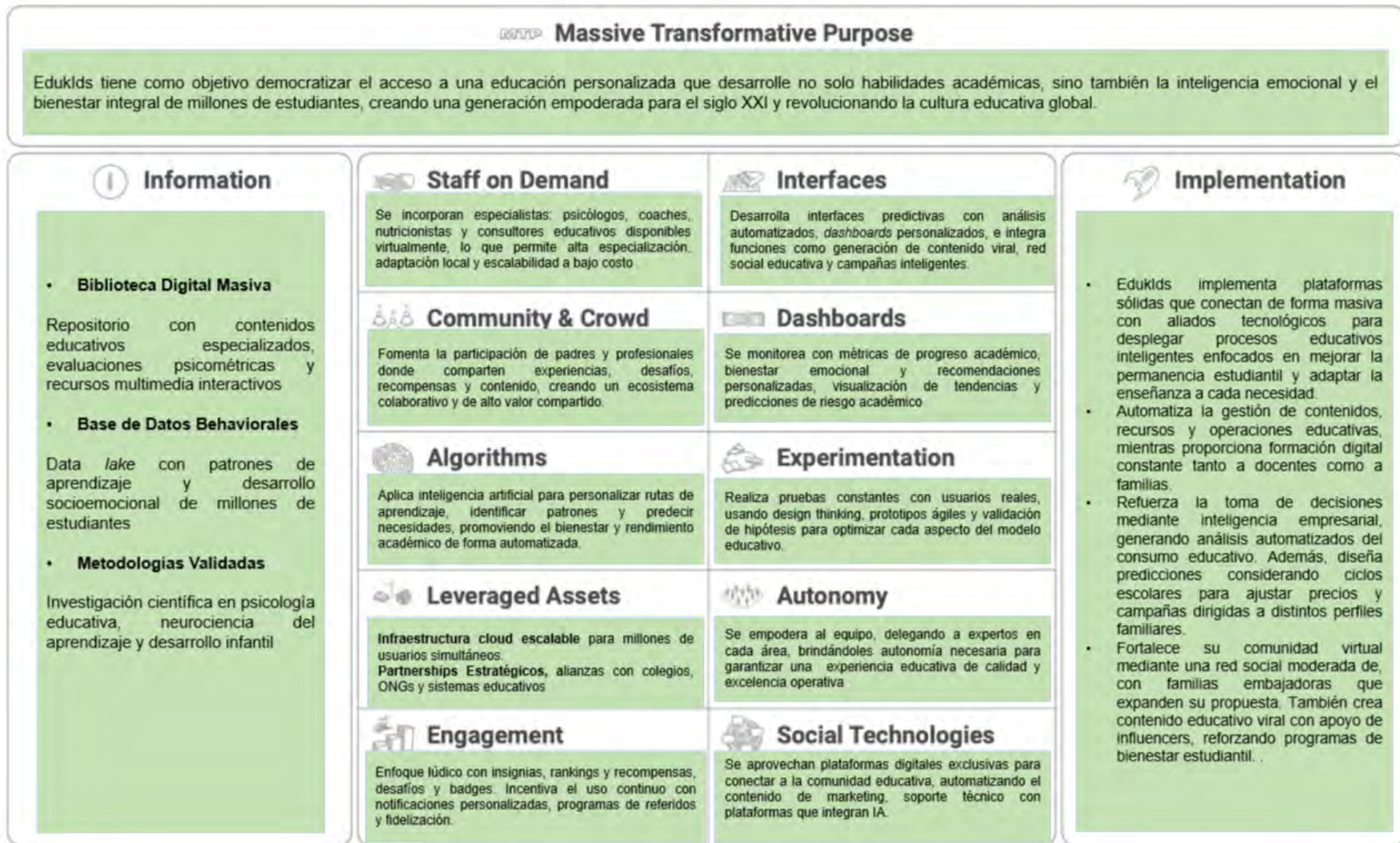
El análisis del Exocanva expone las dimensiones exponenciales del modelo de EDUKIDS a través de diez elementos donde El *Massive Transformative Purpose* es democratizar una educación personalizada e integral a gran escala, sirve como eje de su crecimiento exponencial. Su biblioteca digital masiva, junto con bases de datos comportamentales y metodologías científicas validadas, hacen posible una mejora continua del servicio con algoritmos de inteligencia artificial, EDUKIDS adapta rutas de aprendizaje, detecta necesidades específicas y anticipa riesgos académicos, permitiendo una personalización escalable con bajo costo marginal, como se ilustra en la Figura 11.

El potencial exponencial de EDUKIDS se fundamenta en el marco teórico de Organizaciones Exponenciales de Ismail et al. (2014), quienes definen que una organización exponencial es aquella cuyo impacto es al menos diez veces superior al de sus pares gracias al uso de técnicas organizativas aceleradas por tecnología. De las diez dimensiones evaluadas en la Matriz Exocanva, EDUKIDS presenta fortaleza en seis: Propósito Transformador Masivo (democratizar la educación personalizada), Algoritmos (IA para personalización de rutas de aprendizaje), Comunidad (familias embajadoras como promotoras orgánicas), Activos Apalancados (infraestructura cloud y APIs), Dashboards (monitoreo en tiempo real) y Experimentación (ciclos iterativos de validación). Esta configuración posiciona a EDUKIDS con un perfil exponencial sólido para el mercado EdTech peruano.

El modelo opera sobre activos apalancados como infraestructura *cloud*, redes de aliados estratégicos como consultores, colegios, ya que EDUKIDS se proyecta ser un servicio

Figura 11

Matriz Exocanva



híbrido, donde se unen las clases virtuales con talleres presenciales en los colegios aliados, y plataformas sociales que potencian la difusión viral del contenido educativo, a esto se suma la incorporación progresiva de expertos bajo demanda (psicólogos, nutricionistas), que permite ampliar la cobertura sin comprometer la calidad del servicio. La estrategia de crecimiento contempla un sistema de retroalimentación constante basado en *dashboards* inteligentes y ciclos de experimentación con usuarios reales. Cada nueva implementación funciona como laboratorio de mejora, donde se validan funcionalidades y se ajustan campañas educativas según el perfil de cada comunidad escolar. Además, EDUKIDS reduce costos operativos mediante la automatización de recursos educativos, contenidos y flujos operativos, lo cual permite mantener una experiencia educativa personalizada y de alta calidad en cada nueva zona de expansión, esta eficiencia operativa refuerza su capacidad de escalar sin perder la esencia del modelo, mientras su comunidad virtual de familias embajadoras, *influencers* y líderes educativos contribuye activamente a su crecimiento orgánico.

En términos cuantitativos, la escalabilidad de EDUKIDS se sustenta en un modelo de costos marginales decrecientes: la plataforma tecnológica y los contenidos educativos representan costos fijos que se diluyen con cada nuevo usuario, reduciendo el costo unitario por estudiante atendido a medida que crece la base de suscriptores. La proyección de crecimiento contempla pasar de 6,336 estudiantes en el primer año a 9,875 en el quinto año, con tasas de crecimiento del 10% al 15% anual. Estas cifras se respaldan en el crecimiento del sector EdTech, que registra una expansión anual del 16% (SAM), y en la penetración de smartphones del 94% en Perú (OSIPTTEL, 2024), que garantiza la accesibilidad tecnológica necesaria para la adopción progresiva del servicio.

5.4. Sostenibilidad del Modelo de Negocio

EDUKIDS se erige como una propuesta de valor que va más allá del refuerzo académico, integrando sostenibilidad social, económica y educativa, en plena sintonía con los

17 Objetivos de Desarrollo Sostenibles, especialmente el ODS 4 (Educación de calidad) el ODS 10 (Reducción de las desigualdades). El modelo se enfoca en proporcionar transparencia y medición objetiva del progreso académico, permitiendo a los padres del NSE B verificar si su inversión en educación complementaria genera resultados reales, mientras brinda soporte emocional oportuno. Alineado a los desafíos reales que enfrentan las familias profesionales urbanas con jornadas laborales extendidas que limitan su capacidad de supervisión.

La sostenibilidad del modelo se fundamenta en tres diferenciadores que ningún competidor ofrece de manera integrada. Primero, la transparencia radical: EDUKIDS es la única plataforma del mercado que proporciona a los padres un *dashboard* de monitoreo en tiempo real con métricas de progreso basadas en el CNEB, reportes automatizados y certificaciones trimestrales firmadas digitalmente. Segundo, la integralidad del servicio: mientras los competidores directos como Kumon, Tutor Doctor o Pro *Academy* ofrecen solo refuerzo académico, EDUKIDS integra tutorías personalizadas, acompañamiento socioemocional con psicólogos en planilla y gamificación pedagógica en un solo ecosistema. Tercero, el modelo de contratación directa: todos los profesionales de EDUKIDS (8 docentes, 4 psicólogos y 3 tutores virtuales) son empleados en planilla, no *freelancers*, lo que garantiza consistencia en la calidad y compromiso institucional frente a un mercado donde la mayoría opera con terceros sin vínculo formal

Respecto al ODS 4, EDUKIDS contribuye directamente a una educación inclusiva y equitativa al ofrecer rutas personalizadas de aprendizaje que atienden tanto a niños con rezagos académicos como a aquellos con potencial no estimulado por la educación tradicional, esta intervención busca garantizar que cada niño y niña reciba apoyo acorde a su ritmo, estilo cognitivo y entorno familiar, donde apenas el 25,2% de los estudiantes logra un nivel satisfactorio en comprensión lectora, y solo el 15 % alcanza un desempeño adecuado en

matemática (La República, 2023), problemática que EDUKIDS aborda mediante sesiones de reforzamiento adaptativo, recursos digitales lúdicos y reportes periódicos que permiten una intervención oportuna por parte de los padres. En cuanto al ODS 10 Reducción de las Desigualdades. Este posicionamiento refleja un compromiso profundo con la transformación de los sistemas educativos y la promoción de la equidad social., según Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia [UNICEF] (2022), aún persisten brechas significativas en el acceso a educación STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas) entre niñas peruanas. Al incorporar dinámicas que fortalezcan habilidades blandas como la confianza, el liderazgo y la colaboración, EDUKIDS siembra las bases de una participación equitativa en todas las esferas del desarrollo infantil.

Desde una perspectiva económica, la sostenibilidad del modelo se sustenta en una estrategia de ingresos que combina planes de suscripción mensual, servicios especializados como tutorías personalizadas, y alianzas con instituciones educativas y empresas interesadas en el bienestar integral de los hijos de sus colaboradores. Los estudios de validación del modelo mostraron que el 90% de los padres estaría dispuesto a invertir entre S/120 y S/ 280 mensuales si reciben a cambio resultados tangibles en el rendimiento académico y emocional de sus hijos, lo cual demuestra la viabilidad comercial del enfoque. Por otro lado, la sostenibilidad social se manifiesta en la capacidad de EDUKIDS para fortalecer el rol de las familias en el proceso educativo con informes constantes, recursos de orientación y espacios de diálogo con especialistas, los cuidadores no solo son informados, sino empoderados para actuar como aliados activos del aprendizaje de sus hijos, esta participación activa no solo mejora los resultados educativos, sino que también contribuye a la cohesión familiar y al bienestar emocional del hogar. Finalmente, EDUKIDS se compromete con una mejora continua, basada en la escucha activa de sus usuarios, como se evidencia en el desarrollo iterativo de su plataforma, cuyo diseño ha sido refinado en tres fases para asegurar

funcionalidad y facilidad de uso, garantizando no solo la pertinencia pedagógica, sino también la sostenibilidad tecnológica y operativa del modelo.

5.5 Resumen de Capítulo

En este capítulo se desarrolló el modelo de negocio de EDUKIDS mediante el *Business Model Canvas*, definiendo una propuesta de valor sustentada en cinco pilares: educación virtual innovadora, tutorías personalizadas, acompañamiento emocional, gamificación pedagógica y dashboard de monitoreo para padres. Se demostró la viabilidad del modelo con una estructura de ingresos basada en suscripciones mensuales que representan la mayor parte de la facturación, complementadas con servicios especializados. Mediante la Matriz Exocanva se analizó el potencial de escalabilidad y exponencialidad del modelo, sustentado en infraestructura *cloud*, algoritmos de personalización, comunidad de familias embajadoras y costos marginales decrecientes, con una proyección de crecimiento progresivo que permitiría casi duplicar la base de estudiantes atendidos en un horizonte de cinco años.

Capítulo VI: Solución Deseable, Factible y Viable

En este capítulo se valida la solución EDUKIDS desde tres dimensiones fundamentales. Primero, se evalúa la deseabilidad mediante hipótesis validadas con encuestas a 220 padres de familia y tarjetas de prueba. Luego, se analiza la factibilidad a través del plan de mercadeo, el plan de operaciones y simulaciones de Montecarlo para los indicadores operativos y el ratio LTV/CAC. Finalmente, se sustenta la viabilidad financiera mediante el presupuesto de inversión, el análisis financiero con VAN y TIR, y simulaciones de Montecarlo bajo escenarios optimista, conservador y pesimista.

6.1. Validación de la Deseabilidad de la Solución

La validación de la deseabilidad de EDUKIDS se fundamenta en una metodología estructurada inspirada en el enfoque propuesto por Osterwalder et al. (2015), este modelo ha sido clave para comprobar cómo la propuesta se alinea con las expectativas actuales de madres y padres que buscan experiencias educativas más empáticas y efectivas para sus hijos. Gracias a esta metodología, se logró reducir considerablemente la incertidumbre inicial del proyecto y refinar su diseño, ajustándolo a las demandas reales de familias que valoran tanto el aprendizaje académico como el bienestar emocional de sus hijos. El proceso de validación se desarrolló de forma secuencial a través de cuatro etapas: en primer lugar, se identificaron y priorizaron hipótesis vinculadas al modelo educativo; en segundo término, se diseñaron mecanismos específicos para contrastar dichas hipótesis con usuarios reales; luego, se ejecutaron pruebas piloto con familias representativas del segmento objetivo; y, por último, se analizaron los resultados con base en criterios previamente definidos. Este proceso permitió identificar con claridad qué elementos de la propuesta generaban mayor valor y cuáles requerían ajustes, asegurando que EDUKIDS responda auténticamente a las necesidades de su público.

Los resultados globales de la validación de deseabilidad superaron todas las metas preestablecidas: el 90% de los padres encuestados manifestó disposición a probar el servicio, el 95% indicó que recomendaría EDUKIDS a otros padres, el 93% valoró positivamente la integración del soporte emocional como diferencial clave, y el 97% confirmó disposición de pago dentro del rango de S/80 a S/280 mensuales. Estos resultados, obtenidos de una muestra de 220 padres de familia del NSE B de Lima Metropolitana, validan que existe una demanda real por una plataforma que integre refuerzo académico, monitoreo transparente y acompañamiento socioemocional. La metodología de validación se detalla a continuación mediante las hipótesis formuladas y sus respectivas pruebas.

6.1.1. Hipótesis para Validar la Deseabilidad de la Solución

Con el propósito de validar la aceptación de la propuesta EDUKIDS en su mercado objetivo, se formuló una serie de hipótesis, el proceso inició con la exploración del lienzo de propuesta de valor, lo cual permitió identificar aspectos clave como el perfil de los padres, los beneficios esperados por las familias y las formas de interacción preferidas con la plataforma. Este análisis derivó en la formulación de diez hipótesis fundamentales, las cuales se detallan en la Tabla 6. Estas hipótesis abarcan distintos niveles de evaluación: en una primera etapa, se considera la intención de los padres por acceder a servicios de reforzamiento académico personalizado (H1) su interés en monitorear el progreso de sus hijos, tanto en lo académico como en lo emocional (H2). También se toma la importancia que le otorgan a las sesiones con tutores especializados (H3) y al reconocimiento emocional y atracción de ofrecer una propuesta de educación integral a sus hijos (H4).

En una segunda etapa, se plantean hipótesis relacionadas con el valor percibido de la plataforma: desde la disposición a pagar por un servicio integral que combine clases virtuales, tutorías grupales y acompañamiento emocional (H5), hasta la valoración de servicios adicionales donde se prepare para exámenes de una propuesta integral (H6) y la preferencia

por metodologías lúdicas que mantengan motivados a sus hijos (H7). Finalmente, se integran las expectativas en torno al tipo de relación que esperan tener con la plataforma. Esto incluye la preferencia por canales de comunicación directa como WhatsApp, con docentes capacitados (H8), y la necesidad de contar una fácil navegación en la plataforma Web que garantice una experiencia educativa confiable (H9). Estas hipótesis, en conjunto, permiten comprender con mayor profundidad el valor que los usuarios atribuyen a EDUKIDS y constituyen una guía estratégica para el diseño, testeo y ajuste del modelo propuesto.

Tabla 6

Hipótesis de Deseabilidad de EDUKIDS

Herramienta	Elemento	Hipótesis
Lienzo de Propuesta de Valor de EDUKIDS	Perfil del Usuario	H1: Creemos que los padres de familia valoran el reforzamiento académico personalizado de Edukids para sus hijos en edad escolar (6 a 12 años).
		H2: Creemos que los padres valoran poder monitorear el progreso académico y socioemocional de sus hijos a través de <i>dashboard</i> detallados y certificaciones digitales.
		H3: Creemos que los padres sienten satisfacción por sesiones con tutores especializados, valorando significativamente la calidad y especialización del docente.
		H4: Creemos que los padres les gusta brindar una propuesta educativa completa (refuerzo académico, soporte emocional, enfoque lúdico y seguimiento personalizado) como un valor emocional importante en su decisión de compra.
		H5: Creemos que los padres están dispuestos a pagar entre S/120-S/240 mensuales por una plataforma educativa que combine sesiones virtuales, tutorías grupales y acompañamiento socioemocional.
Lienzo del Modelo de Negocio de EDUKIDS	Propuesta de Valor	H6: Creemos que los padres valoran significativamente servicios adicionales donde se enseñe a realizar tareas del colegio y se prepare para exámenes escolares como complemento al reforzamiento académico regular.
		H7: Creemos que los padres valoran más un enfoque lúdico que mantenga la motivación y compromiso constante de sus hijos que las metodologías tradicionales de enseñanza.
	Relaciones con Clientes	H8: Creemos que los padres prefieren comunicación vía WhatsApp con docentes especializados y valoran el acompañamiento personalizado.
		H9: Creemos que los padres consideran fundamental contar con una fácil navegación en la plataforma Web para una buena experiencia educativa de sus hijos.

6.1.2. Experimentos Empleados para Validar la Hipótesis

Para comprobar la pertinencia y aceptación de las hipótesis formuladas en torno al modelo EDUKIDS, se llevó a cabo una investigación sistemática centrada en el público objetivo: madres y padres profesionales del nivel socioeconómico B+, residentes en Lima Metropolitana, con hijos en etapa escolar entre los 6 y 12 años. Se aplicaron 220 encuestas (ver Apéndice D), con el propósito de explorar sus expectativas educativas no cubiertas y disposición a comprometerse económicamente con propuestas de valor diferenciadas. La validación se diseñó a partir del enfoque metodológico propuesto por Osterwalder et al. (2015), integrando un sistema de evaluación dual compuesto por tarjetas de prueba y tarjetas de aprendizaje (ver Apéndices E y F, respectivamente). Las primeras permitieron establecer criterios claros de evaluación de cada hipótesis, mientras que las segundas facilitaron la recolección de insights clave para el afinamiento del modelo.

La investigación apuntó a contrastar diez hipótesis que reflejan aspectos centrales del proyecto, como el interés de los padres por herramientas digitales de seguimiento académico y emocional, la importancia de metodologías lúdicas y la disposición a pagar por una experiencia educativa integral. Cada hipótesis fue validada a través de indicadores cuantitativos preestablecidos, presentados en la Tabla 7, cuya evaluación de resultados se detalla en la Tabla 8.

Los resultados obtenidos confirmaron de manera clara la solidez del modelo. Por ejemplo, en el caso de la primera hipótesis (H1), el 93 % valoran positivamente el reforzamiento académico personalizado como necesidad prioritaria para sus hijos en edad escolar. En relación con H3 el 95% considera (muy relevante 70%, relevantes 25%) la especialización del tutor como factor determinante en su satisfacción con el servicio educativo.

El alcance de esta investigación se centró en validar la deseabilidad de mercado y

Tabla 7

Hipótesis de Deseabilidad y Pruebas a Realizar

Nº	Hipótesis	Prueba	Métrica	Criterio
H1	Creemos que los padres de familia valoran el reforzamiento académico personalizado de Edukids para sus hijos en edad escolar (6 a 12 años).	Encuesta a 220 potenciales clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de padres que consideran muy útil el reforzamiento académico de Edukids 	Tendremos razón si más del 70% de los encuestados valoran positivamente el reforzamiento académico personalizado como necesidad prioritaria para sus hijos en edad escolar.
H2	Creemos que los padres valoran poder monitorear el progreso académico y socioemocional de sus hijos a través de dashboard detallados y certificaciones digitales.	Encuesta a 220 potenciales clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de valoración otorgado al seguimiento del progreso académico 	Tendremos razón si más del 75% de los encuestados considera "muy valioso" o "valioso" el monitoreo detallado del progreso académico y socioemocional.
H3	Creemos que los padres sienten satisfacción por sesiones con tutores especializados, valorando significativamente la calidad y especialización del docente.	Encuesta a 220 potenciales clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de valoración con tutores especializados vs. tutores generales 	Tendremos razón si más del 75% de los encuestados valora la especialización del tutor como factor determinante en su satisfacción con el servicio educativo.
H4	Creemos que los padres les gusta brindar una propuesta educativa completa (refuerzo académico, soporte emocional, enfoque lúdico y seguimiento personalizado) como un valor emocional importante en su decisión de compra.	Encuesta a 220 potenciales clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de atracción reportado al brindar educación integral a sus hijos • Valoración de la propuesta educativa completa vs. servicios fragmentados 	Tendremos razón si más del 70% de los encuestados considera atractivo y valora el poder brindar una propuesta educativa integral a sus hijos.
H5	Creemos que los padres están dispuestos a pagar entre S/120-S/240 mensuales por una plataforma educativa que combine sesiones virtuales, tutorías grupales y acompañamiento socioemocional.	Encuesta a 214 potenciales clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Disposición a pagar en el rango S/120-S/240 mensuales 	Tendremos razón si más del 70% de los encuestados está dispuesto a pagar dentro del rango S/120-S/240 mensuales por una plataforma educativa integral.
H6	Creemos que los padres valoran significativamente servicios adicionales donde se enseñe a realizar tareas del colegio y se prepare para exámenes escolares como complemento al reforzamiento académico regular.	Encuesta a 220 potenciales clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Valoración de servicios de apoyo con tareas escolares 	Tendremos razón si más del 75% de los encuestados considera "muy valioso" o "valioso" el apoyo con tareas escolares y preparación para exámenes.
H7	Creemos que los padres valoran más un enfoque lúdico que mantenga la motivación y compromiso constante de sus hijos que las metodologías tradicionales de enseñanza.	Entrevista a 14 potenciales clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Relevancia del enfoque lúdico vs. metodologías tradicionales • Percepción del impacto del enfoque lúdico en la motivación de sus hijos 	Tendremos razón si más del 70% de los encuestados considera relevante e impacto positivo de un enfoque lúdico sobre metodologías tradicionales para mantener la motivación de sus hijos.
H8	Creemos que los padres prefieren comunicación vía WhatsApp con docentes especializados y valoran el acompañamiento personalizado.	Entrevista a 14 potenciales clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Preferencia por comunicación vía WhatsApp vs. otros canales • Valoración del acompañamiento personalizado en la comunicación 	Tendremos razón si más del 75% de los encuestados prefiere WhatsApp como canal principal de comunicación con docentes y valora el acompañamiento personalizado.
H9	Creemos que los padres consideran fundamental contar con una fácil navegación en la plataforma web, para una buena experiencia educativa de sus hijos.	Encuesta a 220 potenciales clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Importancia otorgada a la interfaz y estructura de la web • Importancia otorgada a la navegación de la web 	Tendremos razón si más del 70% de los encuestados considera fácil navegar en la plataforma web, como factores diferenciadores fundamentales.

Tabla 8

Evaluación de Resultados de Pruebas de Deseabilidad

N°	Hipótesis	Resultado	Resultado	Conclusión
H1	Creemos que los padres de familia valoran el reforzamiento académico personalizado de Edukids para sus hijos en edad escolar (6 a 12 años).	Tendremos razón si más del 70% de los encuestados valoran positivamente el reforzamiento académico personalizado como necesidad prioritaria para sus hijos en edad escolar.	El 93 % valoran positivamente el reforzamiento académico personalizado como necesidad prioritaria para sus hijos en edad escolar	Hipótesis validada con Éxito
H2	Creemos que los padres valoran poder monitorear el progreso académico y socioemocional de sus hijos a través de dashboard detallados y certificaciones digitales.	Tendremos razón si más del 75% de los encuestados considera "muy valioso" o "valioso" el monitoreo detallado del progreso académico y socioemocional.	El 93% considera (muy valioso 64%, valioso 29%) el monitoreo detallado del progreso académico y socioemocional.	Hipótesis validada con Éxito
H3	Creemos que los padres sienten satisfacción por sesiones con tutores especializados, valorando significativamente la calidad y especialización del docente.	Tendremos razón si más del 75% de los encuestados considera relevante la especialización del tutor como factor determinante en su satisfacción con el servicio educativo.	El 95% considera (muy relevante 70%, relevantes 25%) la especialización del tutor como factor determinante en su satisfacción con el servicio educativo.	Hipótesis validada con Éxito
H4	Creemos que los padres les gusta brindar una propuesta educativa completa (refuerzo académico, soporte emocional, enfoque lúdico y seguimiento personalizado) como un valor emocional importante en su decisión de compra.	Tendremos razón si más del 70% de los encuestados considera atractivo el poder brindar una propuesta educativa integral a sus hijos.	El 70% considera (muy atractiva 57% o atractiva 34%) al poder brindar una propuesta educativa integral a sus hijos.	Hipótesis validada con Éxito
H5	Creemos que los padres están dispuestos a pagar entre S/120-S/240 mensuales por una plataforma educativa que combine sesiones virtuales, tutorías grupales y acompañamiento socioemocional.	Tendremos razón si más del 70% de los encuestados está dispuesto a pagar dentro del rango S/120-S/240 mensuales por una plataforma educativa integral.	El 90% de los encuestados está dispuesto a pagar dentro del rango S/120-S/240 mensuales por una plataforma educativa integral.	Hipótesis validada con Éxito
H6	Creemos que los padres valoran significativamente servicios adicionales donde se enseñe a realizar tareas del colegio y se prepare para exámenes escolares como complemento al reforzamiento académico regular.	Tendremos razón si más del 75% de los encuestados considera "muy valioso" o "extremadamente valioso" el apoyo con tareas escolares y preparación para exámenes.	El 92% de los encuestados considera (muy valioso 61% o valioso 31%) el apoyo con tareas escolares y preparación para exámenes.	Hipótesis validada con Éxito
H7	Creemos que los padres valoran más un enfoque lúdico que mantenga la motivación y compromiso constante de sus hijos que las metodologías tradicionales de enseñanza.	Tendremos razón si más del 70% de los encuestados considera relevante un enfoque lúdico sobre metodologías tradicionales para mantener la motivación de sus hijos.	El 100% considera relevante un enfoque lúdico sobre metodologías tradicionales para mantener la motivación de sus hijos.	Hipótesis validada con Éxito
H8	Creemos que los padres prefieren comunicación vía WhatsApp con docentes especializados y valoran el acompañamiento personalizado.	Tendremos razón si más del 75% de los encuestados prefiere WhatsApp como canal principal de comunicación con docentes y valora el acompañamiento personalizado.	El 78,5% de los encuestados prefiere WhatsApp como canal principal de comunicación con docentes y valora el acompañamiento personalizado.	Hipótesis validada con Éxito
H9	Creemos que los padres consideran fundamental contar con una fácil navegación en la plataforma web, para una buena experiencia educativa de sus hijos.	Tendremos razón si más del 70% de los encuestados considera fácil navegar en la web, como factores diferenciadores fundamentales.	El 97% de los encuestados considera fácil navegar en la web, como factores diferenciadores fundamentales.	Hipótesis validada con Éxito

Nota. Adaptado de los resultados de las pruebas de validación aplicadas a padres de familia.

factibilidad operativa de EDUKIDS. La validación del impacto educativo real, que requeriría un estudio longitudinal de mínimo 3 meses con grupos control, excedía los recursos y tiempos disponibles para esta tesis. Como parte del compromiso con la efectividad educativa, se establece el siguiente protocolo para la fase de implementación: Durante los primeros 90 días de operación, todos los usuarios iniciales serán evaluados con instrumentos estandarizados basados en el CNEB. Se documentarán mejoras en competencias específicas de matemáticas y comunicación. Se publicarán resultados trimestrales como parte del compromiso de transparencia de EDUKIDS. Estos datos permitirán validar empíricamente la efectividad del modelo en condiciones reales de uso.

6.2. Validación de la Factibilidad de la Solución

Los EDUKIDS se consolida como una solución educativa digital que trasciende los enfoques tradicionales de apoyo académico infantil. Su factibilidad se respalda en un modelo operativo cuidadosamente estructurado para transformar la asistencia educativa en una experiencia accesible, efectiva y emocionalmente significativa para familias de Lima Metropolitana, la validación de su viabilidad operativa se fundamenta en un análisis multidimensional que abarca la capacidad técnica de la plataforma, la calidad de servicio, la eficiencia del sistema de acompañamiento y el potencial humano que sostiene su implementación.

Para validar la robustez de los indicadores financieros y operativos se empleó la Simulación de Montecarlo, método probabilístico que genera miles de escenarios aleatorios a partir de variables con distribuciones definidas. Su objetivo es evaluar el comportamiento del modelo bajo condiciones de incertidumbre, estimando rangos de resultados con sus respectivas probabilidades. En EDUKIDS se ejecutaron simulaciones con 5,000 iteraciones para los indicadores de desempeño comercial, cumplimiento de SLAs y viabilidad financiera.

La factibilidad operativa de EDUKIDS ha sido confirmada mediante un riguroso

análisis basado en cuatro dimensiones críticas del servicio educativo digital, evaluadas a través de 5,000 simulaciones de Montecarlo. Estos resultados no solo corroboran la viabilidad técnica de la solución, sino que demuestran su capacidad para mantener altos estándares de calidad académica, tecnológica y de atención, asegurando una experiencia educativa efectiva y confiable para estudiantes y familias en Lima Metropolitana. En la dimensión de disponibilidad de plataforma, los resultados reflejan una disponibilidad promedio del 99.10%, con un cumplimiento del SLA del 98.84%, superando el umbral mínimo del 95% establecido en los indicadores de calidad operativa. Esta consistencia confirma que la infraestructura digital de EDUKIDS es capaz de sostener de forma continua el acceso a clases grabadas, sesiones en vivo y reportes de progreso, sin interrupciones críticas que afecten el proceso de aprendizaje.

Respecto a la calidad académica y docente, la simulación arrojó un índice promedio de 94.66 puntos, con un cumplimiento del SLA del 98.52%. Estos resultados validan la efectividad del sistema de asignación de tutores en menos de 24 horas, la proporción máxima de 8 estudiantes por docente y la entrega puntual de reportes semanales. Además, la calificación docente mínima de 4.5 sobre 5 garantiza que los niños reciban un acompañamiento pedagógico de excelencia, adaptado a sus necesidades cognitivas y emocionales. En el área de soporte y atención al cliente, se alcanzó un cumplimiento del 94.24% del SLA, con tiempos promedio de primera respuesta inferiores a 4 horas y resolución de problemas críticos en menos de 2 horas. Esto demuestra que EDUKIDS cuenta con un equipo preparado para gestionar eficientemente las consultas técnicas, académicas y administrativas, utilizando múltiples canales de comunicación activos (correo, WhatsApp y plataforma interna).

Finalmente, en la dimensión de seguimiento del progreso académico, la plataforma registró un índice promedio de 91.76 puntos, con un cumplimiento del SLA del 95.44%. Se

destacan mecanismos como la actualización del dashboard cada 12 horas, la entrega de reportes personalizados por WhatsApp y la detección de alertas tempranas con base en el rendimiento y la asistencia del estudiante. Esta capacidad analítica permite intervenciones oportunas que favorecen la mejora continua. En conjunto, estos resultados demuestran que EDUKIDS cuenta con la capacidad operativa, tecnológica y humana necesaria para ejecutar de manera consistente su propuesta educativa, combinando eficiencia digital, rigor académico y atención empática. La solidez de este modelo le permite posicionarse como una alternativa innovadora y confiable frente a los desafíos del sistema educativo actual, especialmente en contextos donde el acompañamiento escolar en casa es limitado.

6.2.1. Plan de Mercadeo

EDUKIDS surge como una propuesta transformadora en el sector educativo que busca revolucionar el desarrollo socioemocional infantil mediante una metodología integral que combina tecnología educativa, acompañamiento psicológico especializado y participación activa de las familias. Esta iniciativa responde a la creciente necesidad identificada en el mercado peruano, donde el 87% de los padres encuestados reconoce la importancia crítica del desarrollo emocional en el rendimiento académico y bienestar general de sus hijos, confirmando la demanda por soluciones especializadas que vayan más allá del apoyo académico tradicional. La estrategia de posicionamiento de EDUKIDS dentro del ecosistema educativo limeño se fundamenta en cuatro pilares estratégicos: capturar el 15% del mercado objetivo durante los primeros 18 meses de operación, establecer una tasa de retención del 85% entre las familias que completan el primer trimestre de servicios, consolidar un valor promedio mensual de S/180 por niño atendido, y formar una red activa de 300 familias comprometidas que se conviertan en promotores naturales de la metodología socioemocional integral.

Esta disposición, combinada con la voluntad expresada por el 90% de los encuestados

de invertir entre S/120 y S/240 mensuales en el desarrollo integral de sus hijos, sustenta la viabilidad comercial del proyecto en un segmento que prioriza cada vez más la inversión en educación emocional como complemento esencial al rendimiento académico. El presupuesto inicial asignado para estrategias de comunicación y posicionamiento de marca alcanza los S/142,800, distribuido estratégicamente en cinco áreas de inversión complementarias. El marketing digital representa la mayor inversión con S/57,120, incluyendo campañas especializadas en plataformas donde convergen padres de familia, estrategias de posicionamiento orgánico en búsquedas relacionadas con educación infantil, email marketing segmentado por edades y necesidades específicas, y colaboraciones con especialistas en desarrollo infantil e influencers educativos.

Las actividades de relaciones públicas reciben una inversión de S/28,560, destinada al evento de presentación oficial, gestión de publicity en medios especializados en familia y educación, establecimiento de alianzas estratégicas con instituciones educativas reconocidas, y organización de conferencias magistrales con expertos en psicología infantil. La generación de contenido educativo especializado, también con S/28,560, se concentra en producir material audiovisual de alta calidad que demuestre la metodología en acción, mantener una plataforma de recursos para padres con contenido sobre desarrollo socioemocional, y crear material interactivo para redes sociales que eduque sobre inteligencia emocional infantil. Los eventos de activación y experiencias, igualmente presupuestados en S/28,560, contemplan sesiones demostrativas gratuitas para líderes de opinión en el sector educativo, participación estratégica en ferias de educación y bienestar familiar, y talleres introductorios en colegios privados del segmento objetivo. Finalmente, el desarrollo de identidad visual y materiales de soporte, con una asignación de S/14,280, incluye la implementación del sistema de seguimiento "Mi Crecimiento Emocional", producción de materiales didácticos para sesiones, y desarrollo de herramientas digitales que refuercen la experiencia educativa y la

comunicación con las familias.

La arquitectura de servicios de EDUKIDS se organiza en tres niveles de atención progresivos que atienden diferentes intensidades de acompañamiento y objetivos de desarrollo. El Plan Semilla, valorado en S/120 mensuales, constituye el punto de acceso al ecosistema educativo con cuatro sesiones virtuales especializadas, panel de seguimiento parental en tiempo real, y diagnóstico inicial completo que mapea las competencias emocionales del niño. Los servicios de nivel intermedio, representados por el Plan Crecer a S/150 mensuales, intensifican el acompañamiento mediante seis sesiones mensuales, tutorías grupales especializadas y certificaciones trimestrales que validan el progreso alcanzado.

El Plan Avanza, con una inversión de S/200 mensuales, maximiza la experiencia mediante ocho sesiones intensivas, dos tutorías individualizadas y seguimiento psicológico personalizado que garantiza un desarrollo integral adaptado a las necesidades específicas de cada niño. Los servicios complementarios, con tarifas desde S/20 hasta S/40 por sesión, amplían las posibilidades de apoyo mediante tutorías académicas especializadas, evaluaciones socioemocionales profesionales, coaching parental experto y talleres temáticos en áreas como STEAM, arte creativo y oratoria infantil.

La estrategia de distribución combina la flexibilidad digital con el acompañamiento humano especializado, centralizando la experiencia en una plataforma tecnológica que facilita sesiones virtuales de alta calidad, complementada con puntos de contacto físicos para evaluaciones especializadas. El sistema de gestión familiar integra la aplicación móvil EDUKIDS con comunicación directa mediante WhatsApp Business, optimizando la experiencia para padres con disponibilidad limitada. Asimismo, las alianzas estratégicas con colegios privados, centros pediátricos y consultoras familiares amplían los canales de acceso hacia familias que priorizan el desarrollo integral de sus hijos. El detalle de esta estrategia se presenta en la Tabla 9.

Tabla 9

Marketing Mix

Producto	Precio	Plaza	Promoción
Plan Semilla: 4 sesiones virtuales mensuales de desarrollo socioemocional, Panel de seguimiento para padres con reportes de progreso, Diagnóstico inicial completo de competencias emocionales, Actividades lúdicas interactivas adaptadas por edad, Material educativo descargable para reforzar en casa, Acceso a plataforma digital EDUKIDS, Certificación mensual de participación, Duración de sesión: 45 minutos, Grupos de máximo 8 niños por edad	S/ 120.00 mensual, Sin costo de matrícula, descuento 10% en pago trimestral anticipado, precio familiar: 15% descuento segundo hijo	Sesiones 100% virtuales en horarios flexibles, plataforma educativa interactiva propia, horarios disponibles: lunes a sábado de 3:00 pm a 7:00 pm, Soporte técnico incluido, Acceso desde cualquier dispositivo, Cobertura nacional e internacional	Marketing digital enfocado en desarrollo infantil, contenido educativo para padres en redes sociales, <i>webinars</i> gratuitos sobre crianza positiva, testimonios de familias participantes, programa de referidos "Crecemos Juntos"
Plan Crecer: 6 sesiones virtuales mensuales especializadas, Tutoría grupal semanal de refuerzo académico, Certificado trimestral de competencias desarrolladas, Actividades STEAM integradas con desarrollo emocional, Plan de desarrollo personalizado por niño, Acceso a biblioteca digital de recursos, Seguimiento académico básico incluido, Comunicación directa con tutores especializados	S/ 150.00 mensual, ahorro de S/ 30.00 vs precio individual, descuento del 12% en planes anuales, facturación mensual automática, precio corporativo disponible para empresas	Modalidad virtual con sesiones programables, tutorías grupales en horarios coordinados, plataforma integrada con herramientas colaborativas, horarios extendidos hasta las 8:00 pm, reagendamiento flexible de sesiones, entrega de certificados digitales trimestrales	Email marketing dirigido a padres trabajadores, <i>partnerships</i> con colegios privados, presencia en ferias educativas, contenido especializado sobre rendimiento académico, casos de éxito documentados
Plan Avanza: 8 sesiones virtuales intensivas mensuales, 2 tutorías individuales personalizadas, Seguimiento emocional personalizado con psicólogo, Plan de desarrollo integral único por niño, Evaluaciones periódicas de progreso, Acceso prioritario a talleres especiales, Comunicación directa con equipo multidisciplinario, Kit de materiales físicos enviado a casa, Sesiones familiares incluidas mensualmente	S/ 200.00 mensual, todos los beneficios premium incluidos, descuento del 15% vs servicios individuales, plan anual con 2 meses gratuitos, cancelación flexible	Servicio prioritario y personalizado, horarios ejecutivos disponibles, coordinación personalizada de horarios, seguimiento 24/7 vía WhatsApp, sesiones de emergencia disponibles, entrega física de materiales incluida	Sesiones 1-1 con especialistas en desarrollo infantil, eventos presenciales exclusivos para familias, acceso a innovaciones educativas, programa VIP de beneficios familiares, <i>networking</i> con otras familias premium
Tutoría Individual: Refuerzo académico personalizado virtual, Sesiones de 60 minutos, Material de estudio personalizado, Seguimiento de tareas y evaluaciones, Comunicación directa con padres	S/ 30.00 por hora, paquetes de 4 sesiones: S/ 110.00, descuento del 20% para suscriptores Premium	Horarios flexibles de lunes a domingo, plataforma virtual especializada, reagendamiento hasta 2 horas antes	Oferta especial para temporadas de exámenes, promociones por materias específicas
Evaluación Socioemocional: Test psicológico especializado en niños, Retroalimentación detallada para padres, Recomendaciones personalizadas de desarrollo, Informe profesional incluido, Seguimiento opcional a 30 días	S/ 30.00 por evaluación, incluida gratuita en Plan Avanza, descuento del 15% en evaluaciones familiares	Evaluaciones virtuales y presenciales disponibles, horarios de lunes a sábado, resultados entregados en 48 horas	<i>Partnerships</i> con pediatras y psicólogos, campañas de detección temprana, casos de éxito en desarrollo infantil
Coaching Parental: Asesoría especializada para padres, Estrategias de acompañamiento en casa, Sesiones de 45 minutos, Material de apoyo incluido, Plan de acción personalizado	S/ 40.00 por sesión, paquete mensual (4 sesiones): S/ 140.00, descuento del 25% para suscriptores premium	Sesiones virtuales en horarios ejecutivos, Disponibilidad de 6:00 am a 10:00 pm, Consultas de emergencia disponibles	<i>Webinars</i> grupales gratuitos, contenido especializado en crianza positiva, testimonios de transformación familiar
Talleres Especiales: Actividades especializadas: STEAM, arte, oratoria, Talleres temáticos de 90 minutos, Máximo 12 niños por taller, Material incluido, Certificado de participación	S/ 20.00 por taller, paquete mensual (4 talleres): S/ 70.00, Acceso prioritario para suscriptores	Modalidad virtual y presencial disponible, Horarios de fines de semana, Talleres estacionales especiales	Marketing estacional temático, alianzas con instituciones educativas, <i>influencers</i> especializados en educación infantil, retos creativos mensuales
Preparación Académica: Refuerzo intensivo para evaluaciones, Apoyo en tareas escolares complejas, Sesiones de 60 minutos, Material de estudio incluido, Técnicas de manejo de estrés académico	Precio bajo consulta según necesidad, paquetes de emergencia disponibles, descuentos para suscriptores activos	Disponibilidad inmediata en horarios críticos, Servicio express para fechas límite, Modalidad virtual prioritaria	Marketing para temporadas de exámenes, promociones de última hora, testimonios de éxito académico

Estrategia de Marketing y Tácticas de Implementación. La estrategia principal de EDUKIDS es posicionarse como la única plataforma que ofrece transparencia total y medición objetiva del progreso académico para familias del NSE B. Para materializar esta estrategia, se implementarán las siguientes tácticas específicas. Para alcanzar la penetración del 15% del mercado objetivo durante los primeros 18 meses, se ejecutará la táctica de campaña integral denominada "Creciendo Juntos", que articulará acciones digitales dirigidas hacia distritos con alta concentración de familias profesionales, combinadas con activaciones presenciales en colegios privados y centros pediátricos especializados. Esta táctica se complementará con el programa "Familias Transformadoras", donde las primeras 100 familias que completen el diagnóstico inicial recibirán beneficios exclusivos y se convertirán en casos de estudio.

Para conseguir la retención del 85% de familias que completan el primer trimestre, se implementará la táctica de gamificación "Mi Crecimiento Emocional" como sistema central. Esta herramienta digital personalizada documentará mediante insignias interactivas cada hito emocional alcanzado por el niño, desde el desarrollo de habilidades específicas hasta la participación en talleres especializados. Cada logro desbloqueará ventajas progresivas como sesiones bonus, acceso prioritario a talleres exclusivos o descuentos en servicios complementarios. El diseño de la plataforma incluirá elementos gamificados y contenido educativo que convertirán cada sesión en un paso significativo dentro de un proceso de desarrollo integral documentado.

La consolidación del valor promedio mensual de S/180 por niño se conseguirá mediante la táctica de upselling "Desarrollo Progresivo", que estructurará los servicios en trayectorias de crecimiento que naturalmente invitan a evolucionar hacia planes más completos. Los ciclos de desarrollo motivarán a las familias a experimentar diferentes modalidades de apoyo según las necesidades cambiantes de sus hijos, mientras las insignias

del sistema "Mi Crecimiento Emocional" indicarán qué competencias requieren refuerzo adicional para completar objetivos específicos. Esta aproximación se complementará con paquetes integrales que optimizan el valor percibido al combinar múltiples servicios especializados en propuestas coherentes.

Para establecer la red activa de 300 familias promotoras, se creará "Círculo de Crecimiento", un programa de encuentros mensuales exclusivos para familias que hayan alcanzado determinados hitos en el desarrollo socioemocional de sus hijos. Estos encuentros combinarán talleres de profundización con espacios de intercambio de experiencias sobre la implementación de técnicas emocionales en el hogar. Las familias más comprometidas tendrán la oportunidad de participar en testimonios para los canales oficiales y colaborar en sesiones de retroalimentación para el desarrollo de nuevos servicios, generando un sentido de comunidad que trasciende la relación educativa convencional. Estas tácticas interconectadas, alineadas con nuestra estrategia de diferenciación por transparencia, utilizarán el sistema "Mi Crecimiento Emocional" como elemento unificador y evidencia tangible del progreso compartido entre EDUKIDS y las familias participantes. Este enfoque estratégico no solamente garantizará el cumplimiento de los objetivos comerciales establecidos, sino que construirá las bases para una comunidad educativa sólida unida por transformaciones significativas y valores compartidos en torno al desarrollo socioemocional integral infantil.

6.2.2. Plan de Operaciones

El modelo operativo de EDUKIDS se sustenta en la integración de recursos tecnológicos especializados, metodologías pedagógicas personalizadas y un equipo multidisciplinario que trabaja de forma coordinada para ofrecer servicios de desarrollo socioemocional de alta calidad. La estructura operacional responde a las necesidades específicas de las familias modernas, optimizando tanto la accesibilidad como la efectividad de las intervenciones educativas. Las funciones principales de este modelo se describen en la

Tabla 10. Los servicios se distribuyen tácticamente durante la semana para maximizar la participación familiar, los martes inician con evaluaciones y diagnósticos iniciales, mientras que miércoles y jueves concentran las sesiones regulares de los planes educativos en horarios de 3:30 pm 8:00 pm; los viernes se dedican a talleres especiales y actividades complementarias; los sábados operan con un enfoque familiar integral, ofreciendo coaching parental y sesiones grupales desde las 8:00 am hasta las 7:00 pm; los domingos se reservan para formación del equipo, planificación pedagógica y mantenimiento de sistemas, garantizando la mejora continua del servicio.

Tabla 10

Funciones Principales

Nombre	Rol	Funciones principales
María Elena Vásquez	Gerente General	Visión estratégica del proyecto educativo, desarrollo de modelo de negocio sostenible, representación institucional, alianzas estratégicas con instituciones educativas
Dr. Carlos Mendoza	Coordinador de Contenidos	Diseño de metodologías de desarrollo socioemocional, desarrollo de protocolos de intervención educativa, supervisión de calidad de contenidos, coordinación del equipo pedagógico
Lic. Ana Sofía Torres	Especialista en Marketing Digital	Gestión de redes sociales y comunicación digital, desarrollo de campañas publicitarias dirigidas, análisis de métricas y engagement familiar, optimización de conversión y SEO
Mg. Roberto Silva	Especialista en Soporte Técnico	Administración de plataforma tecnológica, soporte técnico para sesiones virtuales, mantenimiento de sistemas educativos, gestión de herramientas audiovisuales
Mg. Claudia Herrera	Producción Audiovisual	Creación de contenido educativo multimedia, diseño de material didáctico interactivo, documentación de casos de éxito, desarrollo de recursos visuales para sesiones
Lic. Jesús Morales	Asistente de Atención al Cliente	Gestión de consultas y reclamos familiares, coordinación de horarios y reagendamientos, seguimiento post-sesión con familias, atención especializada a consultas psicológicas
Lic. Ricardo Vargas	Docente de Educación	Facilitación de sesiones de desarrollo socioemocional, implementación de metodologías lúdicas, evaluación de progreso académico-emocional, desarrollo de talleres especializados
Dr. Andrea Flores	Psicólogo Educativo	Evaluaciones psicológicas especializadas, diseño de planes de intervención individual, seguimiento de casos complejos, terapia individual y familiar especializada
Lic. Sandra Flores	Tutor Virtual	Refuerzo académico personalizado, apoyo en tareas escolares específicas, seguimiento de rendimiento académico, desarrollo de técnicas de estudio personalizadas

EDUKIDS facilita el acceso mediante múltiples canales: plataforma digital propia, WhatsApp Business especializado y atención telefónica directa, el sistema permite programación anticipada con flexibilidad para reagendamientos y mantiene disponibilidad para emergencias emocionales. Cada familia recibe un acompañamiento personalizado desde

el primer contacto, con evaluaciones que determinan el plan más adecuado y metodologías específicas según las necesidades identificadas, la coordinación se apoya en herramientas tecnológicas que facilitan el seguimiento continuo del progreso. El equipo se organiza en células especializadas que operan de manera interdisciplinaria, la gerencia general dirige la estrategia institucional y mantiene contacto directo con las familias, la coordinación de contenidos desarrolla y supervisa las metodologías pedagógicas, mientras que el área de marketing digital gestiona la comunicación y el posicionamiento.

Los especialistas en soporte técnico aseguran el funcionamiento óptimo de las plataformas virtuales y la producción de contenido educativo, el equipo de atención al cliente maneja consultas especializadas y coordina horarios, los docentes, psicólogos y tutores implementan directamente las metodologías y evalúan el progreso de cada participante. La experiencia familiar se diseña como un proceso integral que incluye preparación previa, acompañamiento durante las sesiones y seguimiento posterior, se establecen protocolos de bienvenida que orientan sobre metodologías y expectativas, junto con canales de comunicación directa para consultas y emergencias. El equipo está capacitado en comunicación empática y manejo de situaciones complejas, garantizando respuestas efectivas a las necesidades específicas de cada familia, se mantiene documentación detallada del progreso para facilitar ajustes metodológicos y comunicación con instituciones educativas cuando sea necesario.

EDUKIDS implementa estándares rigurosos de confidencialidad y protección de datos, garantizando un entorno seguro para las familias y sus hijos. En particular, se presta especial atención al tratamiento de información vinculada al desarrollo emocional, psicológico y académico de los menores, considerando la sensibilidad y relevancia de estos datos para su bienestar integral. Además, todo el personal de EDUKIDS ha sido previamente capacitado y certificado en ética profesional, así como en el manejo responsable de

información sensible. Esto incluye protocolos de actuación ante situaciones de riesgo, medidas de prevención de vulneración de derechos y mecanismos de reporte seguro. De esta manera, EDUKIDS refuerza su compromiso con la transparencia, la seguridad digital y el respeto absoluto por la privacidad de las familias a las que acompaña en el proceso educativo de sus hijos. Se establecen protocolos de emergencia para situaciones que requieren intervención inmediata o coordinación con instituciones externas. Las sesiones virtuales operan bajo estándares de seguridad digital que garantizan privacidad y ambiente apropiado para el aprendizaje.

6.2.3. Simulaciones Empleadas para Validar las Hipótesis

Esta sección presenta el análisis del rendimiento proyectado de la estrategia comercial mediante una simulación probabilística de Montecarlo basada en 5,000 repeticiones. El modelo permite examinar la factibilidad económica del proyecto EDUKIDS, utilizando como variables fundamentales el valor del ciclo de vida del usuario (LTV) y el gasto de captación por cliente (CAC). La métrica LTV alcanza un valor de S/592.84 por usuario, establecida a partir del análisis de ingresos recurrentes y patrones de permanencia del segmento objetivo. Por su parte, el CAC se sitúa en S/45.83 por familia, calculado mediante la distribución del presupuesto promocional entre el volumen de captaciones estimadas. Esta configuración genera una relación LTV/CAC inicial de 12.94, sugiriendo un equilibrio económico positivo para el emprendimiento, cuyos parámetros se detallan en la Tabla 11.

La modelación probabilística arroja una relación LTV/CAC promedio de 15.93, acompañada de una dispersión de 3.16 puntos. El escenario más restrictivo presenta un valor de 5.12, confirmando que incluso bajo condiciones adversas, el proyecto preserva márgenes superiores a los estándares sectoriales establecidos. Los resultados de esta simulación se presentan en la Tabla 12. El examen de los resultados estadísticos revela que la relación promedio de 15.93 implica que cada unidad monetaria destinada a captación genera un

rendimiento de S/15.93 durante el período de vinculación del cliente. La varianza de 3.16 evidencia fluctuaciones moderadas, manteniendo niveles de predictibilidad apropiados para la planificación empresarial.

Resulta particularmente relevante que la totalidad de los escenarios modelados exceden considerablemente el límite crítico de 3.0, reconocido universalmente como el piso mínimo para asegurar la continuidad operativa de iniciativas comerciales. El registro mínimo de 5.12 establece un colchón de seguridad sustancial, reflejando un perfil de riesgo moderado en el componente de rentabilidad. Estos resultados proporcionan evidencia robusta sobre la viabilidad económica de la propuesta comercial, subrayando su capacidad de generación de valor y la estabilidad del esquema ante fluctuaciones en las variables de control. El modelo EDUKIDS demuestra solidez financiera y presenta una arquitectura eficaz para la maximización del retorno publicitario. no se nombran muchas tablas y figuras en párrafos anteriores

La relación LTV/CAC de 15.93 habilita la consideración de tácticas de crecimiento acelerado, dado que cada incorporación representa un beneficio notablemente superior a su inversión asociada. Adicionalmente, estos indicadores señalan oportunidades para ampliar el presupuesto promocional manteniendo la rentabilidad operativa, facilitando una expansión más dinámica del portafolio de usuarios. Adicionalmente, el histograma de distribución presenta una forma normal centrada en el valor medio de 11.5, con la totalidad de observaciones ubicadas significativamente por encima del umbral crítico de viabilidad, como se observa en la Figura 12. Finalmente, el análisis de sensibilidad demuestra la robustez del modelo ante variaciones simultáneas en las variables clave. Cuando se simulan incrementos graduales del CAC y LTV desde 0% hasta 20%, el ratio promedio se mantiene en 12.13, evidenciando estabilidad notable. Este comportamiento se fundamenta en una baja sensibilidad al precio en el rango S/120-200, tal como se evidencia en la Tabla 13.

Tabla 11*Parámetros para la Simulación del Desempeño del Plan de Mercadeo*

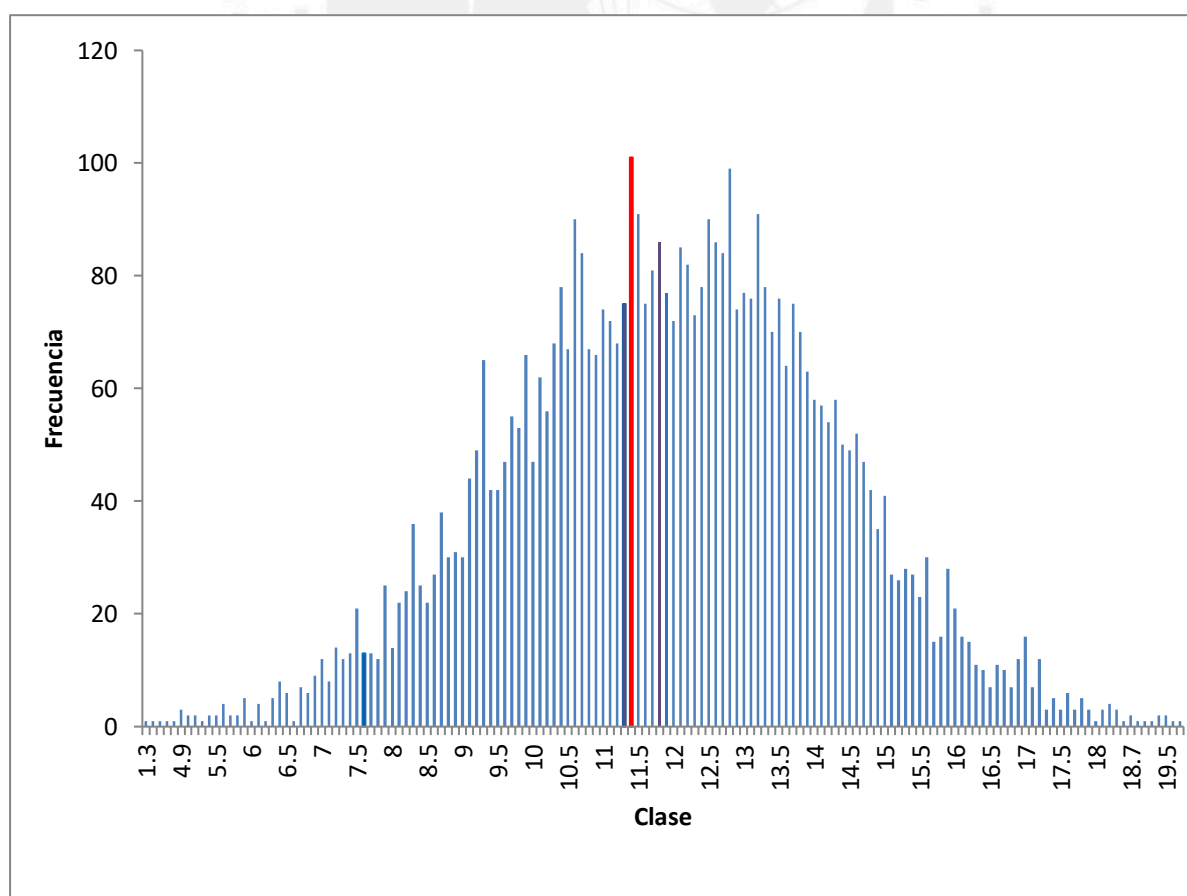
Parámetros	Valor
Valor de tiempo de vida del cliente (LTV)	S/592.84
Costo de adquisición del cliente (CAC)	S/45.83
Ratio LTV/CAC	12.94

Nota. Elaboración propia.

Tabla 12*Estadísticos de la Simulación de Montecarlo Desempeño del Plan de Mercadeo*

Resultados	Estadísticos LTV/CAC
Media Ratio	15.93
Desviación Estándar	3.16
Valor Mínimo	5.12
Valor Máximo	26.17
Probabilidad (Alta eficiencia) > 12.94	82.24%

Nota. Elaboración propia a partir de la simulación de Montecarlo con 5,000 iteraciones.

Figura 12*Histograma de la simulación Monte Carlo del ratio LTV/CAC*

Nota. Elaboración propia a partir de la simulación de Montecarlo con 5,000 iteraciones.

Tabla 13*Análisis de sensibilidad de la ratio LTV/CAC*

Crecimiento	LTV	CAC	LTV//CAC
0.00	592.84	45.83	12.94
0.05	622.48	48.12	13.58
0.10	684.73	53.93	14.94
0.15	787.44	60.87	17.18
0.20	944.93	60.87	20.62
Promedio	726.48	53.73	15.85
DesvEstand	143.05	7.01	3.12

Asimismo, EDUKIDS estableció un sistema integral de Acuerdos de Nivel de Servicio (SLA) para garantizar estándares operativos consistentes en la entrega de educación personalizada de matemáticas a estudiantes de primaria y secundaria; mediante simulaciones Monte Carlo con 5000 iteraciones, se evaluó la capacidad del modelo para mantener estos compromisos bajo diversas condiciones del mercado educativo limeño. Los SLA considerados se presentan en la Tabla 14. El primer indicador crítico evaluado fue la disponibilidad de la plataforma educativa, estableciendo como meta 99% de disponibilidad mensual con tiempo de respuesta máximo de 3 segundos. Los parámetros incluyeron mantenimiento programado de 4 horas mensuales, notificación previa de 72 horas, disponibilidad de clases grabadas de 2 horas mínimas, y tiempo de recuperación crítico de 4 horas.

Las simulaciones revelaron un desempeño excepcional con disponibilidad promedio de 99.10%, lo cual indica que la plataforma estuvo operativa prácticamente en todo momento, minimizando interrupciones y tiempos de inactividad. Asimismo, se alcanzó un nivel de cumplimiento del Acuerdo de Nivel de Servicio (SLA) del 98.84%, superando las expectativas iniciales y garantizando continuidad en el proceso de aprendizaje como se detalla en la Tabla 15. Respecto a la calidad académica y docente, se definieron estándares

rigurosos que incluyen asignación de tutor en 24 horas, ratio estudiante-docente máximo de 8, calificación docente mínima de 4.5 puntos y respuesta a consultas académicas en 12 horas máximo. Los resultados demostraron un índice promedio de calidad de 94.66 puntos con cumplimiento del 98.52%, validando que los protocolos de selección docente y metodología personalizada mantienen la excelencia educativa esperada por las familias. Estos resultados se detallan en la Tabla 16.

El soporte y atención al cliente, fundamental para la experiencia integral del servicio, estableció parámetros de primera respuesta general en 4 horas, primera respuesta urgente en 1 hora, resolución de problemas críticos en 2 horas y satisfacción del servicio mínima del 90%. Las simulaciones confirmaron un desempeño sobresaliente con índice promedio de servicio de 91.00 puntos y cumplimiento del 94.24% del SLA, garantizando que las familias reciben atención oportuna y efectiva a través de los 3 canales activos durante las 12 horas de operación diaria, como se muestra en la Tabla 17. Finalmente, el seguimiento del progreso y resultados académicos definió como metas la actualización del dashboard en 12 horas, evaluación diagnóstica inicial en 5 días, evaluaciones mensuales cada 30 días y mejora esperada trimestral del 20%.

Los resultados mostraron un índice promedio de seguimiento de 91.76 puntos con cumplimiento del 95.44%, confirmando que el sistema de monitoreo continuo y los reportes automatizados por WhatsApp gestionan eficientemente el progreso académico y las alertas tempranas de cada estudiante, tal como se presenta en la Tabla 18. Estos resultados validan colectivamente que EDUKIDS cuenta con la infraestructura tecnológica, pedagógica y de soporte necesaria para cumplir consistentemente los compromisos de servicio establecidos, sentando las bases para construir confianza y satisfacción en las familias objetivo. Mientras se escala hacia los proyectados estudiantes del quinto año de operación, manteniendo la excelencia académica y la atención personalizada que caracteriza el modelo educativo.

Tabla 14*SLAs (Acuerdo del nivel de servicio) considerados por EDUKIDS*

SLA/MÉTRICAS	Valor
<i>1. SLA de Disponibilidad de Plataforma</i>	
Disponibilidad mensual	99%
Tiempo de respuesta	3
Mantenimiento programado	4
Notificación previa	72
Disponibilidad clases grabadas	2
Tiempo recuperación crítico	4
SLA UMBRAL	95%
<i>2. SLA de Calidad Académica y Docente</i>	
Asignación de tutor	24 horas
Ratio estudiante-docente	8
Calificación docente mínima	4.5
Respuesta consultas académicas	12
Entrega reportes semanales	16:00
Sesiones de reposición	12
Cambio de tutor	24
SLA UMBRAL	90%
<i>3. SLA de Soporte y Atención al Cliente</i>	
Primera respuesta - General	4 horas
Primera respuesta - Urgente	1
Resolución problema crítico	2
Resolución problema medio	12
Resolución problema bajo	24
Satisfacción del servicio	90%
Horario de atención	12
Canales activos	3
SLA UMBRAL	90%
<i>4. SLA de Seguimiento del Progreso y Resultados Académicos</i>	
Actualización dashboard	12 horas
Evaluación diagnóstica inicial	5
Evaluaciones mensuales	30 días
Reporte semanal WhatsApp	18:00
Reporte mensual detallado	3 días
Detección de alertas tempranas	12
Reunión mensual con tutor	1
Mejora esperada trimestral	20
Asistencia mínima esperada	90
SLA UMBRAL	95%

Tabla 15*Simulación de Montecarlo del SLA (Disponibilidad de Plataforma)*

Métricas	Valor
Total simulaciones	5000
Promedio de Disponibilidad	99.10
Valor Mínimo	98.17
Valor Máximo	99.72
Desviación Estándar	0.26
Cumplimiento SLA	98.84%

Nota. Adaptado de la simulación de Montecarlo con 5,000 iteraciones.

Tabla 16*Simulación de Montecarlo del SLA (Calidad Académica y Docente)*

Métricas	Valor
Total simulaciones	5000
Promedio de índice de Calidad	94.66
Valor Mínimo	40.00
Valor Máximo	100.00
Desviación Estándar	9.51
Cumplimiento SLA	98.52%

Nota. Adaptado de la simulación de Montecarlo con 5,000 iteraciones.

Tabla 17*Simulación de Montecarlo del SLA (Soporte y Atención al Cliente)*

Métricas	Valor
Total simulaciones	5000
Promedio de índice de Servicio	91.00
Valor Mínimo	40.00
Valor Máximo	100.00
Desviación Estándar	12.35
Cumplimiento SLA	94.24%

Nota. Adaptado de la simulación de Montecarlo con 5,000 iteraciones.

Tabla 18*Simulación de Montecarlo del SLA (Seguimiento del Progreso y Resultados Académicos)*

Métricas	Valor
Total simulaciones	5000
Promedio de índice de Seguimiento	91.76
Valor Mínimo	40.00
Valor Máximo	100.00
Desviación Estándar	11.69
Cumplimiento SLA	95.44%

Nota. Adaptado la simulación de Montecarlo con 5,000 iteraciones.

6.3. Validación de la Viabilidad de la Solución

La confirmación de la factibilidad económica de EDUKIDS se sustenta en un estudio financiero integral que examina la robustez del emprendimiento mediante diversos contextos operativos, empleando una metodología sistemática de evaluación de incertidumbres. La investigación pretende corroborar la aptitud del esquema empresarial para producir rentabilidad económica perdurable, preservando la orientación hacia la excelencia educativa. El procedimiento de validación se organizó en función de verificar la hipótesis fundamental que es establecer la sustentabilidad financiera del proyecto contemplando distintos panoramas

de expansión y posibles fluctuaciones en los flujos monetarios, con este propósito, se elaboró un examen comprensivo que incluye la estimación de reportes financieros, la determinación de métricas fundamentales de rendimiento y una modelación de Montecarlo que facilita evaluar la resistencia económica del esquema operativo.

El desembolso inicial de S/599,025 se estableció como referencia para el estudio, contemplando una arquitectura de recursos que integra patrimonio propio y financiamiento externo. Esta inversión se asignó estratégicamente en elementos esenciales como adecuación de instalaciones, desarrollo de espacios educativos especializados, equipamiento pedagógico y plataformas tecnológicas, cada componente orientado a potenciar la propuesta educativa distintiva de EDUKIDS. Para la validación financiera se utilizó el VAN Financiero, calculado con los flujos de caja del accionista (FCA). Con una inversión inicial, los flujos generan un VAN Financiero de S/ 4,245,709.24 y una TIR del 222%, confirmando la viabilidad del proyecto desde la perspectiva del inversionista. El análisis revela una capacidad extraordinaria de generación de valor, donde cada sol invertido no solo se recupera, sino que se multiplica significativamente, convirtiendo a EDUKIDS en una oportunidad de inversión de primer nivel que trasciende las expectativas tradicionales del mercado *edtech*, al demostrar que es posible combinar innovación educativa con un rendimiento financiero excepcional.

6.3.1. Presupuesto de Inversión

El requerimiento de inversión inicial para EDUKIDS totaliza S/ 599,025.00, configurándose como una propuesta tecnológica-educativa que redefine los paradigmas tradicionales del aprendizaje digital infantil. Del monto total invertido, los recursos humanos representan S/ 209,400.00, equivalente al 35% del presupuesto, asegurando la operatividad durante el trimestre inicial. Esta cifra contempla aspectos fundamentales como remuneraciones del equipo docente especializado que suman S/ 57,600.00, coordinación de contenidos educativos por S/ 9,000.00 y servicios de psicología educativa valorados en S/

30,000.00 mensuales. El desglose completo del presupuesto se presenta en la Tabla 19.

La infraestructura tecnológica demanda una inversión de S/ 188,000.00, representando el 31% del presupuesto total. Esta transformación digital incluye el desarrollo de plataforma web completa por S/ 80,000.00, diseño UX/UI especializado por S/ 25,000.00 y sistemas de gamificación valorados en S/ 18,000.00. La implementación de la infraestructura tecnológica requiere una inversión de S/ 24,000.00, contemplando hosting, servidores y bases de datos por S/ 24,000.00, sistemas de seguridad por S/ 12,000.00 y licencias especializadas de S/ 6,000.00. Este componente representa el núcleo operativo del emprendimiento.

El marketing inicial suma S/ 105,000.00, destinando recursos a campañas de lanzamiento por S/ 45,000.00, desarrollo de marca por S/ 20,000.00 y creación de contenido educativo valorado en S/ 25,000.00. Este rubro representa el 18% de la inversión inicial. La estimación financiera de EDUKIDS presenta un panorama de expansión sostenida y alentador. Los ingresos evidencian una evolución notable. En su primer año proyecta ingresos por S/ 2,821,874.08, con un desarrollo constante que alcanzará S/ 4,397,834.32 en el quinto año, representando un incremento del 55.8%. El costo de ventas evoluciona de S/ 290,400.00 a S/ 452,582.59, mientras la utilidad bruta crece de S/ 2,531,474.08 a S/ 3,945,251.73. Los gastos administrativos aumentan de S/ 998,064.00 a S/ 1,213,153.03, y los gastos operativos de S/ 72,000.00 a S/ 87,516.45. La depreciación se mantiene constante en S/ 4,800.00 anualmente.

La utilidad operativa muestra un crecimiento significativo, pasando de S/ 1,456,610.08 en el primer año a S/ 2,639,782.25 en el quinto año. Los gastos financieros disminuyen de manera notable, de S/ 27,555.15 en el primer año a S/ 7,991.00 en el quinto año, lo que refleja una mejora en la gestión de la deuda. La utilidad antes de impuestos se incrementa de S/ 1,429,054.93 en el primer año a S/ 2,631,791.24 en el quinto año.

Considerando el impuesto a la renta del 29.5%, la utilidad neta evoluciona de S/ 1,007,483.73

en el primer año a S/ 1,855,412.83 en el quinto año, representando un crecimiento del 84.3%.

Esta trayectoria refleja la capacidad del modelo para generar valor económico manteniendo su compromiso con la excelencia educativa. EDUKIDS demuestra que es posible crear una empresa rentable que genera valor económico mientras contribuye a la transformación educativa y el desarrollo infantil, posicionándose como un referente en el mercado *EdTech* de Lima. Los resultados financieros proyectados se presentan en la Tabla 20.

Tabla 19

Presupuesto de Inversión Inicial

Categoría	Cantidad	Monto (S/)	% de Inversión
Tecnología			
Desarrollo de plataforma web (Frontend + Backend)		S/ 80,000.00	13%
Diseño UX/UI especializado para niños		S/ 25,000.00	4%
Sistema de gestión de contenidos (CMS)		S/ 15,000.00	3%
Infraestructura tecnológica (hosting, servidores, base de datos)		S/ 24,000.00	4%
Licencias de software y herramientas web (3 meses)		S/ 6,000.00	1%
Sistema de seguridad y protección de datos		S/ 12,000.00	2%
Integración APIs (pagos, analytics, comunicación)		S/ 8,000.00	1%
Sistema de gamificación y seguimiento		S/ 18,000.00	3%
Subtotal Tecnología		S/ 188,000.00	31%
Marketing Inicial			
Campaña de lanzamiento (redes sociales y publicidad digital por 3 meses)	3	S/ 45,000.00	8%
Desarrollo de marca e identidad visual		S/ 20,000.00	3%
Creación de contenido educativo (3 meses)		S/ 25,000.00	4%
Influencer marketing y colaboraciones		S/ 15,000.00	3%
Subtotal Marketing		S/ 105,000.00	18%
Gastos Pre-operativos			
Licencias y permisos		S/ 12,000.00	2%
Constitución de empresa		S/ 6,000.00	1%
Asesoría legal y contable	3	S/ 7,500.00	1%
Seguros y protección digital	3	S/ 3,600.00	1%
Capacitación inicial a docentes y personal administrativo		S/ 7,000.00	1%
Evento de inauguración		S/ 20,000.00	3%
Subtotal Pre-operativos		S/ 56,100.00	9%
Recursos Humanos (3 meses iniciales)			
Gerente General	3	S/ 10,500.00	2%
Coordinador de Contenidos Educativos	3	S/ 9,000.00	2%
Docente de Educación (8 docentes)	3	S/ 57,600.00	10%
Psicólogo Educativo (4 psicólogos)	3	S/ 30,000.00	5%
Tutor Virtual (3 personas)	3	S/ 18,000.00	3%
Consultor en Desarrollo Curricular	3	S/ 30,000.00	5%
Especialista en Marketing Digital (3 meses) 2 personas	3	S/ 18,000.00	3%
Especialista de soporte técnico (2 personas)	3	S/ 18,000.00	3%
Asistente de atención al cliente (2 personas)	3	S/ 10,800.00	2%
Producción audiovisual para redes sociales (3 meses)	3	S/ 7,500.00	1%
Subtotal Recursos Humanos		S/ 209,400.00	35%
Mantenimiento Técnico			
Mantenimiento de servidores y almacenamiento cloud	3	S/ 12,000.00	2%
Subtotal Mantenimiento Técnico		S/ 12,000.00	2%
Capital de Trabajo			
Reserva para gastos operativos (3 meses)		S/ 28,525.00	5%
Subtotal Capital de Trabajo		S/ 28,525.00	5%
INVERSIÓN INICIAL TOTAL		S/ 599,025.00	100%

Nota. Elaboración propia

Tabla 20*Estado de Resultados*

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	S/2,821,874.08	S/3,104,061.49	S/3,569,670.71	S/3,998,031.20	S/4,397,834.32
(Costo de ventas)	-S/290,400.00	-S/319,440.00	-S/367,356.00	-S/411,438.72	-S/452,582.59
Utilidad Bruta	S/2,531,474.08	S/2,784,621.49	S/3,202,314.71	S/3,586,592.48	S/3,945,251.73
Gastos administrativos	-S/998,064.00	-S/1,047,967.20	-S/1,100,365.56	-S/1,155,383.84	-S/1,213,153.03
Gastos operativos	-S/72,000.00	-S/75,600.00	-S/79,380.00	-S/83,349.00	-S/87,516.45
(Depreciación)	-S/4,800.00	-S/4,800.00	-S/4,800.00	-S/4,800.00	-S/4,800.00
Utilidad operativa	S/1,456,610.08	S/1,656,254.29	S/2,017,769.15	S/2,343,059.64	S/2,639,782.25
(Gastos financieros)	-S/ 27,555.15	-S/ 24,063.90	-S/ 19,769.66	-S/14,487.75	-S/7,991.00
Utilidad antes de impuestos	S/1,429,054.93	S/1,632,190.39	S/1,997,999.49	S/ 2,328,571.89	S/ 2,631,791.24
(Impuesto a la renta) 29.5% (15 uit)	S/ 421,571.20	S/ 481,496.16	S/ 589,409.85	S/686,928.71	S/776,378.42
Utilidad Neta	S/1,007,483.73	S/1,150,694.22	S/1,408,589.64	S/1,641,643.18	S/1,855,412.83

6.3.2. Análisis Financiero

EDUKIDS emerge como un proyecto empresarial con una trayectoria financiera singularmente prometedora, caracterizada por un crecimiento orgánico y sostenido que refleja la solidez de su modelo de negocio educativo. La evolución de las ventas muestra una progresión gradual pero consistente, partiendo de S/ 0 en el año inicial hasta alcanzar S/ 4,397,834.32 en el quinto año, con incrementos anuales que evidencian la creciente adopción de la plataforma educativa en el mercado. El rendimiento operativo del proyecto se traduce de manera directa en su Net Operating Profit After Tax (NOPAT), que experimenta un crecimiento armónico. Desde los S/ 1,026,910.11 del primer año hasta los S/ 1,861,046.48 del quinto año, el NOPAT dibuja una línea ascendente que confirma la eficiencia operativa y la capacidad de generación de valor de EDUKIDS. Esta progresión no solo demuestra la robustez del modelo de negocio, sino también la capacidad de la plataforma para convertir su

propuesta de valor en resultados financieros concretos.

El flujo de caja libre (FCL) corrobora esta narrativa de crecimiento, escalando desde S/ 1,031,710.11 en el primer año hasta S/ 1,865,846.48 en el quinto año. De manera similar, el flujo de caja del accionista (FCA) muestra una evolución igualmente alentadora, comenzando en S/ 897,104.38 y alcanzando S/ 1,825,469.34, lo que representa un incremento significativo que recompensa la confianza de los inversores iniciales. La inversión inicial de S/ 599,025.00 se recupera de manera eficiente, un aspecto crucial que diferencia a EDUKIDS de muchos emprendimientos educativos. La capacidad de generar rendimientos positivos en un sector tradicionalmente desafiante demuestra no solo la innovación tecnológica de la plataforma, sino también su sólida estrategia financiera y operativa. Más allá de los números, estos resultados confirman que EDUKIDS trasciende la concepción tradicional de un startup educativo. Se perfila como una plataforma transformadora que no solo genera valor económico, sino que reimagina la experiencia de aprendizaje digital para familias, combinando innovación pedagógica con un modelo de negocio financieramente robusto y escalable. El flujo de caja proyectado se detalla en la Tabla 21.

6.3.3. Simulaciones Empleadas para Validar la Hipótesis Financiera

El análisis financiero de EDUKIDS contempla un riguroso examen de la viabilidad del emprendimiento mediante la evaluación de múltiples escenarios económicos. La Tabla 22 presenta tres contextos de proyección: pesimista, normal y optimista, caracterizados por variaciones en el crecimiento de flujos netos. En el escenario más conservador, con una contracción del 15% en los flujos, el Valor Actual Neto (VAN) se sitúa en S/ 3,247,967.57, con una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 207%. En el escenario normal, el VAN asciende a S/ 4,245,709.24 con una TIR del 222%, mientras que, en el escenario optimista, se alcanza un VAN de S/ 4,482,195.24 y una TIR del 342%, evidenciando la resiliencia financiera del proyecto.

Tabla 21*Flujo de Caja*

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		S/2,821,874.08	S/3,104,061.49	S/3,569,670.71	S/3,998,031.20	S/4,397,834.32
(Costo de ventas)		-S/290,400.00	-S/319,440.00	-S/367,356.00	-S/411,438.72	-S/452,582.59
Utilidad Bruta		S/2,531,474.08	S/2,784,621.49	-S/3,202,314.71	S/3,586,592.48	S/3,945,251.73
Gastos administrativos		-S/998,064.00	-S/1,047,967.20	-S/1,100,365.56	-S/1,155,383.84	-S/1,213,153.03
Gastos operativos		-S/72,000.00	-S/75,600.00	-S/79,380.00	-S/83,349.00	-S/87,516.45
(Depreciación)		-S/4,800.00	-S/4,800.00	-S/4,800.00	-S/4,800.00	-S/4,800.00
Utilidad operativa		S/1,456,610.08	S/1,656,254.29	S/2,017,769.15	S/2,343,059.64	S/2,639,782.25
(Impuestos a la renta) 29.5%		S/429,699.97	S/488,595.02	S/595,241.90	S/691,202.59	S/778,735.76
Net operating profit after tax (NOPAT)		S/1,026,910.11	S/1,167,659.27	S/1,422,527.25	S/1,651,857.05	S/1,861,046.48
(Depreciación)		-S/4,800.00	-S/4,800.00	-S/4,800.00	-S/4,800.00	-S/4,800.00
Ajustes de cuentas por cobrar		S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Ajustes de cuentas por pagar		S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Ajustes de inventarios		S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Inversión inicial	-S/599,025.00					
Capital Expenditure (CAPEX)		S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Flujo de caja libre (FCL)		S/1,031,710.11	S/1,172,459.27	S/1,427,327.25	S/1,656,657.05	S/1,865,846.48
Préstamo	S/119,805.00					
Gastos financieros		-S/27,555.15	-S/24,063.90	-S/19,769.66	-S/14,487.75	-S/7,991.00
Escudo fiscal		S/8,128.77	S/7,098.85	S/5,832.05	S/4,273.89	S/2,357.35
Amortización		-S/15,179.34	-S/18,670.59	-S/22,964.83	-S/28,246.74	-S/34,743.49
Flujo de caja del accionista (FCA)	-S/479,220.00	S/997,104.38	S/1,136,823.63	S/1,390,424.81	S/1,618,196.44	S/1,825,469.34

Complementando este examen, se ejecutó una modelación de Montecarlo con 5,000 repeticiones para obtener una distribución más precisa del VPN. Los hallazgos revelan un VPN promedio de S/ 3,917,676.93 un máximo de S/ 5,519,955.06 y un mínimo de S/ 2,377,794.27 con una dispersión estándar de S/ 469,723.99, lo que señala un grado de fluctuación manejable. Adicionalmente, la probabilidad de que el VPN descienda por debajo del límite de S/ 3,247,967.57 se calcula en 7.56%, lo que ratifica que el riesgo de obtener rendimientos no viables es mínimo. Estos resultados se presentan en la Tabla 23.

El cálculo del Costo de Oportunidad de Capital (COK) mediante el modelo CAPM para EDUKIDS revela componentes financieros precisos. La tasa libre de riesgo se establece en 4.79%, tomando como referencia los T-Bonds a 10 años según Damodaran (2025). La rentabilidad de mercado alcanza el 11.79%, basada en el rendimiento histórico del S&P 500 Index entre 1928-2024. La prima de riesgo de mercado se calcula en 7.00%, representando la compensación adicional por invertir en acciones. El beta desapalancado del sector "Education" es 0.69, mientras que el riesgo país de Perú se sitúa en 1.75%, según datos del BCRP (2025). La estructura de capital muestra un 80% de patrimonio (S/ 479,220.00) y un 20% de deuda (S/ 119,805.00). Tras el apalancamiento, el beta se ajusta a 0.81. Aplicando la fórmula del CAPM ($K_e = R_f + \beta_a (R_m - R_f) + R_p$), se obtiene un COK de 12.19%, el cual representa el costo de oportunidad expresado en dólares dado que se utilizó como referencia el mercado de capitales de Estados Unidos.

Sin embargo, dado que los flujos de caja del proyecto EDUKIDS están expresados en soles, resulta necesario convertir el COK a moneda local utilizando la fórmula de Fisher internacional para garantizar la consistencia metodológica entre la moneda de los flujos proyectados y la tasa de descuento utilizada en la evaluación financiera. Para esta conversión se consideran las tasas de inflación proyectadas de 3.58% para Perú y 2.88% para Estados Unidos. La fórmula aplicada es: $1 + \text{COK_Local} = (1 + \text{COK_US\$}) \times [(1 + \text{Inflación_Perú}) /$

(1 + Inflación_USA)]. Sustituyendo los valores se obtiene: $1 + \text{COK_Local} = (1.1219) \times (1.0358 / 1.0288)$, lo que resulta en $1 + \text{COK_Local} = (1.1219) \times 1.0068 = 1.12958$, de donde $\text{COK_Local} = 0.12958$ o 12.96%. Por lo tanto, la tasa de descuento aplicable al proyecto es 12.96% en soles, como se detalla en la Tabla 24.

Finalmente, el análisis del Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) para EDUKIDS detalla una inversión total de S/ 599,025.00, estructurada con un 80% de patrimonio (S/ 479,220.00) y un 20% de deuda (S/ 119,805.00). Utilizando un Costo de Oportunidad de Capital (COK) de 12.96% expresado en soles y una tasa de deuda del 10.00%, considerando un impuesto a la renta del 29.5% y el correspondiente escudo fiscal, se obtiene un componente de patrimonio del 10.368% y un componente de deuda del 1.41%. El WACC resultante se calcula en 11.78%, cuyo desglose se presenta en la Tabla 25. Estos resultados validan la sustentabilidad financiera de EDUKIDS, evidenciando que incluso en contextos adversos el emprendimiento conserva un margen de rentabilidad excepcional que respalda su solidez en el mercado educativo digital.

Tabla 22

Escenarios Financieros

Escenario	Pésima	Normal	Optimista
% de crecimiento promedio de los flujos netos basándonos en el escenario (normal)	-15%	0%	+ 20%
VAN	S/ 3,247,967.57	S/ 4,245,709.24	S/ 4,482,195.24
TIR	207%	222%	342%

Tabla 23

Escenarios Financieros de la Simulación de Montecarlo

Estadísticos	Valor
Media VAN	S/ 3,917,676.93
Máximo VAN	S/ 5,519,955.06
Mínimo VAN	S/ 2,377,794.27
Desv.Est VAN	S/ 469,723.99
Prob. VAN < 3,324,900.90	7.56%

Nota. Desarrollado a partir de la simulación de Montecarlo con 5,000 iteraciones.

Tabla 24*Cálculo del Costo de Oportunidad de Capital (COK) para EDUKIDS -Modelo CAPM*

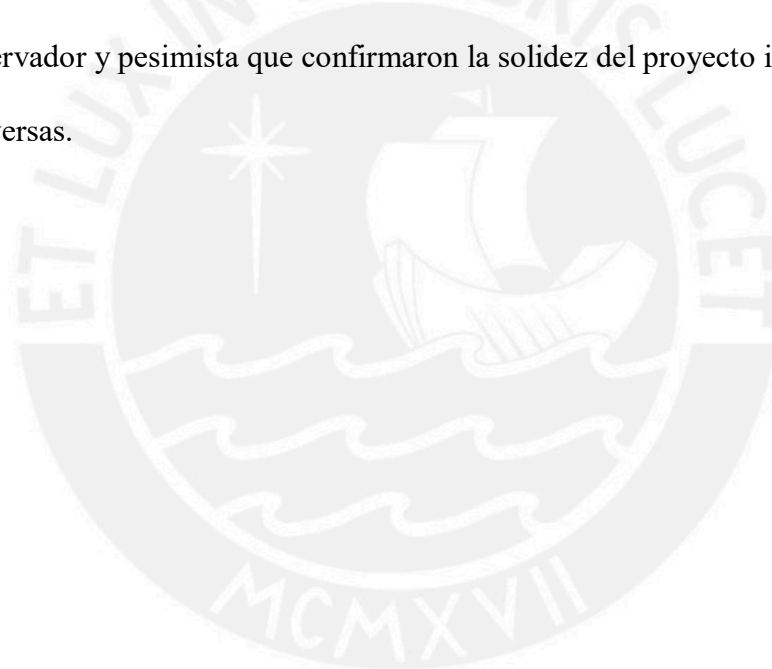
Elementos del CAPM	Valor	Fuente
Tasa Libre de Riesgo (Rf)	4.79%	(Damodaran , 2025). T-Bonds 10 años, promedio anual 1928-2024. Retorno garantizado sin riesgo en mercados desarrollados.
Rentabilidad de Mercado (Rm)	11.79%	(Damodaran , 2025). S&P 500 Index, promedio anual 1928-2024. Rendimiento histórico mercado bursátil.
Prima de Riesgo de Mercado (Rm - Rf)	7.00%	11.79% - 4.79% = 7.00%. Compensación adicional por invertir en acciones.
Beta Desapalancado (β_u)	0.69	(Damodaran , 2025). Industria "Education". Volatilidad sistemática sin deuda.
Riesgo País Perú (Rp)	1.75%	(BCRP, 2025), promedio mensual 5 años (julio 2020 - junio 2025). Prima por riesgo país emergente.
Estructura de Capital	E/D = 80%/20%	Patrimonio S/ 479,220.00 (80%), Deuda S/ 119,805.00 (20%), Total S/ 599,025.00 (100%).
Beta Apalancado (β_a)	0.81	$\beta_a = 0.69 \times [1 + (1-0.295) \times (0.20/0.80)] = 0.81$
COK (Ke)	12.19%	$K_e = R_f + \beta_a (R_m - R_f) + R_p$ $K_e = 4.79\% + 0.69 (7.00\%) + 1.75\% = 12.19\%$
Conversión a soles:		
Inflación Perú	3.58%	Tasa de inflación proyectada para Perú
Inflación USA	2.88%	Tasa de inflación proyectada para Estados Unidos
Fórmula de Fisher	$1 + COK_Local = (1 + 0.1219) \times [(1 + 0.0358) / (1 + 0.0288)]$	Ajuste por paridad de tasas de inflación
Cálculo	$1 + COK_Local = (1.1219) \times (1.0358/1.0288) = 1.12958$	$COK_Local = 1.12958 - 1 = 0.12958$
COK en soles (Ke)	12.96%	Tasa de descuento aplicable al proyecto EDUKIDS

Tabla 25*Cálculo del Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) para EDUKIDS*

Elemento	Valor	Fórmula
Inversión Total	S/ 599,025.00	Presupuesto requerido
Deuda (D)	S/ 119,805.00	20% estructura
Patrimonio (E)	S/ 479,220.00	Socios - 80% estructura
COK (Ke)	12.96%	Lo que accionistas exigen (expresado en soles)
Tasa de Deuda (Kd)	10.00%	(SBS, 2025). Banco BanBif. Para pequeñas empresas.
Impuesto a Renta (T)	29.5%	Perú 2025
Escudo Fiscal (1-T)	0.705	$1 - 0.295 = 0.705$
Componente Patrimonio	10.368%	$0.80 \times 12.96\% = 10.368\%$
Componente Deuda	1.41%	$0.20 \times 10.00\% \times 0.705 = 1.41\%$
WACC	11.78%	$10.368\% + 1.41\% = 11.78\%$

6.4 Resumen de Capítulo

En este capítulo se validó la solución EDUKIDS desde tres dimensiones fundamentales. La deseabilidad fue confirmada mediante hipótesis validadas con una muestra representativa de padres, quienes mostraron alta valoración del soporte emocional y elevada intención de recomendación. La factibilidad se sustentó en el plan de mercadeo, el plan de operaciones con un equipo multidisciplinario contratado en planilla y simulaciones de Montecarlo que validaron los indicadores clave de desempeño operativo. La viabilidad financiera arrojó resultados que superan ampliamente los márgenes esperados para emprendimientos del sector *EdTech*, con indicadores validados mediante escenarios optimista, conservador y pesimista que confirmaron la solidez del proyecto incluso bajo condiciones adversas.



Capítulo VII: Solución Sostenible

En este capítulo se evalúa la sostenibilidad social de EDUKIDS. En primer lugar, se analiza la relevancia social de la solución mediante el *Flourishing Canvas* como herramienta de mapeo de impacto, junto con el análisis detallado de la contribución al ODS 4 (Educación de Calidad) y al ODS 10 (Reducción de las Desigualdades), presentando indicadores específicos por cada meta. Seguidamente, se calcula la rentabilidad social mediante la estimación del VAN Social y el Índice de Relevancia Social, demostrando cuantitativamente que el valor social generado por EDUKIDS trasciende su dimensión financiera.

7.1. Relevancia Social de la Solución

Para evaluar la sostenibilidad social del modelo se empleó el *Flourishing Canvas*, herramienta que permite mapear el impacto de un emprendimiento en múltiples dimensiones: económica, social, ambiental y de gobernanza. Su objetivo es demostrar que la propuesta genera valor compartido más allá de la rentabilidad financiera, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En EDUKIDS, este lienzo fue utilizado para cuantificar la contribución del proyecto al ODS 4 y al ODS 10.

Esencialmente, el esquema empresarial se fundamenta en el modelo Canvas próspero, cuya estructura se presenta en la Tabla 26, orientado a la creación de un segmento de mercado educativo digital sin precedentes. En consecuencia, la educación personalizada se transforma en una experiencia accesible, mediante la cual se busca generar empleos directos de calidad especializados en metodologías digitales. Los recursos estratégicos incluyen una plataforma digital eco-responsable como laboratorio de aprendizaje virtual y un programa de desarrollo integral articulado con dispositivos electrónicos reutilizados y energía renovable para servidores. En este contexto, el propósito es impactar a 6,336 estudiantes durante el primer año, implementando gamificación en 100% de cursos que transformarán la relación de las familias con la educación digital y el desarrollo académico infantil.

La propuesta metodológica se estructura en un modelo de clases virtuales sin desplazamientos, donde cada sesión se constituye como una oportunidad de crecimiento académico personalizado. Docentes especializados certificados facilitan experiencias que generan una transformación pedagógica profunda mediante herramientas colaborativas digitales. Los psicólogos educativos proporcionan sesiones de evaluación emocional, mientras que el coaching parental empodera a las familias con *dashboards* transparentes y monitoreo remoto del progreso. Finalmente, los beneficios se proyectan en múltiples dimensiones: mejora comprobada del rendimiento académico del 85% de estudiantes, desarrollo integral socioemocional infantil, reducción del estrés familiar por tareas, eliminación de 500,000 hojas de papel/año y construcción de comunidad educativa activa.

Por otra parte, EDUKIDS se alinea estratégicamente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), enfocándose principalmente en dos objetivos fundamentales: el ODS 4 (Educación de Calidad) y el ODS 10 (Reducción de las Desigualdades). Este posicionamiento refleja un compromiso profundo con la transformación de los sistemas educativos y la promoción de la equidad. El análisis del impacto en el ODS 4 revela una contribución significativa en múltiples metas clave. En primer lugar, se logra que el 85% de estudiantes EDUKIDS alcancen nivel satisfactorio versus el 25% promedio nacional, evidenciando una mejora sustancial en la calidad educativa. Adicionalmente, se implementa un modelo que garantiza que el 100% de programas incluyan desarrollo socioemocional temprano y preparación escolar, como se detalla en la Tabla 27.

Estas metas se sustentan en la línea base nacional y en las proyecciones de impacto directo sobre el público objetivo. Según el MINEDU (2023), solo el 25.2% de estudiantes de 2.º grado alcanza nivel satisfactorio en comprensión lectora y apenas el 15% en matemáticas, evidenciando una crisis de calidad educativa que afecta especialmente a las familias que invierten en reforzamiento sin resultados verificables. EDUKIDS proyecta atender 6,336

Tabla 26

Flourishing Canva



Tabla 27*Análisis del impacto del ODS 4: Educación de Calidad*

Meta	Descripción	Impacto	KR (Resultados clave)	KPI
4.1	De aquí a 2030, asegurar que todas las niñas y todos los niños terminen la enseñanza primaria y secundaria, que ha de ser gratuita, equitativa y de calidad.	Sí	85% de estudiantes EDUKIDS alcanzan nivel satisfactorio vs 25% promedio nacional	<ul style="list-style-type: none"> • % estudiantes nivel satisfactorio • Tasa de permanencia escolar • Índice de progreso académico
4.2	De aquí a 2030, asegurar que todas las niñas y todos los niños tengan acceso a servicios de atención y desarrollo en la primera infancia y educación preescolar de calidad.	Sí	100% de programas incluyen desarrollo socioemocional temprano y preparación escolar	<ul style="list-style-type: none"> • Escala de desarrollo integral • % niños preparados para primaria • Evaluación de habilidades blandas
4.3	De aquí a 2030, asegurar el acceso igualitario de todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad.	No	-	-
4.4	De aquí a 2030, aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales.	Sí	200 docentes certificados anualmente en competencias digitales educativas	<ul style="list-style-type: none"> • N° certificaciones otorgadas • Competencias digitales adquiridas • Empleabilidad mejorada
4.5	De aquí a 2030, eliminar las disparidades de género en la educación y asegurar el acceso igualitario a todos los niveles de la enseñanza.	Sí	Paridad 50/50 en matriculados con igual rendimiento entre géneros	<ul style="list-style-type: none"> • Índice de paridad de género • Brecha de rendimiento por género • Participación en STEM por género
4.6	De aquí a 2030, asegurar que todos los jóvenes y una proporción considerable de los adultos tengan competencias de lectura, escritura y aritmética.	Sí	90% de estudiantes mejoran comprensión lectora y razonamiento matemático	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de comprensión lectora • Competencia matemática • Velocidad de lectura
4.7	De aquí a 2030, asegurar que todos los alumnos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible.	Sí	30% del currículo integra educación ambiental y ciudadanía global	<ul style="list-style-type: none"> • Horas de educación sostenible • Proyectos ambientales realizados • Conciencia ecológica medida
4.a	Construir y adecuar instalaciones educativas que tengan en cuenta las necesidades de los niños y las personas con discapacidad.	Sí	Plataforma con accesibilidad WCAG 2.1 nivel AA para inclusión total	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento estándares accesibilidad • % usuarios con discapacidad • Satisfacción usuarios NEE
4.c	De aquí a 2030, aumentar considerablemente la oferta de docentes calificados.	Sí	Red de 150+ docentes especializados con formación continua mensual	<ul style="list-style-type: none"> • Ratio estudiante/docente < • Horas formación docente • Evaluación desempeño docente

Nota. Elaboración propia a partir de las metas e indicadores del ODS 4 establecidos por la ONU (2022).

niños en el primer año y 9,875 en el quinto año, con la meta de que el 85% alcance nivel satisfactorio mediante diagnósticos basados en el CNEB, evaluaciones mensuales y certificaciones trimestrales. Bajo una tasa de efectividad del 50%, esto representa 3,168 estudiantes con mejora académica verificable solo en el primer año, cifra que asciende a 4,938 en el quinto año, generando un beneficio acumulado de S/1,481,250 en mejora de rendimiento académico.

La integración curricular es otra fortaleza significativa, donde el 90% de estudiantes mejoran su comprensión lectora y razonamiento matemático. El programa logra mantener una paridad de género del 50/50 en matriculados con igual rendimiento entre géneros, demostrando un compromiso tangible con la equidad educativa. Respecto al ODS 10, EDUKIDS implementa estrategias de inclusión que logran que el 100% de estudiantes accedan a educación de calidad, convirtiendo la experiencia educativa en una plataforma de reducción de desigualdades. El programa demuestra que la mejora del rendimiento académico aumenta las probabilidades de movilidad social futura en un 40%. El análisis de metas e indicadores para este objetivo se presenta en la Tabla 28.

La contribución de EDUKIDS a la reducción de desigualdades se evidencia en tres dimensiones cuantificables. Primero, en accesibilidad económica: el costo de EDUKIDS (S/120 a S/200 mensuales) representa una reducción del 43% al 66% frente al costo de tutorías presenciales tradicionales (S/350 a S/525 mensuales), democratizando el acceso a educación de calidad para familias del NSE B. Segundo, en equidad de género: la plataforma mantiene una paridad de matrícula 50/50 con igual rendimiento entre géneros, contribuyendo directamente a la meta 10.2 de inclusión social. Tercero, en prevención del rezago educativo: EDUKIDS interviene en el 10% de estudiantes en riesgo de repitencia, logrando que el 50% evite esta situación, lo que representa un costo social evitado de S/800 por estudiante y un ahorro acumulado de S/395,000 en el quinto año.

El índice de relevancia social se calcula considerando el porcentaje de cumplimiento de objetivos específicos. En el ODS 4, se impactan 8 de las 10 metas (80%), mientras que en el ODS 10 se abordan 6 de las 10 metas completamente más 1 parcial, logrando un IRS del 65%. Estos índices, que totalizan un impacto promedio del 72.5% en los ODS evaluados, representan un compromiso excepcional con el desarrollo sostenible y la equidad educativa. En conjunto, el impacto social de EDUKIDS se traduce en un VAN Social de S/9,851,866 calculado con una tasa de descuento social del 8%, lo que arroja un ratio de 2.41 respecto al VAN Financiero de S/4,245,709. Esto significa que por cada sol de rentabilidad financiera, EDUKIDS genera S/2.41 de valor social. El beneficio total proyectado al quinto año asciende a S/3,950,000, distribuido en cuatro indicadores: mejora del rendimiento académico (S/1,481,250), desarrollo socioemocional infantil (S/222,188), empoderamiento parental educativo (S/1,851,563) y prevención del rezago escolar (S/395,000). Estos resultados confirman que la propuesta impacta de manera integral y cuantificable sobre la totalidad de su público objetivo.

La relevancia social de EDUKIDS se cuantifica mediante tres indicadores clave. El VAN Social calculado asciende a S/9,851,866, con un ratio de 2.41 respecto al VAN Financiero de S/4,245,709, lo que demuestra que el valor social generado supera ampliamente la rentabilidad económica del proyecto. El beneficio social por estudiante atendido se estima en S/1,554.26, considerando el ahorro familiar en servicios ineficientes y la mejora proyectada en rendimiento académico. El Índice de Relevancia Social promedio alcanza el 72.5%, compuesto por un 80% de cumplimiento en metas del ODS 4 y un 65% en metas del ODS 10, confirmando que EDUKIDS genera un impacto social medible que trasciende su dimensión comercial.

7.2. Rentabilidad Social de la Solución

El impacto social generado por la propuesta de EDUKIDS se analiza a partir de cuatro

Tabla 28*Análisis del impacto del ODS 10: Reducción de las Desigualdades*

Meta	Descripción	Impacto	KR (Resultados clave)	KPI
10.1	De aquí a 2030, lograr progresivamente y mantener el crecimiento de los ingresos del 40% más pobre de la población	Sí	Mejora del rendimiento académico aumenta probabilidades de movilidad social futura en 40%	<ul style="list-style-type: none"> • % estudiantes NSE B beneficiados • Proyección de ingresos futuros mejorada • Tasa de continuidad educativa
10.2	De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas	Sí	100% de estudiantes acceden a educación de calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Índice de inclusión educativa • Diversidad socioeconómica en aula • Satisfacción por NSE
10.3	Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados	Sí	85% de estudiantes alcanzan nivel satisfactorio independientemente de su origen	<ul style="list-style-type: none"> • Brecha de rendimiento por NSE • Tasa de éxito por distrito • Equidad en resultados • % descuentos aplicados
10.4	Adoptar políticas, especialmente fiscales, salariales y de protección social	Sí	Política de precios diferenciados	
10.5	Mejorar la reglamentación y vigilancia de las instituciones y los mercados financieros	Sí	Dashboard con indicadores verificables de progreso académico	<ul style="list-style-type: none"> • 100% transparencia en resultados educativos
10.6	Asegurar una mayor representación e intervención de los países en desarrollo	Sí	Documentación abierta para implementación en otros países	<ul style="list-style-type: none"> • Potencial de escalabilidad regional
10.7	Facilitar la migración y la movilidad ordenadas, seguras, regulares y responsables	Parcial	Plataforma accesible	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptación curricular
10.a	Aplicar el principio del trato especial y diferenciado para los países en desarrollo	No	-	-
10.b	Fomentar la asistencia oficial para el desarrollo y las corrientes financieras	No	-	-
10.c	De aquí a 2030, reducir a menos del 3% los costos de transacción de las remesas	No	-	-

Nota. Adaptado de las metas e indicadores del ODS 10 establecidos por la ONU (2022).

indicadores clave que permiten medir su efectividad y alcance en la comunidad educativa, en primer lugar, se considera la mejora del rendimiento académico de los estudiantes, reflejada en el fortalecimiento de competencias y habilidades cognitivas esenciales para su progreso escolar. En segundo lugar, se evalúa el desarrollo socioemocional infantil, el cual se refiere a la capacidad de los niños y niñas para gestionar sus emociones, establecer relaciones saludables y enfrentar retos cotidianos, aspectos que son fundamentales para un aprendizaje integral.

El tercer indicador está relacionado con el empoderamiento de los padres en el proceso educativo, lo cual implica dotarlos de herramientas y conocimientos que les permitan acompañar activamente el aprendizaje de sus hijos. Este conjunto de indicadores se estructura y respalda metodológicamente en función de las directrices técnicas establecidas por Ministerio de Economía y finanzas [MEF] (2021), garantizando así un enfoque riguroso para la medición del impacto. En Lima, un porcentaje significativo de estudiantes presenta deficiencias en el rendimiento académico satisfactorio. EDUKIDS busca incrementar progresivamente el número de estudiantes que alcanzan niveles satisfactorios, beneficiando a 3,168 estudiantes en el primer año y hasta 4,938 estudiantes en el quinto año, representando una efectividad del 50% sobre su base de estudiantes matriculados.

El valor social estimado es de S/ 300 por estudiante que mejora su rendimiento, considerando el ahorro en recursos de refuerzo académico y la mayor productividad futura. Como resultado, el beneficio acumulado de este indicador asciende a S/ 1,481,250.00 en el quinto año, como se muestra en la Tabla 29. Asimismo, el desarrollo socioemocional constituye un pilar fundamental en la formación integral. De acuerdo a la metodología aplicada, cada niño atendido con coaching emocional que logra mejoras en sus indicadores emocionales (30% de efectividad sobre el 50% que recibe atención) genera beneficios significativos. Con la intervención progresiva promovida por EDUKIDS, se estima beneficiar

a 950 niños en el primer año y hasta 1,481 niños en el quinto año, generando un beneficio socioemocional acumulado de S/ 222,187.50.

La solución también fortalece el empoderamiento parental educativo mediante herramientas digitales especializadas. Se proyecta que 1,584 padres en el primer año y hasta 2,469 padres en el quinto año utilizarán efectivamente el *dashboard* y reportes, liberando 50 horas productivas anuales por familia. El valor social de S/ 15 por hora productiva parental permite estimar un beneficio de empoderamiento acumulado de S/ 1,851,562.50 en el quinto año. Finalmente, la prevención del rezago educativo representa un componente crucial del impacto social. EDUKIDS interviene con estudiantes en riesgo de repetir año (10% de la matrícula), logrando que el 50% evite la repitencia. El costo social evitado es de S/ 800 por estudiante, generando un ahorro en recursos educativos de S/ 395,000.00 en el quinto año. Sumando los cuatro indicadores, el valor total de los beneficios sociales de EDUKIDS asciende a S/ 3,950,000.00 en el quinto año, reflejando un impacto considerable en educación integral, desarrollo emocional, participación parental y prevención del fracaso escolar.

EDUKIDS demuestra un compromiso sostenido con la inversión en talento especializado, con compensaciones que evolucionan de S/ 574,080 en el primer año a S/ 840,510 en el quinto año. La implementación del coeficiente de conversión social de 0.8 facilita la transformación de los gastos en recursos humanos directos en valor social, contemplando dimensiones que trascienden la compensación económica inmediata. El estudio evidencia el crecimiento gradual del emprendimiento, donde cada inversión en capital intelectual contribuye a la transformación educativa y el desarrollo infantil integral. La metodología del MEF permite identificar cómo los recursos asignados al proyecto producen un impacto considerable en la mejora del rendimiento académico, el desarrollo socioemocional y la prevención del rezago educativo. El detalle de estos costos sociales proyectados se presenta en la Tabla 30.

Tabla 29*Cálculo de beneficios sociales*

Indicadores de beneficios sociales	Unidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. Mejora del Rendimiento Académico						
Estudiantes matriculados en EDUKIDS	N°	6336	6970	8016	8977	9875
Estudiantes que mejoran a nivel satisfactorio (50% efectividad)	N°	3168	3485	4008	4489	4938
Valor social por estudiante mejorado	S/	300	300	300	300	300
Beneficio por Mejora Académica		S/ 950,400.00	S/1,045,500.00	S/ 1,202,400.00	S/ 1,346,550.00	S/ 1,481,250.00
2. Desarrollo Socioemocional Infantil						
Niños atendidos con coaching emocional (50%)	N°	3168	3485	4008	4489	4938
Niños con mejora en indicadores emocionales (30% efectividad)	N°	950	1046	1202	1347	1481
Sesiones de coaching emocional realizadas	sesiones	25344	27880	32064	35908	39500
Valor social por niño con bienestar mejorado	S/	150	150	150	150	150
Beneficio por Desarrollo Socioemocional		S/ 142,560.00	S/ 156,825.00	S/ 180,360.00	S/ 201,982.50	S/ 222,187.50
3. Empoderamiento Parental Educativo						
Familias participantes activas (50%)	N°	3168	3485	4008	4489	4938
Padres usando dashboard y reportes efectivamente (50%)	N°	1584	1743	2004	2244	2469
Horas productivas liberadas por familia/año	horas	50	50	50	50	50
Valor social por hora productiva parental	S/	15	15	15	15	15
Beneficio por Empoderamiento Parental		S/1,188,000.00	S/1,306,875.00	S/1,503,000.00	S/1,683,187.50	S/1,851,562.50
4. Prevención del Rezago Educativo						
Estudiantes en riesgo de repetir año (10%)	N°	634	697	802	898	988
Estudiantes que evitan repetir (50% efectividad)	N°	317	349	401	449	494
Costo social evitado por repitencia	S/	800	800	800	800	800
Ahorro en recursos educativos		S/ 253,440.00	S/ 278,800.00	S/ 320,640.00	S/ 359,080.00	S/ 395,000.00
Valor total de beneficios Sociales	S/	S/2,534,400.00	S/2,788,000.00	S/3,206,400.00	S/3,590,800.00	S/ 3,950,000.00

Nota. Elaboración propia.



Tabla 30*Cálculo de los costos sociales*

Costos Sociales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneraciones de personal calificado	717,600.00	789,360.00	868,296.00	955,125.60	1,050,638.16
Factor social de conversión de remuneración	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
Beneficios por incremento de ingresos familias activas	574,080.00	631,488.00	694,636.80	764,100.48	840,510.53
Valor total del costo social	574,080.00	631,488.00	694,636.80	764,100.48	840,510.53

EDUKIDS confirma su sustentabilidad social mediante un VPN de S/ 9,851,865.99, determinado con una tasa de descuento social del 8% establecida por el MEF (2024), que facilita la actualización de los flujos futuros al valor presente. La metodología empleada evidencia que el emprendimiento no únicamente produce beneficios inmediatos, sino que su impacto social permanece sólido incluso al descontar los flujos futuros mediante una tasa prudente. El estudio contempla la transformación de 4,938 estudiantes, el desarrollo socioemocional de 1,481 niños, el empoderamiento de 2,469 familias y la prevención del rezago de 494 estudiantes, demostrando que cada sol invertido produce un retorno social extraordinario.

La tasa de descuento del 8% funciona como un criterio riguroso que valida la robustez del emprendimiento, actualizando los beneficios futuros y confirmando su potencial transformador. De esta manera, EDUKIDS no solamente proyecta impacto social, sino que su valor se mantiene incluso bajo un contexto de evaluación social rigurosa. Este resultado demuestra que la inversión en educación digital puede ser económicamente estratégica y socialmente transformadora, tal como se evidencia en la Tabla 31.

Tabla 31*Cálculo de la Rentabilidad Social*

Rentabilidad social	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Valor total de los beneficios sociales.	2,534,400.00	2,788,000.00	3,206,400.00	3,590,800.00	3,950,000.00
Valor total de los costos sociales.	574,080.00	631,488.00	694,636.80	764,100.48	840,510.53
Flujo social (Beneficios - Costos)	1,960,320.00	2,156,512.00	2,511,763.20	2,826,699.52	3,109,489.47

Nota. Elaboración propia.

Tasa de descuento social = **8%**

VAN social $\Sigma (\text{Beneficios} - \text{Costos}) / (1 + r)^t = \text{S/ } \mathbf{9,851,865.99}$

7.3 Resumen de Capítulo

En este capítulo se evaluó la sostenibilidad social de EDUKIDS mediante el *Flourishing Canvas* y su alineación estratégica con dos Objetivos de Desarrollo Sostenible: educación de calidad y reducción de desigualdades. Se proyectó un impacto directo en miles de niños desde el primer año de operación, con la meta de que la gran mayoría alcance nivel satisfactorio, cifra que contrasta significativamente con los promedios nacionales actuales. El cálculo de rentabilidad social demostró que el valor social generado supera ampliamente la rentabilidad económica del proyecto, con un índice de relevancia social que confirma un compromiso sólido con el desarrollo sostenible y la equidad educativa en el contexto peruano.

Capítulo VIII: Decisión e Implementación

Este capítulo desarrolla la estrategia para convertir a EDUKIDS en una solución educativa operativa en Lima Metropolitana. Primero, se presenta el plan de implementación en cinco fases secuenciales distribuidas en 34 semanas, junto con la estructura del equipo de trabajo y sus funciones. Posteriormente, se formulan las conclusiones del proyecto alineadas a los objetivos planteados. Finalmente, se presentan las recomendaciones orientadas a la ejecución del piloto, la formalización del financiamiento y el establecimiento de alianzas institucionales para consolidar el posicionamiento de EDUKIDS.

8.1. Plan de Implementación y Equipo de Trabajo

EDUKIDS se implementará durante 34 semanas mediante un proceso sistemático que transformará la propuesta conceptual en una plataforma educativa plenamente funcional. Este cronograma garantiza que cada elemento del servicio se desarrolle con la calidad necesaria para revolucionar la educación integral de niños y el apoyo a familias mediante metodologías innovadoras de aprendizaje emocional y académico. Las primeras seis semanas constituyen la fase de fundación estratégica y arquitectura del proyecto educativo, período en el cual el equipo directivo establecerá los cimientos pedagógicos y tecnológicos de EDUKIDS. Durante este tiempo se desarrollará la planificación integral que incluye la definición de objetivos pedagógicos SMART para cada área de desarrollo infantil, validación del modelo educativo con grupos focales de padres y especialistas en educación, y establecimiento de indicadores clave de progreso académico y emocional. Paralelamente se formalizará el registro legal de la empresa, protección de marca educativa y desarrollo del sistema holístico que integre tecnología educativa, psicología infantil y metodologías de aprendizaje activo, culminando con un plan maestro educativo detallado que guiará todas las actividades de enseñanza y desarrollo posteriores.

La segunda fase, que se extenderá desde la semana 7 hasta la 14, se dedicará a la

innovación tecnológica y desarrollo del ecosistema digital educativo. Durante estas ocho semanas se materializará la propuesta tecnológica mediante el diseño de la arquitectura de base de datos que almacenará perfiles de estudiantes, progreso académico y métricas de desarrollo emocional. Se desarrollará el *frontend* de la plataforma con interfaces intuitivas adaptadas para niños y padres, mientras se programa el *backend* robusto con APIs que conecten todos los módulos educativos. El diseño de interfaz de usuario priorizará la experiencia tanto de estudiantes como de educadores, incorporando elementos lúdicos y gamificación que mantengan el engagement. Se integrará un sistema de videoconferencias optimizado para clases virtuales interactivas, complementado con módulos educativos que incluyan ejercicios adaptativos, evaluaciones dinámicas y herramientas de seguimiento personalizado. Esta fase culmina con exhaustivas pruebas de funcionalidad y optimización de rendimiento para garantizar una experiencia fluida desde el lanzamiento.

Entre las semanas 15 y 22 se desarrollará la creación del ecosistema pedagógico mediante el diseño de contenidos educativos especializados. El proceso iniciará con la construcción del dashboard de rendimiento académico que permitirá a padres y educadores monitorear el progreso integral de cada niño en tiempo real. Se fabricarán herramientas educativas digitales innovadoras que incluyan simuladores, juegos educativos y ejercicios interactivos adaptados a diferentes estilos de aprendizaje. Se desarrollará el apartado de coaching emocional con metodologías respaldadas por psicología infantil, diseñando sesiones estructuradas para el desarrollo de inteligencia emocional. El sistema de "pantalla de sesiones lúdicas" incorporará insignias, rankings y recompensas que motiven el aprendizaje continuo a través de mecánicas de gamificación pedagógicamente fundamentadas. Se creará el perfil de docentes con sistema de valoraciones transparente que permita a las familias tomar decisiones informadas, complementado con protocolos de servicio que garanticen estándares de calidad consistentes en todas las interacciones educativas.

Las semanas 23 a 28 marcarán la construcción del equipo humano mediante un proceso riguroso de selección y formación especializada. El proceso iniciará con la selección de educadores EDUKIDS que combinen *expertise* académico con habilidades de conexión emocional con niños, seguido por el reclutamiento de psicólogos especializados en desarrollo infantil y terapia familiar. El programa de capacitación será exhaustivo, abarcando la metodología EDUKIDS que integra aprendizaje académico con desarrollo emocional, protocolos de comunicación efectiva con niños y padres, y dominio de las tecnologías educativas implementadas en la plataforma. La formación incluirá simulacros de sesiones educativas, manejo de situaciones emocionales complejas y técnicas de gamificación pedagógica, culminando con un proceso de certificación que garantice que cada miembro del equipo pedagógico domine tanto los aspectos técnicos como los valores fundamentales de EDUKIDS.

Las semanas 29 a 34 se dedicarán al lanzamiento estratégico y consolidación operativa de la plataforma. Se ejecutarán pruebas piloto con familias voluntarias seleccionadas para validar la experiencia completa en condiciones reales, ajustando procesos según *feedback* directo de usuarios. Los eventos pre-apertura incluirán webinars educativos gratuitos que demuestren la metodología EDUKIDS a padres interesados, generando expectativa y confianza en la propuesta educativa. La campaña en redes sociales educativas se activará con contenido de valor que posicione a EDUKIDS como referente en educación integral, mientras se ejecuta el lanzamiento oficial con clases magistrales abiertas que exhiban la calidad y innovación del servicio. Se implementará el programa de referidos "Comparte el Aprendizaje" que incentive el crecimiento orgánico mediante recompensas por recomendaciones exitosas, todo monitoreado a través de un sistema de métricas educativas que evalúe satisfacción familiar, progreso estudiantil y efectividad pedagógica en tiempo real.

La estructura organizacional de EDUKIDS combina excelencia pedagógica con

innovación tecnológica en cada punto de contacto educativo. El director ejecutivo lidera la visión estratégica integral, estableciendo alianzas con instituciones educativas, gestionando relaciones con inversionistas del sector *EdTech* y garantizando coherencia entre promesa educativa y ejecución pedagógica. El director académico actúa como arquitecto de la excelencia educativa, supervisando el desarrollo curricular, implementando metodologías de evaluación continua y coordinando con el equipo de psicólogos para garantizar el desarrollo integral de cada estudiante. El director tecnológico gestiona la infraestructura digital, optimiza la experiencia de usuario en la plataforma, implementa algoritmos de personalización del aprendizaje y lidera la innovación continua en herramientas educativas.

El director de experiencia familiar construye la conexión emocional con padres y estudiantes, desarrolla estrategias de comunicación efectivas, gestiona programas de acompañamiento familiar y lidera las iniciativas de *community building* que fortalezcan la comunidad educativa EDUKIDS. Esta estructura matricial permite respuestas ágiles ante las necesidades cambiantes de las familias mientras mantiene la coherencia pedagógica necesaria para construir una marca educativa sólida y confiable, garantizando que cada decisión contribuya a la transformación del desarrollo infantil mediante tecnología educativa, psicología aplicada y servicio de calidad. El plan de implementación se ve en la Tabla 32.

8.2. Conclusiones

La investigación demostró que el problema central del NSE B no es la falta de recursos económicos ni la ausencia de servicios educativos, sino la imposibilidad estructural de verificar el retorno de la inversión educativa. EDUKIDS resuelve esta problemática mediante su sistema de transparencia radical que incluye *dashboards* de monitoreo en tiempo real, reportes automatizados y certificaciones trimestrales. La disposición de pago del 90% de padres por un servicio con métricas verificables confirma que el mercado valora más la certeza sobre resultados que el precio mismo del servicio.

El modelo de tutorías personalizadas de EDUKIDS, sustentado en diagnósticos basados en el CNE B y evaluaciones mensuales de progreso, demostró ser un diferenciador clave frente a competidores que ofrecen refuerzo académico genérico. La validación con 220 padres confirmó que el 95% recomendaría el servicio, evidenciando que la personalización del aprendizaje según el ritmo, nivel y necesidades de cada estudiante responde directamente a una demanda insatisfecha del mercado educativo complementario.

La integración del acompañamiento socioemocional como componente central del servicio constituye la innovación incremental más valorada por el público objetivo. El 93% de padres encuestados valoró positivamente el soporte emocional ofrecido, confirmando que las familias del NSE B buscan una experiencia educativa que atienda simultáneamente la dimensión académica y el bienestar integral del estudiante. Este componente diferencia a EDUKIDS de la totalidad de competidores identificados en el análisis de mercado.

La plataforma digital de EDUKIDS, con sesiones virtuales interactivas y *dashboard* inteligente para padres, demostró ser viable tanto técnica como financieramente. El análisis financiero arrojó un VAN Financiero de S/4'245,709.24 y una TIR del 222.9%, superando ampliamente los márgenes del sector *EdTech*. Las simulaciones de Montecarlo con 5,000 iteraciones confirmaron la robustez del modelo con una disponibilidad de plataforma del 99.10% y cumplimiento de SLAs del 98.84%.

EDUKIDS genera un VAN Social de S/9'851,866, con un ratio de 2.41 respecto al VAN Financiero, demostrando que por cada sol de rentabilidad financiera se generan S/2.41 de valor social. El Índice de Relevancia Social alcanza un 80% en ODS 4 (Educación de Calidad) y 65% en ODS 10 (Reducción de Desigualdades), confirmando que la propuesta impacta de manera cuantificable sobre la totalidad de su público objetivo.

El proyecto demuestra que la innovación en educación no requiere tecnología disruptiva, sino la aplicación inteligente de herramientas existentes para resolver problemas

no abordados. La clasificación de EDUKIDS como innovación incremental, resultó estratégica para el NSE B, que busca soluciones confiables y mejoradas en tres ejes: producto (monitoreo, gamificación y soporte emocional), proceso (diagnósticos CNEB) y modelo de negocio (transparencia radical).

8.3. Recomendaciones

Se recomienda implementar un piloto controlado de tres meses con 100 familias del NSE B, documentando mejoras cuantitativas en competencias de matemáticas y comunicación según el CNEB. Este piloto debe generar evidencia empírica del impacto de las tutorías personalizadas, validando la promesa central de EDUKIDS de convertir la inversión educativa en resultados verificables.

Se recomienda desarrollar un protocolo estandarizado de evaluación socioemocional que permita medir el progreso del bienestar integral de los estudiantes trimestralmente, integrando los resultados al *dashboard* de padres. Este protocolo debe ser diseñado en colaboración con los 4 psicólogos en planilla para garantizar validez científica y diferenciación competitiva sostenida.

Se sugiere desarrollar el sistema de certificación trimestral que documente los avances en competencias, incluyendo comparativas con percentiles nacionales. Este sistema debe integrarse con WhatsApp para envío automático de reportes semanales, manteniendo la diferenciación competitiva basada en transparencia que justifica la disposición de pago del 90% de padres encuestados.

Se recomienda formalizar la alianza con el Banco BanBif para asegurar el financiamiento de S/119,805.00 al 10% anual mediante su programa Crédito Emprendedor, preparando las garantías y la firma del aval solidario de los cuatro socios para mantener la estructura de capital 80/20 proyectada y el WACC en 11.16%.

Se recomienda establecer alianzas estratégicas con colegios privados del NSE B para

ofrecer EDUKIDS como servicio complementario oficial, compartiendo el dashboard de progreso con docentes. Esta integración institucional legitimaría la plataforma, reduciría el CAC de S/45.83 y aceleraría el crecimiento hacia los 9,875 estudiantes proyectados para el quinto año, fortaleciendo la escalabilidad del modelo conforme al Exocanva.



Referencias

- Academia Estudia. (2025). *Clases virtuales expertos en nivelacion y reforzamiento escolar*.
Academia Estudia: <https://www.academia-estudia.com/>
- Albornoz, F., Torres, G., Lombardi, M., Oubiña, V., & Lobaton, P. (2025). Remote tutoring in Latin America. *Journal of Development Economics*, 179.
<https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2025.103687>
- Asociación de Colegios Particulares Amigos (Adecopa). (24 de 01 de 2025). *Colegios privados suben matrícula y pensiones a menor ritmo: las razones detrás*. Asociación de Colegios Particulares Amigos: <https://gestion.pe/economia/matricula-en-colegios-particulares-educacion-colegios-privados-suben-matricula-y-pensiones-a-menor-ritmo-las-razones-detras-noticia/>
- Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados (APEIM). (2024). *Niveles Socioeconómicos 2023-2024*. Lima: Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados. <https://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2024/01/APEIM-Informe-de-Niveles-Socioeconomicos-2023-2024-Version-WEB.pdf>
- Avelino, M., & Reyes, F. (2022). *Autoestima Y Rendimiento Académico En Los Estudiantes Del Quinto Año Del Colegio Nacional De Aplicación "Unheval"*. Repositorio Institucional UNHEVAL.
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (5 de 12 de 2023). *PISA 2022: ¿Cómo le fue a América Latina y el Caribe?* . Banco Interamericano de Desarrollo:
<https://blogs.iadb.org/educacion/es/pruebas-pisa-2022-america-latina-caribe/>
- Banco Mundial (BN). (23 de 06 de 2022). *El 70% de los niños de 10 años se encuentran actualmente en situación de pobreza de aprendizaje y no pueden leer ni comprender un texto sencillo*. Banco Mundial: <https://www.worldbank.org/en/news/press->

release/2022/06/23/70-of-10-year-olds-now-in-learning-poverty-unable-to-read-and-understand-a-simple-text

Banco Mundial (BN). (2024). *PIB del Perú*. Banco Mundial:

<https://tradingeconomics.com/peru/gdp>

Belmonte, L., Santiago, J., & Hernandez, A. (2022). Rendimiento académico percibido en función de la ocupación laboral de los padres. *Revista Complutense de Educación*, 33(2).

<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.5209/rced.74104>

Bray, M., & Ventura, A. (2024). Educación en la sombra en Latinoamérica: armando el rompecabezas. *Revista española de pedagogía*, 82(288), 193-220.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9732288>

Busso, K. (2021). *Estudio de mercado para la creación de una institución privada virtual alternativo: PHAWAY*. Repositorio de la Universidad Continental.

Christensen, C., Raynor, M., & McDonald, R. (2015, Diciembre). *What Is Disruptive Innovation?* <https://hbr.org/2015/12/what-is-disruptive-innovation>

El Comercio. (25 de 02 de 2024). *El 91 % de peruanos considera que la calidad educativa no ha mejorado durante el gobierno de Dina Boluarte*. El Comercio:

<https://www.infobae.com/peru/2024/02/25/el-91-de-peruanos-considera-que-la-calidad-educativa-no-ha-mejorado-durante-el-gobierno-de-dina-boluarte>

El Comercio. (23 de 01 de 2024). *Se reduce la preferencia por las clases virtuales pero aún es el triple que antes de pandemia*. El Comercio:

<https://gestion.pe/economia/empresas/sunedu-clases-virtuales-intenet-flanqueo-se-reduce-la-preferencia-por-las-clases-virtuales-pero-aun-es-el-triple-que-antes-de-pandemia-noticia/>

Faster Capital. (2025). *Mercado Educativo*. Faster Capital:

<https://fastercapital.com/es/palabra-clave/mercado->

- La República. (04 de 04 de 2023). *Aprendizajes perdidos: solo el 15% de los escolares de sexto grado dominan matemáticas*. La República:
<https://larepublica.pe/sociedad/2023/04/04/educacion-en-peru-aprendizajes-perdidos-solo-el-15-de-los-escolares-de-sexto-grado-dominan-matematicas-sutep-minedu-103132>
- Lorence, B., María, N., & José, S. (2024). Barreras en la cooperación entre familias y escuelas: una revisión sistemática. *Profesorado Revista de curriculum y formación del profesorado*, 28(1). <https://doi.org/10.30827/profesorado.v28i1.28356>
- Market Watch. (15 de Enero de 2025). *U.S. 5 Year Treasury Note*. marketwatch.com:
<https://www.marketwatch.com/investing/bond/tmubmusd05y/download-data?countrycode=bx>
- Ministerio de Economía y finanzas (MEF). (2021). *NOTA TÉCNICA PARA EL USO DE LOS PRECIOS SOCIALES EN LA EVALUACIÓN SOCIAL DE PROYECTOS DE INVERSIÓN*. Invierte.pe. mef.gob.pe:
https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/anexos/anexo2_RD006_2021EF6301.pdf
- Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). (2024). *Parámetros de Evaluación Social*.
https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/anexos/anexo11_directiva001_2019EF6301.pdf
- Ministerio de Educación (MINEDU). (2023). *Evaluación Muestral de Estudiantes 2022*.
Ministerio de Educación (MINEDU): <http://umc.minedu.gob.pe/resultadossem2022/>
- Ministerio de Educación (MINEDU). (04 de 04 de 2023). *Minedu: Evaluación de estudiantes en 2022 arroja resultados más bajos que en 2019*. Ministerio de Educación (MINEDU):
<https://www.expreso.com.pe/actualidad/minedu-evaluacion-de-estudiantes-en-2022-arroja-resultados-mas-bajos-que-en-2019-noticia/941021/>

Ministerio de Educación (MINEDU). (09 de 12 de 2024). *INFORME FINAL DE REFUERZO ESCOLAR 2024*. Ministerio de Educación:

<https://es.scribd.com/document/802839846/INFORME-FINAL-DE-REFUERZO-ESCOLAR-2024>

Ministerio de Educación(MINEDU). (10 de 10 de 2021). *Orientación para la evaluación de competencias de estudiantes de la educación básica en el marco de la emergencia sanitaria de la COVID-19.Resolución ministerial 193*. Ministerio de Educación: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1364676/RVM%20N%C2%B0%20193-2020-MINEDU.pdf.pdf>

Ministerio de Salud (MINSA). (4 de Febrero de 2025). *Estadística Poblacional*.

[minsa.gob.pe: https://www.minsa.gob.pe/reunis/data/poblacion_estimada.asp](https://www.minsa.gob.pe/reunis/data/poblacion_estimada.asp)

Morales, M., Mena, Y., & Rodriguez, N. (2024). EXPERIENCIAS DEL AUSENTISMO PARENTAL EN EL RENDIMIENTO ACADÉMICO ESCOLAR DE LOS NIÑOS Y NIÑAS DE BÁSICA PRIMARIA DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DEL MUNICIPIO DE SANTA ROSA DEL SUR DE BOLÍVAR. *Revista de Educacion y Comunicacion en la Sociedad del Conocimiento*, 24(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.30827/eticanet.v24i1.29239>

Murillo, J., & Duk, C. (2020). El Covid-19 y las Brechas Educativas. *Revista latinoamericana de educación inclusiva*, 14(1). <https://doi.org/10.4067/S0718-73782020000100011>

Naciones Unidas (UN). (2017). *Objetivos de Desarrollo Sostenible y metas de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. <https://unstats.un.org/sdgs/indicators/indicators-list/>

Nistal, M., Orlicki, E., Saenz, L., & Volman, V. (2024). *Índice de Resultados Escolares: documento metodológico*. Observatorio de Argentinos por la Educación.

- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (24 de Mayo de 2022). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. un.org: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura(UNESCO). (2022). *Transformar la enseñanza desde dentro*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000383002_spa
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura(UNESCO). (2023). *Aprendiendo*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura: <https://www.education-progress.org/en/articles/learning>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos(OCDE). (2022). *Panorama de la educación Indicadores de la OCDE*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos: <chrome-extension://efaidnbmninnibpcajpcgclcfndmkaj/https://stecyl.net/wp-content/uploads/2022/10/Panorama-de-la-Educacion-OCDE2022-Esp.pdf>
- OSIPTEL. (18 de 10 de 2024). *Los servicios de telecomunicaciones en los hogares peruanos. Encuesta Residencial de Servicios de Telecomunicaciones (ERESTEL) 2023*. OSIPTEL: <https://repositorio.osiptel.gob.pe/handle/20.500.12630/936>
- Osterwalder, A., Smith, A., Papadacos, P., Bernarda, G., & Pigneur, Y. (2015). *Diseñando la propuesta de valor*. Deusto. <https://tiendadigital.planetadelibros.com.pe/reader/disenando-la-propuesta-de-valor-1725661417?location=eyJjaGFwdGVySHJlZi6InBhZ2UyNDAlLCJjZmkiOiIvNC8yLzJbSW1hZ2VDb250YWluZXIyNDBdLzIifQ==>
- Pages Stern. (Enero de 2025). *Betas by Sector (US)*. pages.stern: https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

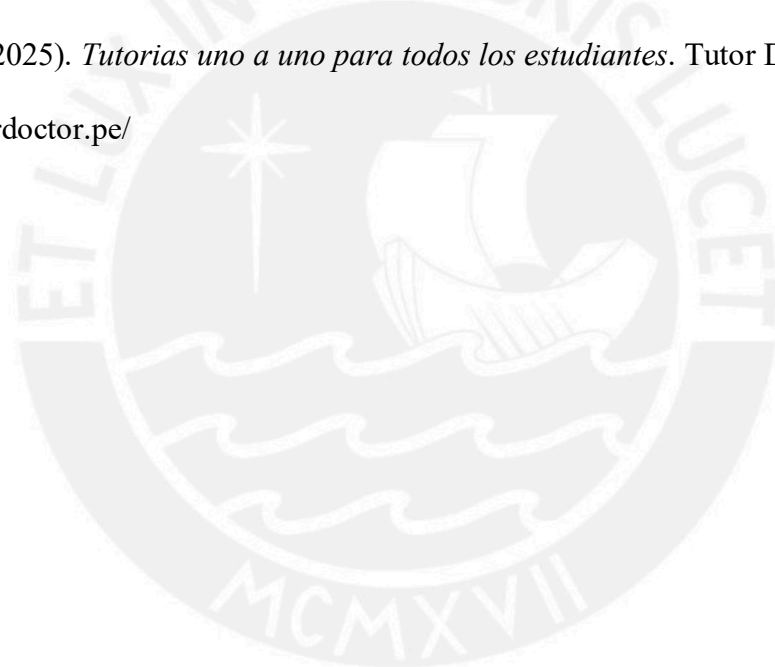
- Pages Stern Nyu. (2025 de Enero de 2025). *Country Default Spreads and Risk Premiums*.
pages.stern.nyu.edu:
https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/ctryprem.html
- Park, G., & Kim, J. (2023). Parental involvement and academic achievement of adolescents: The mediating roles of school adjustment. *School Psychology International*, 45(4), 447–462. <https://doi.org/10.1177/01430343231207134>
- Patrinos, H. (2024). Estimación del rendimiento de la escolarización utilizando la ecuación de Mincer. *IZA World of Labor*. <https://doi.org/10.15185/izawol.278.v2>
- Perú 21. (04 de 04 de 2023). *Rendimiento escolar es más bajo que en 2019*. Perú 21:
<https://peru21.pe/lima/rendimiento-escolar-es-mas-bajo-que-en-2019-20230403233519>
- Pro Academy. (2025). *Clases de refuerzo escolar para secundaria, nivel pre Universitario y Universitario, 100% virtual*. Pro Academy: <https://proacademy.com.pe/>
- Ramos, A., & Montoya, L. (2024). Evaluating Investment Risks in LATAM AI Startups: Ranking of Investment Potential and Framework for Valuation. *arXiv*, 2-21.
<https://doi.org/10.48550/arXiv.2410.03552>
- Santander. (17 de Diciembre de 2021). *Tam Sam Som: cómo calcular el tamaño de mercado*. santanderopenacademy.com: <https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/tam-sam-som.html>
- Shi, C., Agbaku, C. A., & Fan, Z. (2021). ¿Cómo perciben las altas esferas las Cinco Fuerzas de Porter? Evidencia del emprendimiento estratégico en China. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.649574>
- Superprof. (2025). *Clases particulares de apoyo escolar*. Superprof:
<https://www.superprof.pe/clases/apoyo-escolar/peru/>
- Sycomore Asset Management (SAM). (25 de 01 de 2023). *Crecimiento del sector educativo: mayor demanda, nuevas competencias y fuerte inversión en EdTech*. Sycomore Asset

Management: <https://www.fundssociety.com/es/opinion/crecimiento-del-sector-educativo-mayor-demanda-nuevas-competencias-y-fuerte-inversion-en-edtech/#:~:text=Ahora%20se%20espera%20que%20esta,asequibilidad%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20permanente>.

SYDLE. (09 de Noviembre de 2023). *Tipos de innovación: ¿cuáles son y cómo aplicarlos en tu empresa?* SYDLE: <https://www.sydle.com/es/blog/tipos-de-innovacion-619541bf351e93287c42a7de>

Tribal. (27 de Octubre de 2021). *3 métodos para determinar el tamaño de mercado: ejemplo ilustrado*. tribal.mx: <https://www.tribal.mx/blog/tamano-de-mercado>

Tutor Doctor. (2025). *Tutorías uno a uno para todos los estudiantes*. Tutor Doctor: <https://tutordocor.pe/>



Apéndices

Apéndice A: Entrevistas de Clientes Potenciales de EDUKIDS

Tabla A.1

Nº	Entrevistas/ Preguntas	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Entrevistado 5	Entrevistado 6	Entrevistado 7	Entrevistado 8	Entrevistado 9	Entrevistado 10	Entrevistado 11	Entrevistado 12	Entrevistado 13
1	Experiencia educativa de su hijo/a	Ha sido una experiencia con altibajos. Al inicio fue difícil adaptarse a la nueva rutina, pero con el tiempo mi hija ha ido desarrollando hábitos de estudio.	Me parece muy bien enseñanza estricta.	Mi hija es independiente ya que yo trabajo yo la apoyo con lo que me pida.	Ha sido un poco complicado	Ha sido un poco complicado	Hasta ahora todo súper bien.	Han mejorado su nivel ya que viene de un colegio estatal.	En realidad, buena, nunca he tenido problemas en el nivel académico.	Regular.	Buena porque ve que la pequeña está aprendiendo.	Si es buena hace un momento.	Una bonita experiencia con más comunicación.	Se siente bien.
1.1	Grado y recorrido escolar	Esta en 3ro de secundaria. En los primeros años tuvo un poco de dificultad para concentrarse, pero con el apoyo de sus profesores y en casa, ha mejorado bastante.	Segundo de secundaria, un poco complicado, pero lo estamos logrando	En segundo de secundaria por lo que he observado mi hija ha mejorado con su responsabilidad.	En tercer grado de primaria ha sido casi normal.	Segundo de primaria, no del todo bien.	Primero de primaria, al principio con temor, pero ahora mejor.	Cuarto grado B, ha ido avanzando desde el primer grado.	Sexto primaria, buena.	3A regular.	Cuarto a desde 5 años se encuentra en la IE.	Quinto B está bien (matemática dificultad).	Sexto grado muy bueno.	Segundo B lento.
2	Situaciones en que le han generado preocupación en la educación de su hijo/a	Fue durante la pandemia cuando las clases eran virtuales. Sentí que no aprendía igual. También que a veces cambiaban de profesora	En la dificultad de adaptarse en la enseñanza	Hasta ahora ninguna situación me ha preocupado.	La manera de evaluar a los alumnos en una misma sección	Sobre la falta de empatía sobre su dificultad de hablar.	Los nuevos cursos, al principio.	Falta que complete la comprensión en los temas en matemáticas ya que estaba en un nivel muy bajo.	Creo que la mayor preocupación que tengo es en lo emocional.	La conducta de los compañeros.	Cuando observa que siente frustración no puede resolver algún problema o ejercicio(mate).	En el área de matemáticas.	Ninguna.	Su aprendizaje.
3	Curso donde su hijo/a ha tenido dificultades	Si, ha tenido dificultad con matemática.	Si en matemática y lenguaje.	No, ninguno.	Si.	No.	Por el momento no.	En matemática y algebra específicamente.	Si, mi hija tiene dificultad en letras, por eso siempre busco ayuda.	No.	En el área de matemáticas.	Matemática.	No.	Comunicación.
3.1	Experiencia del curso que tuvo dificultad y cómo la ha manejado	Le costaba mucho, decidimos hacer más ejercicio en casa.	Un poco difícil estando pendiente de ella y apoyando al día a día.	Ninguna experiencia.	Ha sido que otros compañeros no hacen lo mismo y él ve que es más fácil y quiere hacer lo mismo lo he manejado hablando con él.	Todo bien.	Hasta el momento todo bien	Con práctica y apoyo de su profesora.	Con profesores particulares que la refuercen.	Con profesores particulares que la refuercen.	Al ver la frustración en la pequeña trata de buscar soluciones con un profesor particular.	Falta de entendimiento se comunicó con la profesora.	Explicándole las cosas del por qué.	Cuando no puedo realizar las tareas, ayudándolo.
4	Apoyo en las tareas y estudios de su hijo/a en casa	acompañarlo todos los días después de trabajar. Le reviso sus tareas y lo ayudo si tiene dudas	Una rutina de estudio consistente guiándolo para que encuentre las respuestas por sí mismo	Ella es independiente con sus cosas yo la apoyo con lo que me pida	Hemos puesto empeño y dedicación.	Algunas tareas solo lo realiza el en su mayoría.	Reforzando lo de la clase.	Ha sido algo difícil, pero lo está superando.	Yo le ayudo en las tareas.	Autónomo.	dándole el tiempo para apoyarla en casa.	La madre de familia le enseña el primo (inglés).	Le dedico más tiempo.	Diario lo apoyó.
4.1	Encargado del apoyo de tareas en su familia	Yo me encargo principalmente a veces también su mamá	Su tía.	Ella misma se encarga de sus estudios por lo que trabajo no puedo ayudarla con sus tareas	La mamá.	Su madre.	Hemos decidido que este año de mamá.	Soy su mamá y quién apoyan las tareas.	Yo.	Mamá.	El papá.	Mamá.	Yo mamá.	Yo la mamá.
5	Tiempo para apoyar a su hijo/a con sus estudios	1 hora diaria a veces más si tiene exámenes o tareas más largas.	He tenido y tengo que estar a diario con ella.	Por lo que trabajo no puedo ayudarla con sus tareas	El tiempo que es necesario yo sé que su educación es lo principal.	Como más de dos o tres horas en ocasiones un poco más.	Lo necesario para las tareas.	Interdiario por falta de tiempo ya que trabajo fuera	Dos horas diarias.	Dos horas diarias	Tres o cuatro horas diarias.	Una hora diaria.	Más de 4 horas.	Todo el día.
5.1	Siente que es suficiente	A veces sí, pero otras siento que faltaría poder dedicarle más tiempo o buscar refuerzo adicional. Aun así, creo que lo impactante es la constancia	A veces no mucho.	Si	Nada es suficiente siempre no quiero ir al mejor para su hijo.	No aún nos falta más.	Por ahora sí.	Pienso que debo dedicarle más tiempo.	Si, ya que siento que cumple con lo reglamentado.	No es suficiente.	No, pero es el tiempo que se para y dispone para ella.	No.	No.	No.
6	Aspectos del sistema educativo que le generen frustración como padre/madre	A veces le falta la comunicación clara entre profesores y padres y el exceso de tareas.	Adaptación	El pago de algunas deudas.	Me genera frustración la manera de juntar a los alumnos en un mismo salón sin tener la misma capacidad y aprendizaje.	Ninguna.	No tenemos ninguna observación.	Estoy conforme.	Que aún trabajen con papelotes.	Tareas y exámenes.	Recarga de tareas.	Ninguna.	No saber interpretar las lecturas.	No querer trabajar solo mis niños.
6.2	Cambios que haría del sistema educativo	Sí que el enfoque sea más práctico y que se priorice el aprendizaje real más que las calificaciones.	Hasta el momento todo bien.	Por ahora no.	Si que se evalúen a todos por igual.	Que sea más comprensivos cuando un niño tiene alguna dificultad.	Por el momento no.	Clases de reforzamiento.	Mayor proyección, aulas de ciencias.	Cámaras (seguridad).	Por el momento no.	Ausencia de la tutoría alumnos sin supervisión.	Ayudar a leer más.	El ambiente más amplio.
7	Dificultades en matemáticas o lectura y estrategias que ha probado	Le he comprado cuadernos de trabajo usamos videos educativos y practicamos juntos.	Bastante práctica, actividades.	Por lo que veo ella no tiene dificultades.	Me puesto más empeño y reforzado el tema con ejercicios.	Poner.	Reforzar por las tardes, prácticas.	Usar videos o imágenes en internet.	YouTube, buscar ayuda con refuerzos.	Quitarle el juego como sanción.	Buscar un profesor para asesorarla.	Enseñanza particular.	Por medio de juegos didácticos.	A hacerle más prácticas.
7.1	Resultados obtenidos de las estrategias	Ha mejorado, aunque aún necesita refuerzo	No ha sido a la perfección, pero ahí vamos	Mejoramiento de la responsabilidad.	Ha mejorado.	Muy buenos.	Mejoras poco a poco.	Buenos.	Buenos.	Positivos	Si ha logrado mejorar su aprendizaje.	Ha mejorado su rendimiento.	Buenos.	Si.
8	Momentos de estrés familiar por el rendimiento académico de su hijo/a	Si cuando a veces deja demasiados trabajos o tareas y exámenes	Si	No.	No.	No.	Por el momento, es un proceso poco a poco.	Si, cuando no obtiene buenas calificaciones.	No.	No para nada.	Si.	Si con su esposo.	Si.	Si.
8.1	Cómo lo maneja	Tratando de mantener la calma y organizar mejor los tiempos de casa	Tratar de estar tranquila y pensar que es por el bien de mi hija.	No presento momentos de estrés con el rendimiento académico	No presento momentos de estrés con el rendimiento académico	Bien	Solo reforzar y paciencia.	Traté de ver la solución al problema.	No presento momentos de estrés con el rendimiento académico	No presento momentos de estrés con el rendimiento académico	Tratar de ir a su ritmo y no elegirla demasiado.	Ha conversado por el bienestar.	Tratando de calmarme y no perder la paciencia.	Conversándolo.
9	Apoyo educativo externo para su hijo/a (profesores particulares, academias, cursos online)	Por el momento no.	Si.	No.	Si.	No	Al principio sí, pero lo dejamos suficiente y el colegio.	Profesores particulares.	Si, profesor particular, CEMTA bueno.	No.	Profesor particular.	Si.	No.	Si.
9.1	Experiencia de apoyo educativo	No saben cómo fue la experiencia, que no han utilizado apoyo educativo externo	Aprendió un poco más.	No saben cómo fue la experiencia, que no han utilizado apoyo educativo externo	Mejor entendimiento del tema.	No sabían cómo fue la experiencia, que no han utilizado apoyo educativo externo	En un comienzo era necesario, pero poco a poco se dejó.	Elevó su rendimiento ya que mejoró su comprensión.	Buena, ya que reforzó más.	No saben cómo fue la experiencia, que no han utilizado apoyo educativo externo	Si ve el progreso.	Buena.	No saben cómo fue la experiencia, que no han utilizado apoyo educativo externo	No muy adecuado.
10	Aspectos importantes evaluando el apoyo educativo (ubicación, precio, metodología, horarios, etc.)	La ubicación metodología y horarios	Metodología y horarios.	En la ubicación porque así puedo estar con ella ya que está cerca de mi trabajo.	Ubicación	No tuvo.	Metodología.	La ubicación ya que está cerca del colegio la metodología y manejo de los horarios.	Metodología, horarios.	Psicólogo.	La ubicación.	Al precio y horario.	Psicólogo.	Psicólogo.
11	Comunicación y el seguimiento del progreso de su hijo/a en los servicios educativos que ha experimentado	Regular algunos profesores se informan otros no dan mucho detalle.	Ha mejorado bastante en su aprendizaje.	Siempre ha destacado con sus notas	Bueno.	No hubo seguimiento	Con la miss y los demás excelente hasta ahora.	Siempre estoy en comunicación por medio del grupo.	Muy buena.	Positivo	Lento, pero progresivo.	Regular.	No hubo seguimiento	No hay apoyo.
11.1	Qué ha funcionado y qué no	Funciona bien cuando hay reuniones frecuentes o grupos de WhatsApp lo que no funciona es la falta de retroalimentación clara.	Funcionó en todos los aspectos.	La comunicación funciona, que no apoyen todos los padres no funciona.	Poco seguimiento	La comunicación funciona, que no apoyen todos los padres no funciona.	La comunicación funciona que no apoyen todos los padres no funciona.	Siempre hay una comunicación personal.	Educativo bueno, psicológico faltó.	Poco seguimiento	La comunicación funciona, que no apoyen todos los padres no funciona.	Apoyo de forma particular.	Poco seguimiento	Falta de seguimiento a mi hijo.
12	Disposición a invertir mensualmente en apoyo educativo de calidad para su hijo/a	Hasta 100 soles si es necesario siempre que sea efectivo y con buenos resultados.	La inversión sería necesaria para que pueda avanzar más.	Yo estaría dispuesta a invertir 100 soles.	Lo que sea necesario.	Según el grado de enseñanza de educación al alumno.	Lo necesario.	Lo que esté a mi alcance ya que deseo lo mejor para mi hija.	Inicial: 250 primaria: 230-500.	Está dispuesta a invertir en educación de su hijo.	Lo necesario.	Semanal 100 soles.	Primero vería cuál es la situación difícil en aprendizaje.	Yo estaría dispuesta a invertir 100 soles.
13	Apoyo educativo ideal que le hubiera gustado tener para su hijo/a	Un lugar donde se refuerza lo aprendido en clase con atención personalizada y acompañamiento emocional.	Tener más adaptación física materiales y tecnológicos.	Un estudio más avanzado.	Más personalizada.	Personalizado.	Hasta el momento estamos satisfechos.	Que siempre estén dispuestos los profesores a apoyar en lo que necesita.	Tuve buen apoyo ahora más con su nuevo colegio.	Más personalizada.	De momento bien.	Ayuda psicológica (no está bien emocionalmente).	Hasta el momento lo veo muy bien.	Teniendo un espacio para una condición de mi hijo y la docente preparada para los niños.
14	Objetivos o metas que se ha planteado para los próximos 2-3 años a nivel educativo	Que logre un buen aprendizaje	Que continúen institución educativa y pueda desarrollar más sus habilidades cotidianas.	Hacer que estudia una carrera universitaria.	Que siempre sea mejor y que siempre se sigue esforzando.	Ser buen orador y proactivo.	Que pueda ser una alumna autodidacta.	Que logre todo lo necesario para su desarrollo completo. Aprenda lo que se le está enseñando.	Que mi hija acabé el colegio e ingresé rápido a la UNI.	14. Tiene buen rendimiento.	Que sigue progresando en lo académico.	Mejores matemáticas y comunicación.	Que sigan siendo perseverante en sus estudios.	Seguir en el colegio.
15	Identificación del grado de funcionalidad del apoyo educativo para su hijo/a	Cuando entiende mejor los temas.	Si	Cuando veo que saca buenas notas.	En algunos temas se siente mejor.	Bien.	Si, en todo aspecto.	Por qué ha mejorado en el orden el cumplimiento de las tareas.	Simulacros en la tarde exámenes pre-uni.	Cuando entiendo mejor los temas.	Viendo el Progreso.	Por su rendimiento.	Por la mejoría en sus calificaciones.	Cuando mi hijo logra su aprendizaje.
15.1	Cambios que valora	La confianza en sí mismo.	La responsabilidad y puntualidad	Su responsabilidad y su independencia por ella misma.	Casi todo es igual.	Su aprendizaje en ciertas materias.	El interés del colegio.	La responsabilidad, la puntualidad, el orden.	Lo importante es preguntarle al hijo cómo le fue en su día.	La disciplina	El esfuerzo	Le pone más interés en el cumplimiento de sus tareas.	La puntualidad y la tolerancia.	Paciencia y dedicación.
16	Importancia del desarrollo emocional y social de su hijo/a junto con el académico	Muchísimo necesita sentirse seguro querido y valorado.	El bienestar general de un niño	La importancia de esto es clave para llevar un crecimiento integral y saludable en los niños.	Todo es importante yo que se debe sentir bien.	En su residencia emocional.	Super importante.	Ya conoce a sus compañeros y no tiene problemas en socializar con ellos.	Un niño con amor e interés del padre puede manejar su nivel económico ordenado.	Si usted tranquilo en casa.	Priorizar el lado académico y social.	La parte emocional va a la par con el académico.	Ayuda a desarrollarse.	Es importante para el mejoramiento de su entorno social.
17	Necesidades educativas de su hijo/a que considere importante compartir	Si que cada uno aprenda a su ritmo a veces se necesita más paciencia y apoyo emocional que exige resultados	No	Por ahora no.	Si, como dije si están en una misma sección se deben evaluar a todos por igual ya que ellos se dan cuenta de las diferencias entre uno y otro.	Más exposiciones y educación en computación.	No	El apoyo con los temas que son algo difíciles de comprender en álgebra matemática y comunicación (Gramática).	Como comentaba lo emocional, aprendí que los adolescentes están sujetos a la comparación y repetir patrones.	Infraestructura (espacio) y la seguridad	No.	Talleres para trabajar con psicología talleres de matemáticas	Inculcarlo más a las lecturas.	Habilitar un área y espacio para los niños con necesidades.

Consenso de las Entrevistas

Tabla A.

Momento	Pregunta	Resumen
Momento 1: Experiencia educativa actual	1. Cuénteme sobre la experiencia educativa que ha vivido con su hijo/a hasta ahora.	En la pregunta 'Cuénteme sobre la experiencia educativa que ha vivido con su hijo/a hasta ahora', las respuestas más comunes reflejaron una percepción favorable de la experiencia educativa, destacando avances, satisfacción general o ausencia de problemas (6/13); reconocer mejoras en el aprendizaje o adaptación respecto a etapas anteriores (2/13); menciona dificultades (2/13); como la enseñanza estricta o la autonomía del hijo/a (2/13); y calificar la experiencia como "regular" (1/13).
	1.1 ¿En qué grado está y cómo ha sido este recorrido escolar?	Las respuestas más recurrentes fueron estudiantes en sexto grado de primaria, en su mayoría destacando avances y buen desempeño (3/13); estudiantes en segundo grado, con dificultades en el proceso o avances moderados (2/13); estudiantes en cuarto grado, quienes muestran avance(3/13); estudiantes en segundo y tercero de secundaria, con menciones de esfuerzo compartido y mejoras en responsabilidad (2/13); estudiantes en tercero de primaria, con experiencias mayormente estables (1/13); estudiantes en primero de primaria, con mención de temor inicial (1/13); y estudiantes en quinto grado, con observaciones específicas sobre dificultades en matemáticas (1/13).
	2. ¿Qué situaciones o momentos en la educación de su hijo/a le han generado más preocupación hasta ahora?	Las respuestas más recurrentes fue la preocupación por matemáticas, ya sea por bajo rendimiento, dificultad de comprensión o frustración (4/13); falta de preocupaciones significativas, lo que refleja una percepción de estabilidad en el proceso educativo (2/13); dificultades durante la pandemia, especialmente por la modalidad virtual y el cambio frecuente de docentes (1/13); ámbito emocional, como la frustración o el impacto en el bienestar del estudiante (2/13); aspectos pedagógicos como la forma de evaluación o la dificultad para adaptarse a la enseñanza (2/13); y preocupación por factores sociales o de convivencia, como la falta de empatía ante una dificultad del estudiante (2/13).
Momento 2: Dificultades experimentadas	3. ¿Ha experimentado situaciones donde su hijo/a ha tenido dificultades en algún curso específico?	En la pregunta '¿Ha experimentado situaciones donde su hijo/a ha tenido dificultades en algún curso específico?', las respuestas más recurrentes fueron dificultades en el área de matemáticas, mencionada tanto de forma general como específica (álgebra), lo que la posiciona como el curso con más desafíos para los estudiantes (5/13); reportes de no haber tenido dificultades en ningún curso, lo que refleja un desempeño estable o percepción de normalidad (5/13); dificultades en el área de comunicación o lenguaje, incluyendo lectura y escritura (2/13); y mención general de haber tenido dificultades sin especificar el curso, lo que indica una preocupación poco detallada (1/13).
	3.1 ¿Cuál ha sido esa experiencia y cómo la ha manejado?	Las respuestas más recurrentes fueron recurrir al apoyo desde casa, ya sea con ejercicios adicionales, acompañamiento constante o explicaciones directas por parte del adulto (5/13); buscar profesores particulares o refuerzos personalizados para superar las dificultades académicas (5/13); resolver situaciones mediante el diálogo con el estudiante para corregir actitudes o motivarlo (2/13); y no haber experimentado dificultades significativas (1/13).
	4. ¿Cómo ha manejado el apoyo en las tareas y estudios de su hijo/a en casa?	Las respuestas más recurrentes fueron acompañar diariamente al hijo/a en sus tareas, revisando lo que hace, resolviendo dudas y mostrando una presencia activa en el proceso escolar (5/13); fomentar la autonomía, permitiendo que el niño/a realice sus actividades por sí mismo/a y brindando apoyo solo cuando lo solicita (3/13); establecer rutinas o reforzar los contenidos vistos en clase como estrategia de seguimiento académico (2/13); dedicar más tiempo o adaptar la dinámica familiar para brindar apoyo (2/13); y recurrir al apoyo de otro miembro del hogar, como un primo, para reforzar áreas específicas (1/13).
Momento 3: Limitaciones y frustraciones vividas	4.1 ¿Quién se encarga principalmente de esto en su familia?	En la pregunta '¿Quién se encarga principalmente de esto en su familia?', las respuestas más recurrentes señalaron a la madre como la principal responsable del acompañamiento en tareas y estudios, (8/10); seguido por el padre o ambos padres compartiendo la responsabilidad, aunque en menor frecuencia (3/10); también se mencionó a otros familiares como la tía, (1/10); y casos donde el propio estudiante asume la responsabilidad de sus estudios, generalmente debido a la jornada laboral de los padres (1/10).
	5. En su experiencia diaria, ¿cuánto tiempo ha logrado dedicar realmente a apoyar a su hijo/a con sus estudios?	En la pregunta 'En su experiencia diaria, ¿cuánto tiempo ha logrado dedicar realmente a apoyar a su hijo/a con sus estudios?', las respuestas más recurrentes fueron dedicar entre una y dos horas diarias al acompañamiento escolar, lo que representa un esfuerzo constante dentro de la rutina familiar (5/13); destinar más de dos horas diarias, incluyendo casos que superan las tres o incluso cuatro horas, lo que refleja un alto nivel de involucramiento (4/13); brindar apoyo inter diario o limitado por razones laborales, ajustando el tiempo disponible según las circunstancias (2/13); y señalar que el tiempo dedicado depende de la carga académica, como tareas o exámenes, sin una cantidad fija (2/13).
	5.1 ¿Siente que es suficiente?	Se observa que en relación con la pregunta "¿Siente que es suficiente?", las respuestas más comunes fueron, no es suficiente, falta más esfuerzo o tiempo (7/13); a veces sí, pero otras no, depende de ciertos factores (3/13); y sí, es suficiente por ahora (3/13). Las señales reportadas reflejan que la percepción de insuficiencia está asociada a la falta de tiempo, la necesidad de refuerzo adicional o el deseo de brindar lo mejor posible. En cambio, quienes consideran que es suficiente valoran la constancia o el cumplimiento de lo reglamentado como factores clave.
Momento 4: Estrategias probadas e impacto emocional	6. ¿Qué aspectos del sistema educativo actual ha experimentado que le generen frustración como padre/madre?	Las respuestas más comunes fueron la sobrecarga de tareas y evaluaciones (4/13); la falta de adaptación o personalización (2/13); y la falta de comunicación o metodologías anticuadas (2/13), el uso de papalotes, problemas de lectura y desmotivación para trabajar solos (1/13 cada uno). Un grupo significativo indicó no tener observaciones (3/13).
	5.2 ¿Hay algo que quisiera que fuera diferente?	En la pregunta "¿Hay algo que quisiera que fuera diferente?", las respuestas más comunes fueron no tener cambios o estar conformes con lo actual (4/13); sugerencias de mejora en la infraestructura, seguridad o ambiente (3/13); y solicitudes de un enfoque más justo, práctico o personalizado en el aprendizaje (3/13). Otras menciones incluyeron la necesidad de clases de reforzamiento, más apoyo en lectura y mayor supervisión estudiantil (1/13 cada una). Las señales reportadas reflejan un interés por mejorar la calidad del entorno educativo, fomentar el aprendizaje significativo y asegurar la equidad en el trato y evaluación de los estudiantes.
	7. Cuando su hijo/a ha tenido dificultades en matemáticas o lectura, ¿qué estrategias ha probado?	Frente a la pregunta "Cuando su hijo/a ha tenido dificultades en matemáticas o lectura, ¿qué estrategias ha probado?", muchos padres optaron por reforzar en casa con ejercicios y práctica constante (5/13). Otros recurrieron a videos educativos o recursos digitales (3/13) y algunos buscaron apoyo externo como clases particulares (2/13). También se mencionaron juegos didácticos, sanciones y, en un caso, que no hubo dificultades. Las respuestas reflejan un esfuerzo por combinar distintas herramientas para apoyar el aprendizaje.
Momento 5: Experiencias con apoyo externo	7.1 ¿Cuáles han sido los resultados?	Respecto a la pregunta "¿Cuáles han sido los resultados?", la mayoría de padres reportó mejoras en el aprendizaje o rendimiento académico (6/13). También se mencionaron resultados positivos o buenos en general (5/13). En menor medida, se indicaron progresos graduales o que aún se requiere refuerzo (2/13). En conjunto, las respuestas evidencian una percepción favorable hacia las estrategias aplicadas, aunque con conciencia de que el proceso de mejora es continuo.
	8. ¿Ha experimentado momentos de estrés o tensión familiar relacionados con el rendimiento académico de su hijo/a?	Ante la pregunta "¿Ha experimentado momentos de estrés o tensión familiar relacionados con el rendimiento académico de su hijo/a?", la mayoría respondió afirmativamente (8/13), mencionando causas como la sobrecarga de tareas, exámenes o bajas calificaciones. En contraste, (5/13) padres indicaron no haber experimentado este tipo de tensión. Las respuestas reflejan que, si bien varios hogares enfrentan momentos de presión académica, existe también un grupo que mantiene estabilidad emocional frente al desempeño escolar.
	8.1 ¿Cómo lo ha manejado?	La mayoría de padres señaló haber enfrentado el estrés académico mediante la calma, la conversación y la paciencia (5/13). Otros mencionaron estrategias como organizar mejor los tiempos, reforzar contenidos o adaptarse al ritmo del niño (4/13) y no presentar momentos de este por rendimiento académico (4/13). En general, las respuestas evidencian una disposición a manejar el estrés de forma reflexiva y centrada en el bienestar del menor.
Momento 6: Experiencias en la toma de decisiones	9. ¿Ha buscado o utilizado algún tipo de apoyo educativo externo para su hijo/a? (profesores particulares, academias, cursos online)	Al abordar la pregunta "¿Ha buscado o utilizado algún tipo de apoyo educativo externo para su hijo/a?", se observa que (7/13) padres sí han recurrido a refuerzos como profesores particulares, academias o plataformas como CEMTA. En tanto, (6/13) padres indicaron no haber buscado apoyo externo, aunque uno de ellos mencionó que lo hizo en un inicio. Las respuestas muestran una división equilibrada, donde parte de los padres apuesta por reforzar el aprendizaje más allá del colegio, mientras otros consideran suficiente lo que brinda la institución.
	9.1 ¿Cómo fue esa experiencia?	Respecto a la pregunta "¿Cómo fue esa experiencia?", la mayoría de padres que accedieron a apoyo externo la calificó como positiva, destacando mejoras en comprensión, rendimiento y progreso académico (6/13). Algunos comentaron que fue útil al inicio, pero luego dejaron de necesitarla (1/13), mientras que una respuesta reflejó insatisfacción con la experiencia (1/13) y personas que no han utilizado apoyo educativo externo, por lo que no saben cómo fue la experiencia (5/13).
Momento 7: Experiencias de comunicación y seguimiento	10. En su experiencia buscando o evaluando apoyo educativo para su hijo/a, ¿qué aspectos han resultado ser más importantes para usted en la realidad? (ubicación, precio, metodología, horarios, etc.)	Ante la pregunta "¿Qué aspectos han resultado ser más importantes al buscar apoyo educativo?", las respuestas más mencionadas fueron la metodología y horarios (4/13), ubicación (4/13), el precio (1/13) y cuentan con un psicólogo (1/13). También se hizo referencia al acompañamiento psicológico (3/13).
	11. En los servicios educativos que ha experimentado, ¿cómo ha sido la comunicación y el seguimiento del progreso de su hijo/a?	Respecto a la comunicación y el seguimiento en los servicios educativos de su hijo, los padres han respondido que hay buena comunicación y seguimiento positivo (8/13), regular (2/13), No hay apoyo (1/13), No hubo seguimiento del progreso (2/13)
Momento 8: Experiencias de inversión y expectativas	11.1 ¿Qué ha funcionado y qué no?	Las respuestas más frecuentes señalan que la comunicación institucional es valorada, pero limitada por la falta de colaboración entre padres (4/13), y también por la escasa retroalimentación o seguimiento al estudiante (4/13). Algunos padres reportan experiencias positivas sin mayores problemas (2/13), mientras que otros mencionan déficit en el soporte emocional (3/13)
	12. En su experiencia, ¿cuánto ha invertido o estaría dispuesto a invertir mensualmente en apoyo educativo de calidad para su hijo/a?	Frente a la pregunta "¿Cuánto ha invertido o estaría dispuesto a invertir mensualmente en apoyo educativo de calidad para su hijo/a?", varios padres indicaron montos específicos, siendo los más comunes S/100 (3/13) y rangos entre S/230 y S/500 (2/13). Otro grupo manifestó estar dispuesto a invertir lo que sea necesario o lo que esté a su alcance, sin precisar cifras concretas (8/13). En conjunto, las respuestas reflejan una alta disposición a invertir en educación de calidad, con énfasis en la efectividad de los resultados y el avance del estudiante.
Momento 9: Experiencias y objetivos desarrollados	13. Basándose en todas sus experiencias, ¿cómo sería el apoyo educativo ideal que le hubiera gustado tener para su hijo/a?	La mayoría de padres considera ideal un apoyo educativo personalizado que integre refuerzo académico, atención emocional y acompañamiento docente cercano (4/13). También resaltan la importancia de una educación inclusiva y flexible y personalizada (4/13). Otros se sienten satisfechos con el servicio actual (3/13), mientras algunos prefieren un modelo más exigente o avanzado (2/13).
	14. A partir de toda su experiencia educativa con su hijo/a, ¿cuáles son los objetivos o metas que se ha planteado para los próximos 2-3 años?	Los padres priorizan como meta principal para los próximos años que sus hijos mantengan un buen desempeño académico y continúen esforzándose (5/13). También aspiran a que accedan a estudios superiores (2/13) y desarrollen habilidades personales como autonomía o liderazgo (2/13). Otros se enfocan en un desarrollo integral que combine lo académico con lo emocional y cotidiano (2/13). Finalmente, se mencionan metas específicas en áreas como matemáticas y comunicación (1/13) o la permanencia en la misma institución (1/13).
Momento 10: Experiencias de medición de resultados	15. En su experiencia, ¿cómo ha identificado que un apoyo educativo realmente está funcionando para su hijo/a?	Los padres identifican que un apoyo educativo está funcionando principalmente cuando notan mejoras en el rendimiento académico o calificaciones (4/13) y cuando su hijo/a comprende mejor los temas o logra un aprendizaje más claro (3/13). Otros indicadores incluyen progreso general (2/13), mayor orden y responsabilidad (1/13), y participación en espacios de preparación específica (1/13). Dos respuestas fueron afirmativas, pero sin detalle.
	15.1 ¿Qué cambios ha aprendido a valorar?	Los padres valoran principalmente cambios en la conducta y formación de hábitos, especialmente en responsabilidad, puntualidad y orden (4/13), otros el esfuerzo, la disciplina y el interés académico (4/13). También aprecian avances en el desarrollo emocional, como la confianza, la paciencia y la tolerancia (3/13), el progreso en el aprendizaje académico y la comunicación familiar (2/13), indico que no ha notado cambios (1/13).
Momento 11: Experiencia con desarrollo integral	16. En su experiencia como padre/madre, ¿qué importancia ha descubierto que tiene el desarrollo emocional y social de su hijo/a junto con el académico?	La mayoría de padres reconoce que el desarrollo emocional y social es tan importante como el académico, siendo considerado clave para un crecimiento integral (5/13), ambos aspectos deben trabajarse en conjunto o en equilibrio (3/13). También se valora su influencia en la capacidad de socializar y formar vínculos (2/13), así como el papel del entorno familiar como base del bienestar emocional (2/13). Solo una respuesta fue ambigua.
	17. Basándose en toda su experiencia, ¿hay algo más sobre las necesidades educativas de su hijo/a que considere importante compartir?	Los padres resaltan como necesidades adicionales el respeto por el ritmo de aprendizaje y apoyo emocional (2/13), una evaluación más equitativa (1/13), refuerzo en áreas específicas como matemáticas y comunicación (1/13), y talleres complementarios (1/13). También se menciona la necesidad de fomento de la lectura (1/13), educación en tecnología y expresión oral (1/13), y mejoras en infraestructura y seguridad (2/13). Finalmente, 4 de 13 padres no agregaron observaciones. En conjunto, se valora una educación más personalizada, equitativa e inclusiva.

Apéndice B: Encuesta aplicada a Potenciales Clientes

Resumen de 214 encuestas

1. Edad

Edad	Frec.	%
25-30 años	40	19%
31-35 años	64	30%
36-40 años	60	28%
Más de 40 años	50	23%
Total	214	100%

2. Zona de residencia

Zona de residencia	Frec.	%
Callao	4	2%
Lima Centro	24	11%
Lima Este	128	60%
Lima noroeste	6	3%
Lima Norte	18	8%
Lima Sur	18	8%
San Juan de Lurigancho	16	7%
Total	214	100%

3. Ingresos familiares mensuales

Ingresos familiares mensuales	Frec.	%
S/4,000 - S/6,000	12	6%
S/2,500 - S/4,000	28	13%
Menos de S/2,500	152	71%
Mas de S/6000	22	10%
Total	214	100%

4. Ocupación del tutor

Ocupación del tutor	Frec.	%
Albañil	2	1%
Alquiler	2	1%
Ama de casa	12	6%
Cajera	2	1%
Clínica Dental	2	1%
Cobrador	2	1%
Comerciante/Empresario PYME	36	17%
Costurera	2	1%
Empleado en empresa privada	86	40%
Empleado público	24	11%
Estructuras metálicas	2	1%
Pintor automotriz	2	1%
Profesional independiente	36	17%
Teleoperador	2	1%
Vendedor en campo	2	1%
Total	214	100%

5. N° de hijos en edad escolar (8-12 años)

N° de hijos en edad escolar (8-12 años)	Frec.	%
1 hijo	128	60%
2 hijos	66	31%
3 hijos	14	7%
Más de 3 hijos	6	3%
Total	214	100%

6. Tipo de colegio

Tipo de colegio	Frec.	%
Colegio estatal	14	7%
Colegio privado	200	93%
Total	214	100%

7. Inversión mensual en educación complementaria

Inversión mensual en educación complementaria	Frec.	%
S/50 - S/120	14	7%
S/300 - S/450	26	12%
S/200 - S/300	64	30%
S/120 - S/200	38	18%
Más de S/450	72	34%
Total	214	100%

8. Principales dificultades académicas de su hijo

Principales dificultades académicas de su hijo	Frec.	%
Ciencias	14	7%
Comunicación/Lenguaje	16	7%
Concentración y atención	64	30%
Inglés	30	14%
Matemáticas	42	20%
No presenta dificultades significativas	48	22%
Total	214	100%

9. Su hijo recibe refuerzo académico extracurricular

Su hijo recibe refuerzo académico extracurricular	Frec.	%
No, no lo considero necesario	32	15%
No, pero me gustaría que recibiera	136	64%
Sí, clases particulares presenciales	38	18%
Sí, clases virtuales	8	4%
Total	214	100%

10. Satisfacción con el rendimiento académico actual de su hijo

Satisfacción con el rendimiento académico actual de su hijo	Frec.	%
Insatisfecho	10	5%
Moderadamente satisfecho	76	36%
Satisfecho	84	39%
Muy satisfecho	44	21%
Total	214	100%

11. Mayor necesidad educativa de su hijo

Mayor necesidad educativa de su hijo	Frec.	%
Desarrollo de confianza y autoestima	56	26%
Mejores hábitos de estudio	34	16%
Motivación para aprender	28	13%
Opción 7	8	4%
Preparación para el futuro académico	38	18%
Refuerzo en materias específicas	50	23%
Total	214	100%

12. Acceso a dispositivos tecnológicos para su hijo

Acceso a dispositivos tecnológicos para su hijo	Frec.	%
Acceso limitado	48	22%
Comparte dispositivos familiares	86	40%
Sí, tiene su propia tablet/computadora	80	38%
Total	214	100%

13. Opinión de las clases virtuales para niños de primaria

Opinión de las clases virtuales para niños de primaria	Frec.	%
Muy efectivas, prefiero modalidad virtual	6	3%
Efectivas como complemento presencial	46	21%
Poco efectivas, prefiero solo presencial	162	76%
Total	214	100%

14. Horas semanales que dedica a apoyar académicamente a su hijo

Horas semanales que dedica a apoyar académicamente a su hijo	Frec.	%
Menos de 2 horas	66	31%
2-4 horas	114	53%
5-8 horas	24	11%
Más de 8 horas	10	5%
Total	214	100%

15. Nivel de importancia considera el desarrollo socioemocional de su hijo junto con lo académico

Nivel de importancia considera el desarrollo socioemocional de su hijo junto con lo académico	Frec.	%
Extremadamente importante	88	41%
Moderadamente importante	10	5%
Muy importante	116	54%
Total	214	100%

16. Su hijo ha mostrado señales de estrés o ansiedad relacionadas con el colegio

Su hijo ha mostrado señales de estrés o ansiedad relacionadas con el colegio	Frec.	%
Frecuentemente	20	9%
Ocasionalmente	92	43%
Rara vez	66	31%
Nunca	36	17%
Total	214	100%

17. Metodología educativa considera más efectiva para su hijo

Metodología educativa considera más efectiva para su hijo	Frec.	%
Aprendizaje a través de juegos	58	27%
Combinación de varias metodologías	86	40%
Enseñanza tradicional (explicación y práctica)	44	21%
Proyectos prácticos y experimentación	26	12%
Total	214	100%

18. Inversión mensual en una plataforma educativa híbrida para su hijo

Inversión mensual en una plataforma educativa híbrida para su hijo	Frec.	%
Más de S/280	6	3%
S/220 - S/280	18	8%
S/170 - S/220	42	20%
S/120 - S/170	132	62%
S/80 - S/120	16	7%
Total	214	100%

19. Modalidad de aprendizaje preferiría para su hijo

Modalidad de aprendizaje preferiría para su hijo	Frec.	%
Híbrida: combinación virtual y presencial	70	33%
Solo presencial en centros cercanos	142	66%
Solo virtual desde casa	2	1%
Total	214	100%

20. Importancia de poder monitorear el progreso de su hijo en tiempo real

Importancia de poder monitorear el progreso de su hijo en tiempo real	Frec.	%
Poco importante	2	1%
Moderadamente importante	10	5%
Muy importante	124	58%
Extremadamente importante	78	36%
Total	214	100%

21. Factores importantes al elegir refuerzo académico para su hijo

Factores importantes al elegir refuerzo académico para su hijo	Frec.	%
Calidad de los profesores	80	37%
Horarios flexibles	10	5%
Metodología innovadora	70	33%
Precio accesible	22	10%
Resultados comprobados	32	15%
Total	214	100%

22. Medios donde se informa sobre servicios educativos

Medios donde se informa sobre servicios educativos	Frec.	%
Facebook	22	10%
Recomendación de profesores	50	23%
Recomendaciones de otros padres	76	36%
WhatsApp grupos de padres	66	31%
Total	214	100%

23. Con cuánta anticipación suele planificar servicios educativos complementarios

Con cuánta anticipación suele planificar servicios educativos complementarios	Frec.	%
Al inicio de cada bimestre	32	15%
Al inicio del año escolar	82	38%
Cuando tengo tiempo disponible	24	11%
Cuando veo dificultades académicas	76	36%
Total	214	100%

24. Características de EduKids le resultan más atractivas

Características de EduKids le resultan más atractivas	Frec.	%
Aprendizaje a través de juegos y proyectos	64	30%
Combinación de clases virtuales y presenciales	28	13%
Enfoque en desarrollo emocional del niño	42	19%
Panel de monitoreo para padres en tiempo real	10	5%
Sesiones presenciales en colegios cercanos	40	19%
Tutorías personalizadas según necesidades	30	14%
Total	214	100%

25. Plan de EduKids considera más adecuado para su niño

Plan de EduKids considera más adecuado para su niño	Frec.	%
Plan Semilla (S/120): 4 sesiones virtuales	46	21%
Plan Crecer (S/150): 6 virtuales	80	37%
Plan Avanza (S/200): 8 virtuales	48	22%
Ninguno me interesa en este momento	40	19%
Total	214	100%

26. Qué tan dispuesto estaría a probar EduKids para su hijo

Qué tan dispuesto estaría a probar EduKids para su hijo	Frec.	%
Extremadamente dispuesto, lo contrataría inmediatamente	8	4%
Moderadamente dispuesto, necesito más información	74	35%
Muy dispuesto, me gustaría una prueba gratuita	72	34%
Poco dispuesto, tengo dudas sobre el concepto	46	21%
Nada dispuesto, no me interesa	14	6%
Total	214	100%

27. Principal preocupación al considerar EduKids

Principal preocupación al considerar EduKids	Frec.	%
Desconfianza en nuevas plataformas educativas	26	12%
Dudas sobre la efectividad de clases virtuales	64	30%
El precio es elevado para mi presupuesto	62	29%
Falta de tiempo para acompañar el proceso	40	19%
Preferencia por métodos tradicionales	22	10%
Total	214	100%

28. Aspecto adicional le gustaría que EduKids incluyera

Aspecto adicional le gustaría que EduKids incluyera	Frec.	%
Metodología y Contenido Educativo	70	33%
Modalidad de Enseñanza	42	20%
Información y Transparencia	30	14%
Apoyo Psicológico y Emocional	32	15%
Aspectos Tecnológicos	16	7%
Sin Interés/No Conoce el Servicio	24	11%
Total	214	100%

Apéndice C: Entrevistas para Feedback de Producto Básico de EDUKIDS

Tabla C.1

Nº	Entrevistados/ Preguntas	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Entrevistado 5	Entrevistado 6	Entrevistado 7	Entrevistado 8	Entrevistado 9	Entrevistado 10	Entrevistado 11	Entrevistado 12	Entrevistado 13	Entrevistado 14
1	Aspectos más atractivos de la plataforma EduKids según la percepción inicial del usuario.	La plataforma es intuitiva y parece muy fácil de acceso.	A mí me parece más atractivo el <i>dashboard</i> de rendimiento académico.	Pantalla de perfil de docentes, valoraciones.	La accesibilidad, las interfaces atractivas y calidad de educación.	Me parece más atractivo la pantalla de perfil de docente valoraciones.	Diseño de la plataforma muy llamativa.	Lo fácil que es su uso y el bajo costo para el avance de los niños.	Fueron las sesiones lúdicas y conocer el de ayudar de rendimiento académico.	Para mí me pareció más interesante la pantalla del perfil de docentes.	Pantalla de coaching emocional.	Después del rendimiento académico porque me permite llevar el control de rendimiento académico.	El diseño es fácil de usar y la pantalla de coaching emocional.	Pantalla de docente.	La pantalla de sesiones lúdicas porque es muy interactiva para el estudiante.
2	Elementos percibidos como diferenciadores frente a otras alternativas educativas.	No puedo opinar ya que no he tenido la oportunidad de conocer otro aplicativo.	Me parece más diferencial la pantalla de sesiones lúdicas con insignias y rankings.	No he conocido otros programas, me parece interesante Edukids.	La obtención de logros y la forma de elegir un curso.	Creo que la facilidad de poder navegar en la plataforma.	Respecto a la pantalla de cochina emocional muy poco se ve en otras plataformas.	Quiero ser unos tienen fácil acceso desde cosas para poder seguir aprendiendo tanto personal como pregrabados. Muy buena idea, algunos se pueden sentir mal y que ofrezcan acompañamiento emocional libera su mente y los ayuda a concentrarse mejor.	El que no tienen otras plataformas de estudio es la pantalla de coaching emocional e intención de recompensas.	No he tenido la oportunidad de conocer otra plataforma me parece interesante Edukids.	Fácil acceso a la plataforma.	No tengo conocimiento de otras plataformas es por ello que no puedo hacer comparación.	El <i>dashboard</i> de rendimiento académico y de pantalla de perfil de docente.	No conoces otra plataforma.	Las facilidades de la navegación.
3	Valoración de la importancia del acompañamiento emocional junto al refuerzo académico.	Es muy importante que el acompañamiento o emocional sea incluido en la plataforma.	Me parece una propuesta interesante ya que el aspecto emocional es importante en el transcurso académico.	Está bien ya que nos puede ayudar como padres saber sus emociones.	Muy importante, ya que ayuda a calmar el estrés.	Es importante Ya que ayude a mi pequeño a poder desarrollarse mejor en todo aspecto de la vida.	Muy importante acompañarlos emocionalmente.	Muy importante acompañamiento emocional libera su mente y los ayuda a concentrarse mejor.	Me parece genial, ya que motiva también a tener un balance de sus emociones.	Me parece muy bueno ya que sería mejor en su rendimiento académico.	Me parece interesante y así puedo hacer reforzamiento a mi hijo.	Es muy importante, ya que si mi hijo está bien emocionalmente podrá tener mejor rendimiento académico.	Muy importante ya que otras plataformas no tienen esa opción.	Muy bueno así aprender el alumno mejor.	Muy importante, ayuda al rendimiento del estudiante.
4	Preferencias sobre la forma y frecuencia de los reportes de progreso académico y emocional.	El informe de Progreso que sea semanal por WhatsApp	Mediante un límite de nota inferior cada 15 días por WhatsApp	Que mida de forma quincenal por WhatsApp	Me gustaría que fuera semanal por WhatsApp	Me gustaría que fuera semanal por WhatsApp	Constantemente para estar el día de sus posibles emociones.	Me gustaría que me envíen el correo o al WhatsApp semanalmente.	Semanal y por WhatsApp para ver el avance del niño.	Semanal y por WhatsApp para ver el avance del niño	Me gustaría que me informe cada 15 días por WhatsApp	Me gustaría que me informen semanalmente y por WhatsApp	Que sea permanente y los reportes me sean enviados semanalmente para saber la parte emocional de mi hijo.	Información diaria cómo va el avance.	Medición constante.
5	Características deseadas en una clase ideal para sus hijos dentro de la plataforma.	Que sea divertida interactiva muy lúdica con docentes capacitados y que los niños no se aburran.	Con fácil acceso y mucha interacción con los docentes.	Que sea dinámico.	Explicación del tema, ejercicios prácticos, refuerzo y retroalimentación.	Didáctica y entretenida.	Charla en diversión y aprendizaje.	Explicación fácil de entender según edad de mi hijo con ejemplos y opción que le hagan preguntas.	Que sea no solo una plataforma interactiva sino con clases en vivos y refuerzos semanales.	Que haya mucha interacción y sea didáctico para que aprendan mucho más fácil.	Que sean clases dinámicas e interactivas.	Que sea interactivo y clases en vivo.	Que sea personalizado, con profesores capacitados y las clases sean en vivo.	Que enseñe diversas formas y dinámicas.	Con docentes capacitados.
6	Relevancia atribuida a los elementos lúdicos (avatares, recompensas, juegos) en el aprendizaje.	Es una buena opción que tengo recompensas y juegos de acuerdo a la edad de cada alumno.	Me parece interesante para ver si los niños se motivan a conseguir esos logros.	Sobre las recompensas incentivas a los pequeños.	Mucho ya que la obtención de recompensas motiva al niño a querer responder correctamente, así fomentando la lectura del tema.	Me parece importante.	Interesante así tendrá motivación de alcanzar algo.	Me parece interesante más que todo en las recompensas o juegos que así los niños ponen su propio indicio de una manera divertida.	Es sumamente relevante porque motiva y genera desafíos constantes en el aprendizaje autodidacta.	Me parece bien ya que el niño puede distraerse Y es más didáctico.	Me parece relevante que los niños se motivan para obtener los premios.	Es muy importante Ya que ayuda mucho para el aprendizaje.	Muy importante Ya que motiva y reta a mi hijo a completar las actividades propuestas para poder obtener su recompensa.	Bueno para que siga aprendiendo y divirtiéndose.	Muy relevante.
7	Percepción sobre la adecuación y accesibilidad del precio del servicio.	El precio me parece accesible y para la opción que ofrece está bien.	Me parece un poco elevado ya que hay aplicaciones gratuitas que también ofrecen servicios similares.	Está bien el precio.	Un poco excesivo el precio ya que hay contenido gratuito más atractivo en internet.	Me parece aceptable.	Algo cómodo y accesible.	Sí es un precio accesible considerando lo que ofrece.	Para el contenido completo sí.	Es considerable el precio.	Es accesible.	Me parece un precio accesible.	El precio es accesible.	Sí.	Es accesible económicamente.
8	Preferencia entre apoyo en tareas diarias o enfoque en reforzamiento general, con su justificación.	Creo que solo deben enfocarse en una sola propuesta para que pueda hacerlo bien.	Un reforzamiento general para que entienda el curso bien y no solo problemas específicos.	Enfocarse en reforzamiento general y tareas escolares por el tema de trabajo.	Solo en reforzamiento general ya que se brinda apoyo escolar el niño, no va a querer investigar	Sí porque sí puedo medir el rendimiento académico de mi pequeño.	Las tareas interdiarias ayudan a reforzar lo aprendido.	Reforzamiento general ya que puede que el proceso no sea el mismo que enseñe el profesor en clase.	Considero que debe tener todos esos enfoques de acuerdo a las necesidades del alumno.	Reforzamiento general ya que nosotros como padres debemos enseñar a nuestros hijos.	Me gustarían también que enseñen tareas.	Me gustaría que incluyan también tareas ya que no hay tiempo para apoyar a mi hijo.	Brinden apoyo en tareas, ya que no tengo mucho tiempo para poder hacer las tareas.	Incluir tareas escolares.	Sí, para el mejor entendimiento de los temas.
9	Grado de claridad percibido sobre el funcionamiento de la plataforma.	Que tengan una demostración real para poder dar una mejor opinión.	Hasta ahora tengo todo claro cómo funcionan los Edukids.	Sí, todo claro.	Todo claro.	No.	Todo bien.	No.	No, todo lo tengo claro.	Lo tengo entendido.	Me quedó todo muy claro.	Tengo todo claro.	Deberían tener el aplicativo para poder interactuar y poder dar la apreciación.	Entendí todo.	No.
10	Sugerencias de mejora, cambios o añadidos que los usuarios consideran importantes.	Sugiero que sea fácil de acceder y poder interactuar intuitivamente para que mi hijo pueda hacerlo solo.	Clases en vivo para que resuelvan dudas puntuales y preguntas que puedan salir sobre los temas.	Hasta ahora todo bien, ya que no había escuchado de otras aplicaciones.	Un precio más cómodo.	No	Poder charlar o hablar con los usuarios que practican.	Diría que no, yo lo veo bien y completa ante otras plataformas escolares.	El interactuar con otras personas que estudian en otros países y la implementación del inglés junto al español.	Todo conforme.	Que sea amigable la plataforma para que el niño pueda entrar a la plataforma.	Para mí está todo adecuado mientras se cumpla lo ofrecido.	El diseño de las letras sea más grande donde mi hijo pueda leer e interactuar con facilidad.	Que tenga conexión con WhatsApp.	Estoy conforme con la plataforma.

Consenso de las Entrevistas

Tabla C2.

Pregunta	Resumen
1. Luego de conocer la propuesta de Edukids ¿qué aspectos te resultaron más atractivos de la plataforma?	Analizando la pregunta ¿Qué aspectos te resultaron más atractivos de la plataforma? los participantes coincidieron en la pantalla de perfil del docente con valoraciones (4/14); el <i>dashboard</i> o control de rendimiento académico (3/14); el diseño intuitivo, facilidad de uso y accesibilidad (3/14); seguidos por la pantalla de coaching emocional (2/14), las sesiones lúdicas interactivas (2/14), y el bajo costo en relación con el avance académico (1/14).
2. ¿Qué aspectos de la propuesta considera diferenciadores frente a otras alternativas educativas?	En cuanto a la pregunta sobre los aspectos diferenciadores de EduKids, los participantes indicaron la facilidad de navegación y acceso (3/14), la pantalla de coaching emocional (2/14), las sesiones lúdicas con insignias y rankings (1/14), la obtención de logros y forma de elegir cursos (1/14), y el <i>dashboard</i> de rendimiento académico junto al perfil docente (1/14). Sin embargo, (6/14) entrevistados indicaron no conocer otras plataformas educativas, por lo que no pudieron establecer comparaciones.
3. ¿Qué tan importante le parece que EduKids ofrezca acompañamiento emocional además del refuerzo académico?	En cuanto a la pregunta sobre qué tan importante les parece que EduKids ofrezca acompañamiento emocional además del refuerzo académico, la mayoría de los participantes lo consideró muy importante (9/14); resaltando su impacto positivo en el rendimiento académico (4/14), el manejo del estrés y las emociones (2/14), y el desarrollo integral del niño (2/14). Las señales reportadas reflejan una alta valoración del componente emocional como parte esencial de una educación efectiva y equilibrada.
4. ¿Cómo le gustaría que EduKids mida y le informe sobre el progreso académico y emocional de su hijo/a?	Respecto a ¿Cómo le gustaría que EduKids mida y le informe sobre el progreso académico y emocional de su hijo/a? se identificaron como respuestas las siguientes: principalmente prefieren reportes semanales y por WhatsApp (8/14); seguidos por informes quincenales y por WhatsApp (3/14), también se mencionó la preferencia por una medición constante o permanente (3/14), incluyendo incluso reportes diarios.
5. ¿Cómo se imagina una clase ideal en EduKids para su hijo/a?	En cuanto a la pregunta sobre cómo se imaginan una clase ideal en EduKids, los participantes destacaron principalmente que sea interactiva, dinámica y lúdica (6/14); seguida por la presencia de docentes capacitados (3/14); y la inclusión de clases en vivo (2/14). También se valoró que haya explicaciones claras con ejemplos y retroalimentación (2/14) y que la plataforma tenga fácil acceso para el niño (1/14).
6. ¿Qué tan relevante le parece que EduKids integre elementos lúdicos como avatares, recompensas o juegos en el aprendizaje?	Sobre el tema relevancia que EduKids integre elementos lúdicos como avatares, recompensas o juegos en el aprendizaje, se resaltan como más mencionadas que es muy relevante o importante (8/14); porque motiva, incentiva y reta al niño a aprender (5/14); y permite que el proceso sea más didáctico, divertido y adecuado a su edad (1/14).
7. ¿Qué percepción tiene sobre los precios del servicio de EduKids? ¿Lo consideraría adecuado?	Considerando la pregunta percepción sobre los precios del servicio de EduKids, la mayoría de los participantes consideró que el precio es accesible o adecuado (10/14); mientras que algunos lo calificaron como aceptable o considerable (2/14); y una minoría lo percibió como algo elevado en comparación con opciones gratuitas (2/14).
8. ¿Considera que EduKids debería incluir apoyo en tareas escolares diarias o enfocarse en reforzamiento general? ¿Por qué?	Al explorar la pregunta ¿Considera que EduKids debería incluir apoyo en tareas escolares diarias o enfocarse en reforzamiento general?, los participantes se dividieron entre quienes prefieren que se enfoque en reforzamiento general (6/14), ya que así se logra una mejor comprensión integral del curso sin interferir con lo trabajado en clase; y quienes consideran importante incluir también apoyo en tareas escolares (6/14), principalmente por la falta de tiempo de los padres y otros propusieron que la plataforma se adapte a ambas opciones según las necesidades del alumno (2/14).
9. ¿Hay algo que no le haya quedado del todo claro sobre cómo funciona EduKids?	En relación con ¿Hay algo que no le haya quedado del todo claro sobre cómo funciona EduKids? la mayoría de los participantes indicó que todo les quedó claro (11/14); mientras que una minoría señaló que sería útil contar con una demostración real o aplicativo interactivo (2/14) para comprender mejor su funcionamiento y emitir una opinión más precisa. Solo un participante expresó una duda general sin mayor detalle (1/14)
10. Si pudiera cambiar, agregar o mejorar algo en la propuesta de EduKids, ¿qué sugeriría?	Para si pudiera cambiar, agregar o mejorar algo en la propuesta de EduKids, ¿qué sugeriría?, los participantes propusieron principalmente mejoras en la usabilidad y accesibilidad para los niños (3/14), como diseño más intuitivo, letras más grandes y facilidad de navegación. También sugirieron incorporar clases en vivo para resolver dudas puntuales (1/14), interacción entre estudiantes (2/14), conexión con WhatsApp (1/14), contenido bilingüe (inglés/español) (1/14) y un precio más accesible (1/14). Sin embargo, una parte significativa (5/14) indicó que no cambiaría nada o que está conforme con la propuesta actual.

Apéndice D: Tercera Iteración al cliente potencial de EDUKIDS (220 encuestados)**1. ¿Qué tan atractiva te resulta la propuesta integral de EduKids (refuerzo académico, soporte emocional, enfoque lúdico y seguimiento personalizado)?**

- Muy atractiva: 126 personas (57%)
- Atractiva: 75 personas (34%)
- Neutral: 15 personas (7%)
- Poco atractiva: 3 personas (1%)
- Nada atractiva: 1 persona (1%)

2. ¿Qué tan valioso consideras los reportes semanales vía WhatsApp?

- Muy valioso: 140 personas (64%)
- Valioso: 64 personas (29%)
- Neutral: 12 personas (5%)
- Poco valioso: 3 personas (1%)
- Nada valioso: 1 persona (1%)

3. ¿Qué tan clara te resulta la estructura y navegación de la web?

- Muy clara: 108 personas (49%)
- Clara: 88 personas (40%)
- Neutral: 18 personas (8%)
- Poco clara: 4 personas (2%)
- Nada clara: 2 personas (1%)

4. ¿Cómo valoras el servicio adicional de apoyo en tareas?

- Muy valiosa: 135 personas (61%)
- Valiosa: 68 personas (31%)
- Neutral: 13 personas (6%)
- Poco valiosa: 3 personas (1%)
- Nada valiosa: 1 persona (1%)

5. ¿Qué tan relevantes son las sesiones uno a uno con tutores?

- Muy relevantes: 154 personas (70%)
- Relevantes: 55 personas (25%)
- Neutral: 8 personas (4%)
- Poco relevantes: 2 personas (1%)
- Nada relevantes: 1 persona (0%)

6. ¿Hay alguna función que consideres innecesaria o que no usarías? (Pregunta Abierta)

- Sin funciones innecesarias: 176 personas (80%)
- Sugieren optimizar interfaz: 22 personas (10%)
- Consideran excesivos algunos reportes: 13 personas (6%)

- Otras sugerencias menores: 9 personas (4%)

7. ¿Cómo calificarías tu experiencia con el prototipo de Edukids?

- Excelente: 132 personas (60%)
- Buena: 75 personas (34%)
- Regular: 10 personas (5%)
- Mala: 2 personas (1%)
- Muy mala: 1 persona (0%)

8. En una escala del 1 al 10, ¿qué tan útil consideras que sería Edukids para el reforzamiento de tu hijo?

- Puntuación 10: 101 personas (46%)
- Puntuación 9: 70 personas (32%)
- Puntuación 8: 33 personas (15%)
- Puntuación 7: 11 personas (5%)
- Puntuación 6 o menor: 5 personas (2%)

Pregunta 9: ¿Qué tan probable es que recomiendes EduKids?

- Muy probable: 152 personas (69%)
- Probable: 57 personas (26%)
- Neutral: 8 personas (4%)
- Poco probable: 2 personas (1%)
- Nada probable: 1 persona (0%)

Pregunta 10: ¿Tienes alguna sugerencia final para mejorar Edukids antes de su lanzamiento?

- Satisfechos sin sugerencias: 110 personas (50%)
- Mejoras en gamificación: 33 personas (15%)
- Más opciones de horarios: 31 personas (14%)
- Integración con colegios: 24 personas (11%)
- Precios más competitivos: 15 personas (7%)
- Otras sugerencias: 7 personas (3%)

Apéndice E: Tarjetas de pruebas de Hipótesis

Figura E.1

Tarjeta de pruebas

@Strategyzer

EDUKIDS

Grupo 1

25/02/2025

PASO 1: HIPÓTESIS

H1. Creemos que

los padres de familia valoran el reforzamiento académico personalizado de Edukids para sus hijos en edad escolar (6 a 12 años).

▲ ▲ ▲

PASO 2: PRUEBA

Para comprobarlo, haremos

220 encuestas a clientes potenciales



PASO 3: MÉTRICA

Y mediremos

- Porcentaje de padres que consideran muy útil el reforzamiento académico de Edukids



PASO 4: CRITERIOS

Tendremos razón si

más del 70% de los encuestados valoran positivamente el reforzamiento académico personalizado como necesidad prioritaria para sus hijos en edad escolar.

Figura E.2

Tarjeta de pruebas @Strategyzer

EDUKIDS 25/02/2025
Grupo 1

PASO 1: HIPÓTESIS

H2. Creemos que
los padres valoran poder monitorear el progreso académico y socioemocional de sus hijos a través de dashboard detallados y certificaciones digitales. ▲ ▲ ▲

PASO 2: PRUEBA

Para comprobarlo, haremos
220 encuestas a clientes potenciales


PASO 3: MÉTRICA

Y mediremos
- Nivel de valoración otorgado al seguimiento del progreso académico


PASO 4: CRITERIOS

Tendremos razón si
más del 75% de los encuestados considera "muy valioso" o "valioso" el monitoreo detallado del progreso académico y socioemocional.

Figura E.3

Tarjeta de pruebas

@Strategyzer

EDUKIDS
Grupo 1

25/02/2025

PASO 1: HIPÓTESIS

H3. Creemos que

los padres sienten satisfacción por sesiones con tutores especializados, valorando significativamente la calidad y especialización del docente.

▲ ▲ ▲

PASO 2: PRUEBA

Para comprobarlo, haremos

220 encuestas a clientes potenciales



PASO 3: MÉTRICA

Y mediremos

- Nivel de valoración con tutores especializados vs. tutores generales

○ ○ ○

PASO 4: CRITERIOS

Tendremos razón si

más del 75% de los encuestados valora la especialización del tutor como factor determinante en su satisfacción con el servicio educativo.

Figura E.4

Tarjeta de pruebas

@Strategyzer

EDUKIDS

Grupo 1

25/02/2025

PASO 1: HIPÓTESIS

H4. Creemos que

los padres les gusta brindar una propuesta educativa completa (refuerzo académico, soporte emocional, enfoque lúdico y seguimiento personalizado) como un valor emocional importante en su decisión de compra.

▲ ▲ ▲

PASO 2: PRUEBA

Para comprobarlo, haremos

220 encuestas a clientes potenciales

■■ ■■ ■■

PASO 3: MÉTRICA

Y mediremos

- Nivel de atracción reportado al brindar educación integral a sus hijos
- Valoración de la propuesta educativa completa vs. servicios fragmentados

○ ○ ○

PASO 4: CRITERIOS

Tendremos razón si

más del 70% de los encuestados considera atractivo y valora el poder brindar una propuesta educativa integral a sus hijos.

Figura E.5

Tarjeta de pruebas

@Strategyzer

EDUKIDS
25/02/2025

Grupo 1

PASO 1: HIPÓTESIS

H5. Creemos que


los padres están dispuestos a pagar entre S/120-S/240 mensuales por una plataforma educativa que combine sesiones virtuales, tutorías grupales y acompañamiento socioemocional.

▲ ▲ ▲

PASO 2: PRUEBA

Para comprobarlo, haremos


214 encuestas a clientes potenciales



PASO 3: MÉTRICA

Y mediremos

- Disposición a pagar en el rango S/120-S/240 mensuales



PASO 4: CRITERIOS

Tendremos razón si

más del 70% de los encuestados está dispuesto a pagar dentro del rango S/120-S/240 mensuales por una plataforma educativa integral.

Figura E.6

Tarjeta de pruebas

@Strategyzer

EDUKIDS
Grupo 1

25/02/2025

PASO 1: HIPÓTESIS

H6. Creemos que

los padres valoran significativamente servicios adicionales donde se enseñe a realizar tareas del colegio y se prepare para exámenes escolares como complemento al reforzamiento académico regular.

▲ ▲ ▲

PASO 2: PRUEBA

Para comprobarlo, haremos

220 encuestas a clientes potenciales



PASO 3: MÉTRICA

Y mediremos

- Valoración de servicios de apoyo con tareas escolares



PASO 4: CRITERIOS

Tendremos razón si

más del 75% de los encuestados considera "muy valioso" o "valioso" el apoyo con tareas escolares y preparación para exámenes.

Figura E.7

Tarjeta de pruebas

@Strategyzer

EDUKIDS
Grupo 1

25/02/2025

PASO 1: HIPÓTESIS

H7. Creemos que

los padres valoran más un enfoque lúdico que mantenga la motivación y compromiso constante de sus hijos que las metodologías tradicionales de enseñanza.

▲ ▲ ▲

PASO 2: PRUEBA

Para comprobarlo, haremos

14 entrevistas a clientes potenciales



PASO 3: MÉTRICA

Y mediremos

- Relevancia del enfoque lúdico vs. metodologías tradicionales
- Percepción del impacto del enfoque lúdico en la motivación de sus hijos

○ ○ ○

PASO 4: CRITERIOS

Tendremos razón si

más del 70% de los encuestados considera relevante e impacto positivo de un enfoque lúdico sobre metodologías tradicionales para mantener la motivación de sus hijos.

Figura E.8

Tarjeta de pruebas

@Strategyzer

EDUKIDS
Grupo 1

25/02/2025

PASO 1: HIPÓTESIS

H8. Creemos que

los padres prefieren comunicación vía WhatsApp con docentes especializados y valoran el acompañamiento personalizado.

▲ ▲ ▲

PASO 2: PRUEBA

Para comprobarlo, haremos

14 entrevistas a clientes potenciales



PASO 3: MÉTRICA

Y mediremos

- Preferencia por comunicación vía WhatsApp vs. otros canales
- Valoración del acompañamiento personalizado en la comunicación

○ ○ ○

PASO 4: CRITERIOS

Tendremos razón si

más del 75% de los encuestados prefiere WhatsApp como canal principal de comunicación con docentes y valora el acompañamiento personalizado.

Figura E.9

Tarjeta de pruebas

@Strategyzer

EDUKIDS

Grupo 1

25/02/2025

PASO 1: HIPÓTESIS

H9. Creemos que

los padres consideran fundamental contar con una fácil navegación en la plataforma web, para una buena experiencia educativa de sus hijos.

▲ ▲ ▲

PASO 2: PRUEBA

Para comprobarlo, haremos

220 encuestas a clientes potenciales



PASO 3: MÉTRICA

Y mediremos

- Importancia otorgada a la interfaz y estructura de la web
- Importancia otorgada a la navegación de la web

○ ○ ○

PASO 4: CRITERIOS

Tendremos razón si

más del 70% de los encuestados considera fácil navegar en la plataforma web, como factores diferenciadores fundamentales.

Apéndice F: Tarjeta de aprendizaje

Figura F.1

Tarjeta de aprendizaje Strategyzer

EDUKIDS 26/02/2025

Hipótesis H1

PASO 1: HIPÓTESIS

Creemos que

H1: los padres de familia valoran el reforzamiento académico personalizado de Edukids para sus hijos en edad escolar (6 a 12 años).

PASO 2: OBSERVACIÓN

Observamos

El 93% valoran positivamente el reforzamiento académico personalizado como necesidad prioritaria para sus hijos en edad escolar

PASO 3: APRENDIZAJE Y PERSPECTIVAS

De ahí aprendimos que

La hipótesis se validó con éxito. Existe una demanda clara por un reforzamiento académico personalizado como EDUKIDS.

PASO 4: DECISIONES Y ACCIONES

Por lo tanto, vamos a

Desarrollar la plataforma educativa virtual EDUKIDS, que les ayude a superar las dificultades académicas de sus menores hijos.

Figura F.2



Tarjeta de aprendizaje ⊕ Strategyzer

EDUKIDS 26/02/2025

Hipótesis H2

PASO 1: HIPÓTESIS

Creemos que

H2: los padres valoran poder monitorear el progreso académico y socioemocional de sus hijos a través de dashboard detallados y certificaciones digitales.

PASO 2: OBSERVACIÓN

Observamos

El 93% considera (muy valioso 64%, valioso 29%) el monitoreo detallado del progreso académico y socioemocional.

PASO 3: APRENDIZAJE Y PERSPECTIVAS

De ahí aprendimos que

La hipótesis se validó con éxito, esta integración es efectiva.

PASO 4: DECISIONES Y ACCIONES

Por lo tanto, vamos a

Integrar un Dashboard inteligente para padres, donde podrán hacer seguimiento académico y emocional a sus hijos.

Figura F.3

Tarjeta de aprendizaje @ Strategyzer

EDUKIDS 26/02/2025

Hipótesis H3

PASO 1: HIPÓTESIS

Creemos que

H3: los padres sienten satisfacción por sesiones con tutores especializados, valorando significativamente la calidad y especialización del docente.

PASO 2: OBSERVACIÓN

Observamos

El 95% considera (muy relevante 70%, relevantes 25%) la especialización del tutor como factor determinante en su satisfacción con el servicio educativo.

PASO 3: APRENDIZAJE Y PERSPECTIVAS

De ahí aprendimos que

La hipótesis se validó con éxito. La especialización del tutor es un factor crítico para la satisfacción de los padres con el servicio educativo.

PASO 4: DECISIONES Y ACCIONES

Por lo tanto, vamos a

Implementar un sistema de selección rigurosa de tutores especializados por materia y nivel académico, garantizando la calidad educativa que los padres valoran, asimismo en la plataforma, habrá una sección donde podrán ver las valoraciones y recomendaciones que se le hace a cada tutor.

Figura F.4

Tarjeta de aprendizaje Strategyzer

EDUKIDS 26/02/2025

Hipótesis H4

PASO 1: HIPÓTESIS

Creemos que

H4: los padres les gusta brindar una propuesta educativa completa (refuerzo académico, soporte emocional, enfoque lúdico y seguimiento personalizado) como un valor emocional importante en su decisión de compra.

PASO 2: OBSERVACIÓN

Observamos

El 70% considera (muy atractiva 57%, atractiva 34%) al poder brindar una propuesta educativa integral a sus hijos.

PASO 3: APRENDIZAJE Y PERSPECTIVAS

De ahí aprendimos que

La hipótesis se validó con éxito. Los padres valoran emocionalmente poder ofrecer a sus hijos una educación integral que combine aspectos académicos, emocionales y lúdicos.

PASO 4: DECISIONES Y ACCIONES

Por lo tanto, vamos a

Desarrollar una propuesta de valor integral que combine refuerzo académico, soporte emocional, metodología lúdica y seguimiento personalizado como diferenciador clave de EDUKIDS.

Figura F.5

Tarjeta de aprendizaje

EDUKIDS

Strategyzer

28/02/2025

Hipótesis H5

PASO 1: HIPÓTESIS

Creemos que

H5: los padres están dispuestos a pagar entre S/120-S/240 mensuales por una plataforma educativa que combine sesiones virtuales, tutorías grupales y acompañamiento socioemocional.

PASO 2: OBSERVACIÓN

Observamos

El 90% de los encuestados está dispuesto a pagar dentro del rango S/120-S/240 mensuales por una plataforma educativa integral.

PASO 3: APRENDIZAJE Y PERSPECTIVAS

De ahí aprendimos que

La hipótesis se validó con éxito. Los padres consideran que el precio propuesto es justo y están dispuestos a invertir en una plataforma educativa integral que brinde valor completo a sus hijos.

PASO 4: DECISIONES Y ACCIONES

Por lo tanto, vamos a

Establecer una estructura de precios dentro del rango S/120-S/240 mensuales con diferentes planes según las necesidades específicas de cada familia, optimizando la propuesta de valor precio-beneficio de EDUKIDS.

Figura F.6

Tarjeta de aprendizaje Strategyzer

EDUKIDS 26/02/2025

Hipótesis H6

PASO 1: HIPÓTESIS

Creemos que

H6: los padres valoran significativamente servicios adicionales donde se enseñe a realizar tareas del colegio y se prepare para exámenes escolares como complemento al reforzamiento académico regular.

PASO 2: OBSERVACIÓN

Observamos

El 92% de los encuestados considera (muy valioso 81%, valioso 31%) el apoyo con tareas escolares y preparación para exámenes.

PASO 3: APRENDIZAJE Y PERSPECTIVAS

De ahí aprendimos que

La hipótesis se validó con éxito. Los padres consideran el apoyo con tareas escolares y preparación para exámenes como servicios de alto valor que complementan efectivamente el reforzamiento académico regular.

PASO 4: DECISIONES Y ACCIONES

Por lo tanto, vamos a

Incorporar módulos especializados de apoyo con tareas escolares y preparación para exámenes como servicios complementarios dentro de la plataforma EDUKIDS, fortaleciendo la propuesta integral de acompañamiento académico.

Figura F.7

Tarjeta de aprendizaje Strategyzer

EDUKIDS 14/07/2025

Hipótesis H7

PASO 1: HIPÓTESIS
Creemos que

H7: los padres valoran más un enfoque lúdico que mantenga la motivación y compromiso constante de sus hijos que las metodologías tradicionales de enseñanza.

PASO 2: OBSERVACIÓN
Observamos

El 100% considera relevante un enfoque lúdico sobre metodologías tradicionales para mantener la motivación de sus hijos.

PASO 3: APRENDIZAJE Y PERSPECTIVAS
De ahí aprendimos que

La hipótesis se validó con éxito. Los padres reconocen unánimemente que el enfoque lúdico es superior a las metodologías tradicionales para mantener la motivación y compromiso constante de sus hijos en el aprendizaje.

PASO 4: DECISIONES Y ACCIONES
Por lo tanto, vamos a

Implementar una metodología lúdica integral como eje central de la plataforma EDUKIDS, incorporando gamificación, actividades interactivas y recursos dinámicos que mantengan el interés y compromiso de los estudiantes durante todo el proceso educativo.

Figura F.8

Tarjeta de aprendizaje Strategyzer

EDUKIDS 14/07/2025

Hipótesis H8

PASO 1: HIPÓTESIS

Creemos que

H8: los padres prefieren comunicación vía WhatsApp con docentes especializados y valoran el acompañamiento personalizado.

PASO 2: OBSERVACIÓN

Observamos

El 78,5% de los encuestados prefiere WhatsApp como canal principal de comunicación con docentes y valora el acompañamiento personalizado.

PASO 3: APRENDIZAJE Y PERSPECTIVAS

De ahí aprendimos que

La hipótesis se validó con éxito. Los padres consideran WhatsApp como el canal de comunicación más práctico y efectivo para mantener contacto directo con los docentes, facilitando un acompañamiento personalizado y continuo.

PASO 4: DECISIONES Y ACCIONES

Por lo tanto, vamos a

Integrar WhatsApp como canal principal de comunicación entre padres y docentes dentro del ecosistema EDUKIDS, estableciendo protocolos de acompañamiento personalizado que garanticen respuesta oportuna y seguimiento continuo del progreso estudiantil.

Figura F.9

Tarjeta de aprendizaje Strategyzer

EDUKIDS 14/07/2025

Hipótesis H9

PASO 1: HIPÓTESIS

Creemos que

H9: los padres consideran fundamental contar con una fácil navegación en la plataforma web, para una buena experiencia educativa de sus hijos.

PASO 2: OBSERVACIÓN

Observamos

El 97% de los encuestados considera fácil navegar en la web, como factores diferenciadores fundamentales.

PASO 3: APRENDIZAJE Y PERSPECTIVAS

De ahí aprendimos que

La hipótesis se validó con éxito. Los padres reconocen que una navegación intuitiva y fácil en la plataforma web es un factor crítico y diferenciador que impacta directamente en la experiencia educativa de sus hijos.

PASO 4: DECISIONES Y ACCIONES

Por lo tanto, vamos a

Desarrollar una interfaz web intuitiva y user-friendly como prioridad en el diseño de la plataforma EDUKIDS, implementando principios de UX/UI que garanticen una navegación fluida y accesible para padres y estudiantes, mejorando significativamente la experiencia educativa.

Apéndice G: Calculo LTV/CAC

Tabla G.1

LTV (Valor del tiempo de vida del cliente)

Ventas totales Año 1	S/	3,756,498.8
Cantidad de Clientes Año 1		6,336
Cada cliente compra al año	S/	592.84
<hr/>		
Ticket promedio por suscripción	S/	120.00
Valor promedio de compra	S/	592.84
Frecuencia de compra		3
Vida útil		1
LTV TOTAL	S/	1,778.52

Tabla G.2

CAC (Costo de Adquisición del Cliente)

Concepto	Valor
Presupuesto total de marketing año 1: (Costo de Ventas)	S/ 290,400
Total de clientes año 1	6,336
CAC	S/ 45.83

Tabla G.3

Cálculo del Ratio LTV/CAC

Métrica	Valor
LTV	S/ 592.84
CAC	S/ 45.83
Ratio LTV/CAC	12.94