



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA “ZEGEL IPAE”
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS**

**IMPLEMETACIÓN DE UNA PLATAFORMA DIGITAL DE SERVICIO
INTEGRAL PARA NIÑOS CON NECESIDADES EDUCATIVAS
ESPECIALES EN LA CIUDAD DE LIMA**

**Proyecto de Innovación para Optar el Grado Académico de Bachiller en Administración
de Negocios**

KARINA NIÑO ESTRADA

(0009-0006-1623-5236)

JACOB PAREDES BALAREZO

(0009-0008-0384-8599)

Lima – Perú

2024

Dedicatoria

A nuestros padres, hijos, y compañeros de vida por su motivación, confianza y apoyo constante en nuestro desarrollo profesional.

Índice General

	Pág.
Resumen Ejecutivo	8
Introducción	9
Capítulo I: Identificación del Problema u Oportunidad	11
Selección del Problema o Necesidad a Resolver	11
Validación del Problema	18
Descripción del Cliente	27
Capítulo II: Diseño del Producto o Servicio Innovado	39
Aplicación de la Metodología Design Thinking	39
Características del Producto o Servicio Innovador Validado.....	57
Capítulo III: Elaboración del Modelo de Negocio	59
Definición de la Propuesta de Valor del Negocio	59
Elaboración del Lienzo de Modelo de Negocio.....	64
Descripción del Prototipo de Lanzamiento	68
Capítulo IV: Validación del Modelo de Negocio	73
Aplicación de la metodología Lean Startup	73
Descripción del Modelo de Negocio Validado.....	77
Capítulo V: Análisis de la Rentabilidad	86
Estimación del Tamaño del Mercado, Demanda Proyectada y Proyección de Ing....	86
Determinación de las Necesidades de Inversión y Financiamiento	91
Estimación de Costos, Clasificación de Costos en Fijos y Variables y determinación del Punto de Equilibrio	94
Flujo de Caja Proyectado	100
Evaluación Económica y Financiera: Cálculo de VAN y TIR.....	103
Conclusiones	105
Recomendaciones	106
Referencias Bibliográficas	107
Anexos	108

Índice de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Matriz: Resultados de Búsqueda de Fuentes de Información-Problema 1	12
Tabla 2. Matriz: Resultados de Búsqueda de Fuentes de Información-Problema 2.....	14
Tabla 3. Matriz: Resultados de Búsqueda de Fuentes de Información-Problema 3.....	16
Tabla 4. Matriz de Criterios	17
Tabla 5. Tabla de Valoración.....	18
Tabla 6. Cuadro Valorativo Pregunta N° 1.....	27
Tabla 7. Cuadro Valorativo Pregunta N° 2.....	28
Tabla 8. Cuadro Valorativo Pregunta N° 3.....	29
Tabla 9. Cuadro Valorativo Pregunta Condicional a la Pregunta N° 3.....	30
Tabla 10. Cuadro Valorativo Pregunta N° 4.....	31
Tabla 11. Cuadro Valorativo Pregunta Condicional a la Pregunta N° 4.....	32
Tabla 12. Cuadro Valorativo Pregunta N° 5.....	33
Tabla 13. Cuadro Valorativo Pregunta N° 6.....	34
Tabla 14. Cuadro Valorativo Pregunta N° 7.....	35
Tabla 15. Arquetipo de Cliente	37
Tabla 16. Ficha ¿Qué, ¿Cómo, Por qué?.....	43
Tabla 17. Insights del Reto Creativo	48
Tabla 18. Cuadro Comparativo	51
Tabla 19. Cuadro de Demanda.....	86
Tabla 20. Cálculo de la Demanda de los Servicios.....	87
Tabla 21. Demanda Mensual Proyectada de Servicios	88
Tabla 22. Demanda Anual de Servicios	89
Tabla 23. Tabla Proyección de Ventas Mensuales	90
Tabla 24. Tabla Anual de Proyección de Ingresos por Servicios	91
Tabla 25. Tabla de Inversión	92
Tabla 26. Tabla de Depreciación.....	93
Tabla 27. Tabla de Financiamiento del Proyecto	93
Tabla 28. Costos Fijos.....	94
Tabla 29. Gastos Operativos Mensuales	95
Tabla 30. Gastos Administrativos Anuales	95
Tabla 31. Gastos de Ventas Anuales.....	96

Tabla 32. Costo de Ventas Mensuales	97
Tabla 33. Costo de Ventas Anuales	98
Tabla 34. Precio de Ventas Promedio.....	98
Tabla 35. Punto de Equilibrio Mensual.....	99
Tabla 36. Detalle de Punto de Equilibrio	99
Tabla 37. Estado de Resultado Proyectado	100
Tabla 38. Flujo de Caja Proyectado	102
Tabla 39. Valor Actual Neto	103
Tabla 40. Tasa Interna de Retorno.....	109

Índice de Figuras

	Pág.
Figura 1. Árbol de Problemas	22
Figura 2. Formulación Cliente-Problema	24
Figura 3. Gráfico Pregunta N° 1	27
Figura 4. Gráfico Pregunta N° 2	28
Figura 5. Gráfico Pregunta N°	29
Figura 6. Gráfico Pregunta Condicional a la Pregunta N° 3	30
Figura 7. Gráfico Pregunta N° 4	31
Figura 8. Gráfico Pregunta N° 5	33
Figura 9. Gráfico Pregunta N° 6	34
Figura 10. Gráfico Pregunta N° 7	35
Figura 11. Fases del Design Thinking.....	39
Figura 12. Técnica de Speed-Boat	40
Figura 13. Técnica ¿Qué, ¿Cómo, Por qué?	43
Figura 14. Ficha de Prueba (Vivenciar)	44
Figura 15. Mapa de la Empatía	45
Figura 16. Esquema del Reto Creativo	47
Figura 17. Lluvia de Ideas	51
Figura 18. Diseño de Prototipo (<i>prototipo básico</i>)	52
Figura 19. Terapias Online.....	53
Figura 20. Terapias a Domicilio Personalizadas	53
Figura 21. Servicios Ofrecidos	54
Figura 22. Terapias Virtuales	56
Figura 23. Resultados Obtenidos por La Malla Receptora de Información	63
Figura 24. Propuesta de Valor	67
Figura 25. Lienzo de Modelo de Negocio	69
Figura 26. Logotipo	69
Figura 27. Landing Page-Inicio	70
Figura 28. Landing page- Servicios	70
Figura 29. Landing page – Horarios	70
Figura 30. Landing page- Contacto	71
Figura 31, Fanpage-Inicio.....	72

Figura 32-Estadísticas de Reacciones Fanpage	73
Figura 33. Interacciones Fanpage	73
Figura 34. Visitantes Fanpage	74
Figura 35. Datos Fanpage	74
Figura 36. Indicadores de Fanpage	75
Figura 37. Malla Receptora de Información MPV	76
Figura 38. Mejora del MPV	77
Figura 39. Encuesta Likert-Pregunta 1	78
Figura 40. Encuesta Likert- Pregunta 2	79
Figura 41. Encuesta Likert- Pregunta 3	79
Figura 42. Resultados de Encuesta Pregunta 1	83
Figura 43. Resultado de la Encuesta Pregunta 2	81
Figura 44 Resultado de la Encuesta- Pregunta 3	80
Figura 45. Precios-Publicidad en Google	82
Figura 46. Encuesta de Likert Pregunta 4	83
Figura 47. Resultados de Encuesta Pregunta 4	84

Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocios tiene como finalidad la implementación de una plataforma digital de servicio integral para niños con necesidades educativas especiales en la ciudad de Lima. En los últimos años se ha evidenciado el poco interés del Estado Peruano en diseñar políticas que aborden esta problemática y que garanticen mayor acceso a programas de salud, tratamientos terapéuticos gratuitos, etc. A ello se suma que los tratamientos son costosos e inaccesibles para familias de bajo nivel socioeconómico. El presente plan propone el diseño de una plataforma digital, que cuente con los servicios de diagnósticos tempranos, terapias virtuales y sesiones grabadas que permitan a los padres de familia adquirir el servicio a un costo accesible. Para la elaboración del plan de negocio se diseñaron técnicas y metodologías que ayudaron a la investigación. Para validar la problemática se realizaron encuestas donde se obtuvo más información. Definida la problemática se utilizó la metodología Design Thinking, que a través de sus 5 fases se diseñaron soluciones innovadoras. Otra metodología utilizada fue la Lean Startup, donde se puso en marcha el MPV (Producto mínimo viable) que fue el diseño de una Landing Page donde una vez a prueba nos proporcionó datos valiosos y permitió identificar aciertos y oportunidades de mejora. Finalmente, los indicadores financieros mostraron un VAN positivo de S/. 64,159.09 y un TIR (Tasa de retorno) de 57.42% superior a lo proyectado, resultando una opción viable que cumplirá con el objetivo que es brindarles a estos niños una mejor calidad de vida.

Introducción

La importancia de un diagnóstico temprano y un tratamiento a tiempo ayudará de manera significativa el desarrollo de los niños con necesidades educativas especiales, de acuerdo a algunos estudios realizados arrojan que el tener un tratamiento a tiempo logran en la etapa adulta dejar de estar en el espectro autista, muchos de estos niños que dejan el espectro autista tienen algunas cosas en común, como por ejemplo: Diagnóstico y tratamiento a edades tempranas, un coeficiente intelectual (IQ, por sus siglas en inglés, una medida de la habilidad de razonamiento) que el promedio para un niño con autismo y mejores habilidades motoras y de lenguaje. (“Helt, M., Kelley, E., Kinsbourne, M., Pandey, J., Boorstein, H., Herbert, M., et al. (2008)”)”

A través de la investigación realizada se logró evidenciar que muchos padres de familia evitan llevar a sus hijos a realizarles un diagnóstico a pesar de que evidencian que sus hijos presentan señales de algún problema en su desarrollo, no los llevan al especialista para confirmar sus sospechas, manifiestan que evitan hacerlo por temor al rechazo al matricularlo en los colegios regulares, ser estigmatizados, o simplemente por no querer afrontar lo que representa tener un hijo con necesidades diferentes. El desarrollar esta investigación permitirá que más niños tengan más acceso de recibir un diagnóstico temprano y un oportuno tratamiento a través de distintas terapias que permitan al niño alcanzar un progreso y aprendizaje óptimo. Para ello se propone la implementación de una plataforma digital donde se ofrezcan servicios de Evaluaciones y diagnósticos, terapias virtuales, sesiones grabadas(tutoriales), esta plataforma nos ayudará con la detección a tiempo de cualquier trastorno que tenga el menor.

Una vez propuesta la idea de implementación de una plataforma digital, se detallará como se llevará a cabo, primero se realizará la investigación del sector. La población en estudio fueron padres de familia de niños con autismo, niños con trastorno de déficit de

atención e hiperactividad (TDAH) y niños con síndrome de Down, especialista de Centros de educación Especial (CEBE), las técnicas que se utilizaron fueron encuestas y entrevista a profundidad. En base a estas técnicas se logra entender las necesidades que tienen nuestro público objetivo teniendo esta información se tendrá un panorama más amplio de lo que realmente necesitan y se podrá idear una solución más viable que nos permita elaborar una propuesta de solución que será testeada por nuestro público objetivo, para finalmente definir la viabilidad y la rentabilidad del trabajo de investigación.

Capítulo I

Identificación del Problema u Oportunidad

Selección del problema o necesidad para resolver

Investigar implica conocer los antecedentes y el estado del arte del objeto de estudio. Los antecedentes están referidos a las investigaciones ya realizadas acerca del tema, y cuyos resultados deben tenerse en cuenta. El estado del arte develará al investigador la frontera del conocimiento, es decir, las últimas teorías, enfoques y tendencias del tema. La información encontrada en libros y revistas científicas (de carácter físico o virtual, local o internacional) permitirá dar una orientación adecuada a la investigación. De acuerdo con las fuentes de consulta utilizadas, existen tres tipos de investigación: documental, de campo y experimental (Cázares, Christen, Jaramillo, Villaseñor y Zamudio, 2003).

Siguiendo los lineamientos para plantear los problemas que deriven de nuestra investigación podemos enumerar las siguientes:

Planteamiento de Problemas

Problema 1:

Falta de Seguridad en las Calles y Vías Nacionales Incrementando la Tasa de Robo de Vehículos y Transporte de Carga:

En esta problemática se puede evidenciar las diferentes formas de robos asaltos a nivel nacional y el alto impacto que se está teniendo a todo nivel, personal, empresarial y los altos costos que se incurre con los robos en domicilios, en las calles y carreteras, es necesario saber la importancia de contar con algunas herramientas de seguridad personal, esto con el fin de poder sentirnos protegidos, la delincuencia día a día afecta a más peruanos y ya existen bandas organizadas de extranjeros en nuestra capital y en las provincias del país.

Tabla 1

Matriz Resultados de búsqueda de fuentes de información- problema 1

N°	Título	Autor (es)	Año	Institución/revista/ed itorial	¿Por qué es relevante?	Enlace URL
1	Robo de vehículos en la jurisdicción del departamento de protección e investigación de robo de vehículos pnp - lima norte, durante el año 2019	Dennis Alberto Pinto Gutiérrez Código	2021	UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMERICAS	En esta Tesis se orienta a investigar el grado de inseguridad y robos de vehículos, es de muchos el conocer toda las circunstancias de inseguridad que vive nuestro país, y los esfuerzos que realizan nuestros compatriotas en la búsqueda de una herramienta de trabajo y un vehículo para transportarse, pero el alto crecimiento de la delincuencia frustra dichos esfuerzos.	http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/1900
2	Desarrollo de un aplicativo móvil con geolocalización, para la gestión de tránsito de vehículos de carga en la empresa administración logística y de transportes e.i.r.l.”	Cajavilca Mayo, Anthony Yeltsyn	2018	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	En esta Tesis se enfoca en desarrollar un aplicativo móvil de geolocalización, esto con el fin de poder contrarrestar la alta tasa de robos de camiones de transporte de mercaderías a nivel nacional, como es de mucho conocimiento los empresarios transportar altos valores en mercaderías al interior del país y el impacto negativo en pérdidas económicas es muy alto, el cual se debe de tomar en cuenta.	https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/61520
3	“La inseguridad ciudadana y su incidencia en la gestión empresarial”	Josué Giraldo Centeno Cárdenas	2018	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS	En este artículo se enfoca en encontrar la incidencia de la inseguridad ciudadana en el desarrollo empresarial, como es de conocimiento la alta tasa de robos a los empresarios va en aumento y cada vez es más difícil el contar con las herramientas para disuadir a estos delincuentes, es por dicho motivo el alto costo en seguridad e implementación de medidas de seguridad en las empresas.	https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/15284
4	“Algoritmo chaid aplicado a los predictores de las víctimas de robo del Perú, según la encuesta nacional especializada sobre victimización 2017”	DARWIN JAMES ZAVALA SALVADOR/ WANG MARCO ALVARADO LÁZARO	2019	UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTUNES DE MAYOLO	En esta Tesis se enfoca en desarrollar la aplicación de un algoritmo para la predicción de robos, las altas tasas de robos a nivel nacional se incrementa día a día tanto es que no podemos estar seguros ni en nuestro propio domicilio, es de mucha importancia la tranquilidad que podamos sentir y gozar en nuestro entorno es muy confortable por dichos motivos debemos estar siempre en la búsqueda de nuevas herramientas y medidas de seguridad.	http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/3546
5	“Implementación de medidas de seguridad en la prevención de asaltos y robos en la red vial nacional tramo lima norte – carretera panamericana”.	Jhonny Armando Veliz Noriega	2016	PONTIFICIA UNIVERIDAD CATLICA DEL PERU	En esta Tesis busca presentar el alto clima de inseguridad en las carreteras de la zona norte de nuestro país, la delincuencia es algo que nos afecta a todos ni poder disfrutar de un viaje por nuestras carreteras es segura ya que existen diferentes tipos de modalidades de asaltos para apoderarse de las pertenencias de los pasajeros de los buses, mercancías en el transporte de carga y robos a vehículos particulares, hasta llegar a atender con el bienestar físico de algunas personas, en conclusión es algo que afecta a todos y debemos de buscar la manera de estar resguardados de alguna forma.	https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/7559

Problema 2:***Poca Oferta en la Atención terapéutica para Niños con Necesidades Educativas******Especiales.***

Ésta es una problemática que viene de tiempo atrás pero que definitivamente se ha incrementado después de la pandemia, debido a que no pudieron brindarle las atenciones y cuidados que requerían los niños con necesidades educativas especiales, si bien es cierto el estado a través de programas de inclusión ha venido desarrollando actividades que permitan su inclusión, aún falta algunos detalles por afinar.

Tabla 2

Matriz Resultados de búsqueda de fuentes de información- problema 2

N°	Título	Autor (es)	Año	Institución/revista/ed itorial	¿Por qué es relevante?	Enlace URL
1	"Solo unos 7 mil niños con habilidades diferentes tienen atención igualitaria en aulas regulares"	Plataforma digital única del estado-Nota de prensa	2015	Plataforma digital única del estado	En el siguiente artículo el Consejo Nacional de Educación promueve un seminario Internacional "Políticas de inclusión educativa" consideran que es una problemática ya que solo 7 mil niños con habilidades diferentes de los 33 mil que se encuentran incluidos en escuelas regulares en las aulas reciben una atención adecuada e igualitaria a pesar de esto haber sido normado en el Decreto Supremo N° 026-003-ED, del año 2003, esta es una problemática constante en el país.	https://www.gob.pe/institucion/cne/noticias/504392-solo-unos-7-mil-ninos-con-habilidades-diferentes-tienen-atencion-igualitaria-en-aulas-regulares
2	"Sólo el 20% de colegios en el país tiene alumnos con habilidades diferentes"	Nota de prensa diario Correo	2015	Diario Correo	A pesar que existe una disposición de inclusión de alumnos con habilidades diferentes por parte del Ministerio de Educación donde señala que es obligación de los colegios reservar dos vacantes para personas con discapacidad leve y moderada, aún existen escuelas que no cumplen con esta disposición, lo que imposibilita que estos niños tengan acceso a una educación inclusiva, ante esta problemática el Ministerio de Educación establecerá estrategias para capacitar a los docentes, hacer modificaciones curriculares y dotar de material e infraestructura.	https://diariocorreo.pe/peru/solo-el-20-de-colegios-en-el-pais-tiene-alumnos-con-habilidades-diferentes-771667/
3	"Capacidades de gestión del centro de desarrollo, estimulación y rehabilitación integral (cederi) para la atención de problemas en niños de 4 y 5 años de edad con dificultades de lenguaje, comunicación y conducta."	CÉSAR MARTIN SPARROW LEIVA	2017	PONTIFICIE UNIVERIDAD CATUCA DEL PERU	En esta Tesis esta enfocada al estudio de la alta demanda de padres con hijos don habilidades diferentes observando al centro (cederi), es de mucha importancia el contar con centros especializados en el tratamiento de niños con habilidades diferentes ya que cada día se viene observando el crecimiento de la poblacion con estos problemas, es de mucha importacia el lograr que los niños se desarrollen en todos los aspectos.	https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/10011
4	"Accesibilidad en salud: revisión sobre niños y niñas con discapacidad en Brasil-Perú-Colombia".	Daniel Batista Conceição dos Santos, Lic.- Vanessa Vázquez-Ramos, Mg.- Cristiane da Costa Cunha Oliveira, Ph.D.- Oliva López-Arellano, Ph.D.	2019	Rev. I a t i noam. c i enc . soc. niñe z juv	En esta articulo buscar identificar losprincipales problemas en la accesibilidad de los servicios de saludde niños con diversidad funcional, en este contexto el crecimiento de niños con algun tipo de discapacidad va en aumento y es muy dimanico, el poder contar con los especialistas y centros es muy crucial el cual agudiza el acceso y accesibilidad a los servicios de salud.	https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8141692
5	"Educación inclusiva. ¿cómo estamos?"	Ana Montoya-González	2021	Revista Innova Educación	En esta revista busca concientizar el camino que se tuvo que pasar para que los niños con habilidades diferentes sean considerados como sujetos de derechos, la discapacidad es un tema muy amplio en disciplinas educativas y psicologicas en el cual se busca el desarrollar las diferentes capacidades de los niños, el cual tambien se busca el desarrollar una educacion inclusiva, pero en este proceso se evidencia que hay mucha discriminacion y poco conocimiento de estos problemas ya que no es manejado adecuadamente y no se logra ayudar al niño y es mas se les aísla y muchas veces maltrata.	https://www.revistainnovaeducacion.com/index.php/rie/article/view/172

Problema 3:

Tiempo Insuficiente que Tienen las Madres de Familia para la Elaboración de Loncheras Nutritivas a sus Hijos.

Hoy en día podemos observar que existe un incremento de mujeres en la población económicamente activa a diferencia de otros años, por lo que surge la problemática del factor tiempo para poder realizar algunas actividades del hogar, entre ellas podemos mencionar a aquellas madres de familia que no tienen tiempo para la elaboración de las loncheras de sus hijos, considerando que los niños pasan cada vez más horas en el colegio por lo que adicionalmente se requiere que los alimentos que lleven en sus loncheras sean saludables para que pueden tener energía y rendir de manera eficiente durante sus actividades

Tabla 3

Matriz Resultados de búsqueda de fuentes de información – problema 3

0	Título	Autor (es)	Año	Institución/revista/ed itorial	¿Por qué es relevante?	Enlace URL
1	“Desarrollo de productos pre-cocidos como opción de colación para niños en edad escolar, en la Parroquia Tarqui, ciudad de Guayaquil.”	Kinberlyn Mishell Maquilón Espinoza José Alfonso Villao Gonzabay	2020	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	La siguiente investigación pretende atender la problemática de aquellos niños en edad escolar que por distintas razones, entre ellas la falta de tiempo que tienen sus padres en prepararles una lonchera saludable, llegan a sufrir de problemas de salud como desnutrición, sobrepeso, obesidad, y hasta llegar a enfermedades mucho más graves debido a la inadecuada ingesta de alimentos poco saludables, a causa de lo antes mencionado lo que se propone es desarrollar productos Pre-cocidos refrigerados que solo demandarían de una cocción de (5 a 10 minutos) en horno normal, microonda o agua en ebullición y que tienen un tiempo de vida útil de un mes, esto les representaría a los padres de familia un gran beneficio y una buena opción en brindarle a sus hijos alimentos nutritivos que aseguren su alimentación .	http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/49511/1/BINGQ-GS-20P02.pdf
2	“Ministerio de Salud de Perú: A preparar loncheras saludables para el inicio del año escolar”	Nota de Prensa- Desconocido	2015	PLATAFORMA DIGITAL ÚNICA DEL ESTADO PERUANO	En el presente artículo señala la importancia de enviar a los niños en edad escolar loncheras saludables que les asegure el aporte de energía durante su permanencia en el colegio, hoy en día debido a que la mayoría de padres de familia trabaja y no cuenta con el tiempo suficiente para preparar loncheras nutritiva optan por enviar alimentos altamente procesados, altos en azúcares, sal, sodio e,t,c, .	https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/30753-a-preparar...
3	“Nivel de conocimiento sobre lonchera saludable en madres y su relación con el estado nutricional de escolares -IEP N 10432 Lajas.”	Elis Noemi Díaz Silva	2021	UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD	La presente investigación tiene como finalidad evidenciar si las madres quienes se encargan de la elaboración de loncheras en la localidad de Lajas cuenta con el conocimiento de la preparación de una lonchera saludable, ya que ellas son las responsables de la nutrición de sus hijos, de acuerdo a los estudios realizados a través de un cuestionario realizado con una muestra de 67 escolares, se obtiene como resultado que las madres a las que se le sometió el cuestionario tienen un conocimiento medio y bajo de lo que debe contener una lonchera saludable y de los nutrientes que debe considerar al elaborar la lonchera de los niños, adicionalmente busca conocer el estado nutricional de los niños en edad escolar esta información ayudará al profesional de Enfermería para que a partir de allí promueva una buena alimentación en las instituciones educativas y puedan contribuir con el bienestar de la niñez.	https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/4818/TESIS%20N%20EUIS%20NOEMIE%20DIAZ%20SILVA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
4	“Efectos de la alimentación en el desempeño de escolar en el contexto de educación preescolar de la institución educativa Agrícola Utaba sede brisas del Río.”	Ingrid Paola Medina Canchila Julieth Andrea Mosquera Mosquera	2020	Corporación Universitaria Minuto de Dios	La presente investigación se basa en saber que problemas escolares presentan los niños que no se alimentan de manera adecuada, en base a ello podemos validar que uno de las consecuencias que conlleva a que un niño no tenga una adecuada alimentación son problemas en el desarrollo cognitivo lo que trae como consecuencia un mal desempeño en clases, así como también la mala nutrición que puede producir: anemia, cansancio, agotamiento e.t.c.	http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/3546
5	“Loncheras saludables conoce que es lo que no deben de llevar los niños al colegio”	Nota de Prensa- Desconocido	2020	Diario La Republica	El siguiente artículo señala la importancia de los productos nutritivos que deben de llevar los escolares en el colegio, como bien se sabe uno de los factores determinantes por los cuales los niños no están llevando alimentos nutritivos al colegio es por la falta de tiempo de las madres de familia en preparar una lonchera nutritiva ya que ellas trabajan y el tiempo no les alcanza para elaborarlas y muchas veces caen en el error de enviarles productos dañinos para su salud, en consecuencia detalla aquellos productos que se deberían de evitar enviar en las loncheras de los niños tales como: Snack salados, bebidas artificiales, embutidos, Cereales azucarados, pasteles ya estos alimentos producen efectos negativos en el organismo de los niños.	https://larepublica.pe/salud/2020/03/05/lonchera-saludable-para-ninos-recetas-para-la-semana-y-valor-nutricional-atmp

Matriz de Criterios.

Un criterio es una definición sobre la situación deseable u óptima (Bustelo, 2010) de un proyecto en una determinada parcela de la realidad. De forma resumida se puede decir que la evaluación por criterios funciona sometiendo a examen al programa y valorándolo con relación a ciertos criterios establecidos. Para poder emitir un juicio sobre el programa, se requiere establecer unos puntos críticos en cada uno de los criterios, a los que se les denomina estándares. Si se alcanza el estándar se considera logrado el criterio. Por ejemplo, en el criterio eficiencia se marca como estándar que los beneficios superen los recursos invertidos. (Ligero- 2011)

Criterios de Selección del Problema.

Luego de un exhaustivo análisis se sometieron a evaluación en base a criterios de interés, Factibilidad (Viabilidad técnica, viabilidad económica), entre otros criterios, los tres problemas que se identificaron teniendo como resultado la problemática N° 2 con mayor puntuación que servirá para nuestro enfoque y desarrollo del proyecto innovador.

Tabla 4

Matriz de Criterios

Criterio	Peso	Inseguridad en las calles y vías incrementando la tasa de robo de vehículo y transporte de carga	Puntaje	Poca oferta que existe para la educación de niños con habilidades diferentes	Puntaje	Tiempo insuficiente de las madres de familia para preparar loncheras nutritivas para sus niños	Puntaje
Interés	30%	3	0.9	5	1.5	4	1.2
Factibilidad	30%	3.5	1.05	4	1.2	4	1.2
Viabilidad Técnica		4		4		4	
Viabilidad económica		3		4		4	
Impacto	20%	4	0.8	5	1.00	4	0.8
Beneficio económico	20%	3	0.6	4	0.8	4	0.8
Total	100%		3.35		4.50		4.00

Criterios de Evaluación:

- ❖ **Interés:** El equipo cuenta con información a través de familiares que enfrentan esta problemática.
- ❖ **Factibilidad:**
 - Viabilidad técnica: Solicitaremos ayuda de profesionales especializados.
 - Viabilidad económica: Como equipo contamos con capital propio.
- ❖ **Impacto:** El impacto será positivo debido a la creciente demanda del servicio.
- ❖ **Innovación:** Se desarrollará el proyecto con apoyo tecnológico.
- ❖ **Duración del proyecto:** Se implementará en corto plazo.

Ponderación de Puntaje:**Tabla 5***Tabla de Valoración*

Tabla de Valoración	
1	Malo
2	Regular
3	Bueno
4	Muy Bueno

Fundamentos de la Elección:

La elección de la problemática 2 responde a la necesidad de atención que han requerido los niños y en especial los niños con necesidades educativas especiales que después de la Pandemia se ha evidenciado que la detección temprana de estos diagnósticos no ha sido la adecuada perjudicándolos en el avance de dichas patologías.

Justificación del Problema Elegido

La presente investigación tiene como finalidad demostrar la importancia de un diagnóstico y tratamiento oportuno que ayude a niños con autismo, asperger, trastorno por déficit de atención e hiperactividad y síndrome de Down a llevar una vida de calidad sin estereotipos ni discriminación.

Desde el punto de vista de los padres de familia tener la tranquilidad que sus hijos podrán desarrollar habilidades de acuerdo a su edad y atender las necesidades que requieran para un buen desarrollo no sólo en lo cognitivo, sino que también en lo emocional y social, lograr que los niños sean más autónomos esto es lo que desea todo padre de familia con hijos con estos diagnósticos.

Lamentablemente en nuestro país nos enfrentamos ante una realidad de desconocimiento de la cifra exacta de personas con estos tipos de diagnósticos, ya sea porque los padres no desean enfrentar la realidad de sus hijos al no llevarlos a hacerles el diagnóstico respectivo o por desconocimiento de los signos que alertan o evidencian que el niño podría tener algunas de estas condiciones.

Por otro lado, la falta de acceso a la salud para un diagnóstico oportuno impide que la Defensoría del pueblo en su rol de Mecanismo Independiente encargado de fomentar, resguardar y vigilar la aplicación de la Convención sobre los derechos de la persona con discapacidad, no tenga una cifra real de las personas con autismo, este desconocimiento de la cifra no permite identificar las barreras a las que se tiene que enfrentar sus derechos y de esta manera poder crear políticas públicas que ayuden a sus necesidades. Esta información se evidencia en los casos de los niños con autismo, lo mismo sucede para los otros tipos de diagnósticos.

Ventajas de un Diagnóstico y Tratamiento Oportuno para cada Condición.

Si bien es cierto que para la mayoría de los diagnósticos que se está abordando no existe una cura evidente, si se puede lograr un desarrollo relativamente normal y reducir los comportamientos no deseables y esto gracias a tratamientos apropiados para cada condición.

Niños con Diagnóstico TDAH

- Mejorar los problemas de concentración, ayudar a controlar sus impulsos y mantenerse organizados.
- Mejora en el rendimiento académico, aprendizaje, comportamiento y relaciones sociales.
- Desarrolla sus habilidades cognitivas, emocionales y sociales.

Niños con Diagnóstico TEA

- Buscan reducir los síntomas que interfieren en el funcionamiento diario y en su calidad de vida.
- Facilita su participación comunicativa y social.
- Mejoras en el desarrollo del lenguaje y habilidades motoras fina.

Niños con Diagnóstico Asperger

- Evita problemas de comportamiento y aislamiento social
- Ayuda a interactuar con los demás y llevar relaciones más saludables.
- Aprender a canalizar sus emociones y a comprender la de los demás.

Niños con Diagnóstico de Síndrome de Down.

La detección temprana en los casos de los niños con síndrome de Down se evidencia desde el embarazo por las características físicas que se pueden visualizar en las ecografías, esto considera una gran ventaja en la atención desde los primeros meses de vida.

- Mejora sus habilidades motoras y de lenguaje

- Una terapia oportuna mejoraría su desarrollo cognitivo, físico y emocional.
- Disminuye el riesgo de salud mental como depresión y ansiedad.
- Ayuda a maximizar su potencial y mejora su calidad de vida.

Nivel de Servicio. Si bien es cierto que los niños con las condiciones que se está abordando en esta investigación, necesitan de un tratamiento presencial ya sea por la conexión que deben de tener con los especialistas, por los ambientes adecuados para cada tipo de terapia o por los materiales que se requieren, no se debe dejar de la lado que con el avance de la tecnología nos permite realizar este tipo de actividades también de manera virtual, hemos presenciado como a raíz de la pandemia del Covid-19 se tuvieron que implementar plataformas digitales que brinden soporte en sus tratamientos con la finalidad de mantener una continuidad en sus terapias, integrando a padres de familia en el desarrollo de las mismas, no deberíamos ser ajenos a esta modernidad que beneficiaría a muchos niños con estos diagnósticos, nadie puede predecir el futuro y saber que nos espera y deberíamos estar preparados ante estas contingencias, desarrollando mejoras en las plataformas digitales y adecuándonos cada vez más a ellas.

Árbol de Problemas

Es una técnica colaborativa que nos proporciona ideas ingeniosas que permitan identificar el problema y ordenar la información logrando obtener las causales que lo explican. A través de esta técnica se identifica fácilmente las causas y consecuencias de un problema. El tronco del árbol representa el problema, las raíces representan las causas y la copa los efectos. (Martinez,2008)

Figura 1*Árbol de Problemas***Validación del Problema*****Problema***

El problema, independiente de su naturaleza, “es aquello que amerita ser resuelto; si no hay necesidad de solucionarlo, entonces no existe el problema” (Arias, 2012: 37).

La problemática que hemos elegido a través de algunos criterios que hemos considerado relevantes para el desarrollo y posible solución es la de poder atender la necesidad en el tema de educación que requieren los niños con necesidades educativas especiales.

Cliente

"La palabra cliente tiene origen griego antiguo y se refiere a la «persona que depende de». Quiere decir, que clientes son personas que tienen necesidad de un producto o servicio que una empresa les pueda proporcionar" (Barquero-2008)

En el desarrollo de la problemática que hemos planteado estamos considerando como clientes a los padres de familia de los niños con necesidades educativas especiales, debido a

que los padres son los que están a cargo de ellos en todo lo relacionado al cuidado, protección, educación, seguridad y manutención de los niños y recae sobre ellos toda la responsabilidad en el buen desarrollo tanto físico como emocional.

Hipótesis de Cliente

Es una idea que no es necesariamente verdadera, apoyada en información preliminar. Su mérito radica en su capacidad para entablar más relaciones entre los hechos y manifestar por qué se producen. Por lo general primero se plantean las razones por las que uno cree que algo es posible y finalmente se pone, en conclusión. Método utilizado en la ciencia para corroborar las hipótesis a través de los experimentos **(Prados, 2012)**

En este momento es donde debemos de conocer bien a nuestro cliente, saber su edad, localización, a qué sector pertenece, saber cuáles son sus gustos y preferencias y esta información deberá ser lo suficientemente exacta para poder identificarlo, ubicarlo y contactarlo.

Hipótesis de Problema

Se describe la problemática que está sufriendo el cliente y busca la forma de buscar la solución.

Para el caso de la problemática que estamos abordando por el momento sólo tenemos supuestos que debemos de confirmarlos a través de metodologías que nos permitan realmente validar si esta problemática vale la pena atender o si realizando dicha metodología nos arroje otro tipo de problemas más importantes que deberíamos de atender y priorizar.

Formulación de Hipótesis-Cliente-Problema

Figura 2

Formulación Cliente-Problema



Hipótesis Cliente-Problema

Para los padres de familia de niños con necesidades educativas especiales es muy difícil encontrar Centros especializado que los ayude en la formación especial que requieren sus hijos y sobre todo que sea accesible dentro de sus posibilidades, estas necesidades se deben de atender a través de una metodología enfocada en cada diagnóstico de esta manera se contribuirá a que los niños sean cada vez más autosuficientes y puedan tener un mejor desenvolvimiento en casa y también a nivel de la sociedad, atendiendo estas necesidades permitirá a los niños sentir confianza y seguridad en ellos mismos.

Diseño Metodológico

Definiremos la organización de los procesos que realizaremos para llevar a cabo nuestra investigación, en esta etapa tendremos que responder a la pregunta ¿Cómo se va a desarrollar la investigación? Así como también se comprobará la veracidad de nuestra hipótesis propuesta.

Método de Validación

La técnica de investigación empleada es: La encuesta.

Las Encuestas. Técnica que usa un conjunto de procedimientos de investigación a través de los cuales se recoge y analizan datos de una muestra representativa de una determinada población o universo más extenso, del que se pretende explorar, describir, predecir una serie de características a través de un cuestionario de preguntas (**García, 2016**)

Terminologías.

TDAH: El trastorno por déficit de atención e hiperactividad (TDAH) es uno de los trastornos del neurodesarrollo más frecuentes de la niñez.

TEA: Los trastornos del espectro autista (TEA) son discapacidades del desarrollo causadas por diferencias en el cerebro.

ASPERGER: El Síndrome de Asperger es un trastorno neurobiológico que afecta varias áreas del desarrollo personal. En contraste con el autismo, las personas con AS (Síndrome de Asperger por sus siglas en inglés) tienden a desear la aceptación social, pero pueden ser incapaces de intervenir en interacciones sociales.

SINDROME DE DOWN: El síndrome de Down es un trastorno genético ocasionado cuando una división celular anormal produce material genético adicional del cromosoma 21.

CEBE: Centro de Educación Básica Especial (#CEBE) a una niña, un niño, adolescente o joven con discapacidad.

NEE. – Niños con educación especial.

Análisis de la Encuesta. Se realizó una encuesta a 30 padres de familia de niños con necesidades educativas especiales entre las edades de 18-45 años que radican en la ciudad de Lima, la encuesta se realizó de manera virtual y pudimos obtener los siguientes resultados.

Pregunta N°1 ¿Con que necesidad educativa especial esta diagnosticado (a) su hijo?

Tabla 6

Diagnóstico de Necesidad educativa

ESCALA VALORATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TDAH	4	13%
TEA	12	40%
ASPERGER	5	17%
SINDROME DE DOWN	9	30%
TOTAL	30	100%

Figura 3

Diagnóstico de Necesidad educativa



Análisis de la pregunta N° 1: Del total de 30 encuestados podemos determinar que el 40% son niños con Autismo, seguido por los niños con Síndrome de Down con un 30%, los niños con Asperger y de un menor porcentaje los niños con Trastorno por déficit de atención e hiperactividad.

Pregunta N°2: ¿Su hijo(a) recibe algún refuerzo adicional después de sus clases regulares en el colegio?

Tabla 7

Refuerzo adicional

ESCALA VALORATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	60%
NO	12	40%
TOTAL	30	100%

Figura 4

Refuerzo adicional



Análisis de la pregunta N°2. En la pregunta número 2 validamos que el 60% de los niños con necesidades educativas especiales si acceden a un refuerzo adicional a sus clases regulares, mientras que el 40% menciona que no recibe algún tipo de refuerzo.

Pregunta N° 3: ¿Conoce a especialistas que puedan ayudarlos con la enseñanza de su hijo(a)?

Tabla 8

Trato con especialistas

ESCALA VALORATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	23	77%
NO	7	23%
TOTAL	30	100%

Figura 5

Trato con especialistas



Análisis de la pregunta N°3. De acuerdo con los resultados podemos determinar que en su gran mayoría si busca ayuda para la atención de sus hijos ya que un 77% de los encuestados manifiestan que si tiene conocimiento de quien los pueda apoyar en el tema de la enseñanza de sus hijos.

Pregunta Condicional a la Pregunta N°3: En caso de que su respuesta sea afirmativa ¿A qué áreas? Especificar.

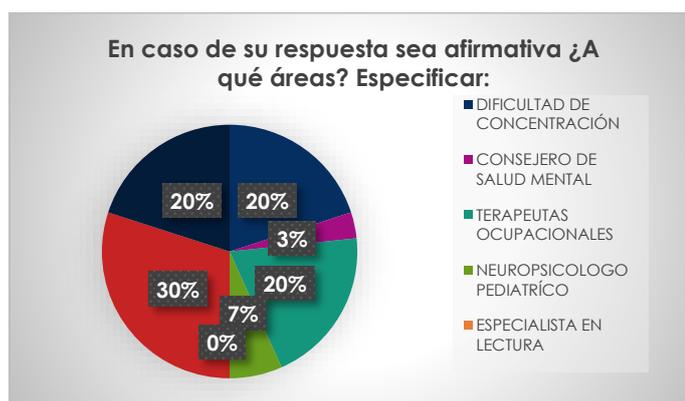
Tabla 9

Áreas de apoyo con especialistas

ESCALA VALORATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIFICULTAD DE CONCENTRACIÓN	6	20%
CONSEJERO DE SALUD MENTAL	1	3%
TERAPEUTAS OCUPACIONALES	6	20%
NEUROPSICOLOGO PEDIATRÍCO	2	7%
ESPECIALISTA EN LECTURA	0	0
MAESTROS DE EDUCACIÓN ESPECIAL	9	30%
PATOLOGÍA DEL HABLA Y DEL LENGUAJE	6	20%
TOTAL	30	100%

Figura 6

Áreas de apoyo con especialistas

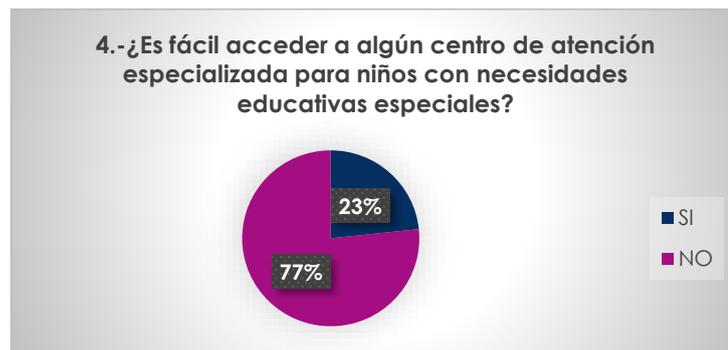


Análisis de la Pregunta Condicional a la Pregunta N° 3. Se observa que el área del que más interés tienen es por la educación de sus niños ya que el 30% de los encuestados mostraron mayor interés por los maestros de educación especial.

Pregunta N°4. ¿Es fácil acceder a algún centro de atención especializado para niños con necesidades educativas especiales?

Tabla 10*Acceso a centros de atención especializados*

ESCALA VALORATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	23%
NO	23	77%
TOTAL	30	100%

Figura 7*Acceso a centros de atención especializados*

Pregunta Condicional a la Pregunta N°4: ¿De ser afirmativa la respuesta anterior, nos podría indicar el nombre del Centro?

Tabla 11

Nombre del centro especializado

CENTRO DE ATENCIÓN
ARIE
CEBES
Centro Fe y Esperanza
Happy Kids
Instituto para el desarrollo infantil
Manuel Gonzales Prada

Análisis de la Pregunta Condicional a la Pregunta N° 4. Observamos que un 77% de los encuestados manifiestan que no es fácil acceder a un centro especializado para atender a las necesidades educativas de estos niños y del 23% que si maneja información de los Centros que son más reconocidos o los que están dentro de su localidad.

Pregunta N. ° 5. ¿Qué es lo que considera más importante en la atención de niños con necesidades educativas especiales?

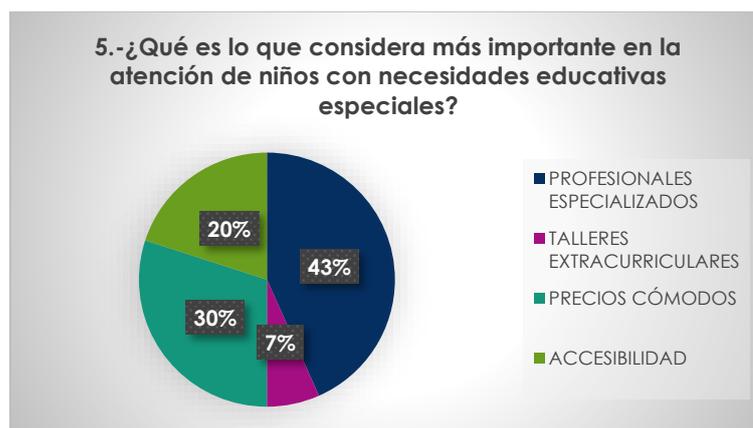
Tabla 12

Aspectos Importantes en la atención de niños

ESCALA VALORATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PROFESIONALES ESPECIALIZADOS	13	43%
TALLERES EXTRACURRICULARES	2	7%
PRECIOS CÓMODOS	9	30%
ACCESIBILIDAD	6	20%
TOTAL	30	100%

Figura 8

Aspectos Importantes en la atención de niños



Análisis de la Pregunta N°5. Podemos observar que lo que prioriza la muestra de personas encuestadas es que sus hijos sean atendidos por Profesionales especializados y también lo que buscan encontrar son precios cómodos y que a la vez estos servicios sean accesibles, sólo un 7% consideró que los talleres extracurriculares son importantes.

Pregunta N. 6. ¿A través de qué medios se informa en lo relacionado a la educación de su hijo(a)?

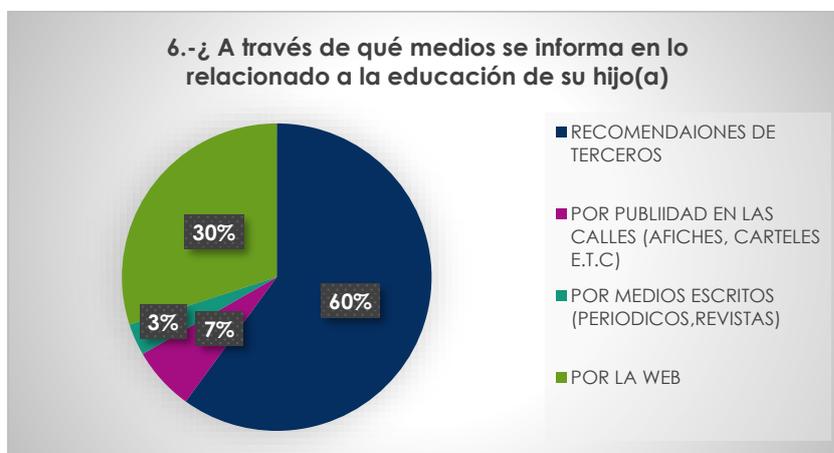
Tabla 13

Medios de información

ESCALA VALORATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RECOMENDACIONES DE TERCEROS	18	60%
POR PUBLICIDAD EN LAS CALLES (AFICHES, CARTELES E.T.C)	2	7%
POR MEDIOS ESCRITOS (PERIODICOS, REVISTAS)	1	3%
POR LA WEB	9	30%
TOTAL	30	100%

Figura 9

Medios de información



Análisis de la Pregunta N°6. De acuerdo a lo indicado por los encuestados el medio por el cual ellos obtienen información relacionada a la educación de sus hijos es a través de recomendaciones de terceros, se dejan llevar más por los comentarios o recomendaciones de amistades, familiares etc, este criterio obtuvo el 60% mientras que el otro criterio que fue se informa por la web obtuvo solo un 30%.

Pregunta N° 7. ¿Qué red social utiliza más cuando requiere información de las terapias de su hijo(a)?

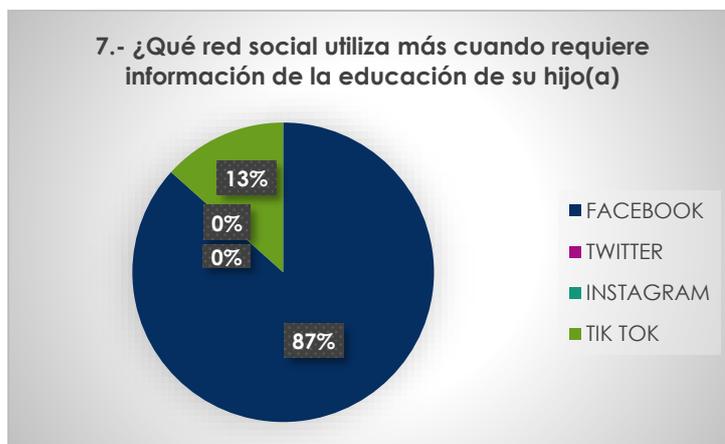
Tabla 14

Red social utilizada con frecuencia

ESCALA VALORATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FACEBOOK	26	86.2%
TWITTER	0	0
INSTAGRAM	0	0
TIK TOK	4	13.8%
TOTAL	30	100%

Figura 10

Red social utilizada con frecuencia



Análisis de la Pregunta N°7. Se observa que un buen porcentaje de los entrevistados tiene preferencia por la red social Facebook, y con menor frecuencia el tik tok, se valida que el resto de redes sociales no tiene mucha presencia para este grupo de entrevistados.

Criterio de Éxito. A través de la encuesta hemos podido validar que en la educación regular básica que se brinda en las instituciones educativas sean públicas o privadas no es suficiente para cubrir las necesidades que estos niños requieren, por otro lado, los padres también priorizan las terapias ocupacionales que ayudarán a sus niños en el desarrollo de sus habilidades motoras, cognitivas y sensoriales, los padres siempre están en la búsqueda de mejores opciones que ayuden a que sus niños puedan llegar a tener un desarrollo óptimo, así mismo observamos su interés por que el especialista que eduque a sus hijos sean profesionales especializados, que tengan la metodología y herramientas necesarias que faciliten el aprendizaje de sus niños, podemos concluir que si estamos frente a una necesidad latente que se espera atender.

Descripción del Cliente

Para la descripción del cliente, se realizará el arquetipo de cliente.

Arquetipo de Cliente

Un arquetipo de Cliente o “Buyer Personas”, es una herramienta que te permite

Conocer de manera más específica a la persona a la cual diseñaremos la propuesta de valor (no se refiere a tu público objetivo o nicho de mercado).

El arquetipo cliente es una representación simplificada del cliente y se construye básicamente de sus necesidades, intereses, y de su comportamiento e información del cliente y de entender que necesidades debe de atender nuestro producto y servicio (Pendino 2020)

Tabla 15*Arquetipo de Cliente*

ARQUETIPO DE CLIENTE	
Nombre: Bertha Alzamora Rivera	Edad: 36
Estado Civil: Casada	Género: Femenino
Distrito: Carabaylo	Ocupación: Contadora
Provincia: Lima	
METAS Y VALORES	RETOS Y DOLORES
Metas:	Retos
-Lograr que su hijo sea aceptado y comprendido -Desea que su hijo reciba una educación que lo ayude en su desarrollo cognitivo y emocional.	- Lograr que su hijo llegue a ser más independiente y autosuficiente.
Valores	Dolores
-Están comprometidos con sus hijos, en ayudarlos a que se sientan integrados en la sociedad sin ningún tipo de discriminación.	-Sentir que excluyen a su hijo en los juegos o actividades que realicen en grupo.
FUENTES INFORMACIÓN	OBJECIONES
-Páginas Web. -Redes sociales: Facebook, Instagram, Tik Tok ,etc.	-No encuentra mucha información de cómo ayudar en la educación de su hijo.
HOBBIES	QUE NECESITA Y ESPERA
- Paseos en Familia. -Interactuar en redes.	-Empatía en su entorno familiar y social. -Que pueda tener una educación personalizada enfocada en su necesidad.

Aspectos Demográficos

Padres de familia entre las edades de 18 a 45 años, que residan en la ciudad de Lima que requieran de terapias personalizadas para sus menores hijos con necesidades educativas especiales, con un nivel de socioeconómico B/C que desean lograr un desarrollo óptimo de su menor hijo(a).

Estilo de Vida

Personas que buscan información a través de diversos medios en especial el tecnológico para poder asesorarse y llevar un mejor acompañamiento en el desarrollo y bienestar de su menor hijo, por lo general son jefes de hogar que en algunos casos han tenido que dejar sus trabajos para dedicarse íntegramente al cuidado de sus hijos.

Motivaciones o Necesidades

Todo padre de familia cuyos hijos reciben este tipo de diagnóstico pasa por un proceso de cambio y adaptación a una realidad distinta, en la que sabe que si él no apoya a su hijo no habrá quién lo haga, ante esta realidad lo que busca un padre con un hijo con necesidades educativas especiales es lograr que cada día su hijo sea más independiente, lograr que sea aceptado en la sociedad, lograr que no lo discriminen

Capítulo II

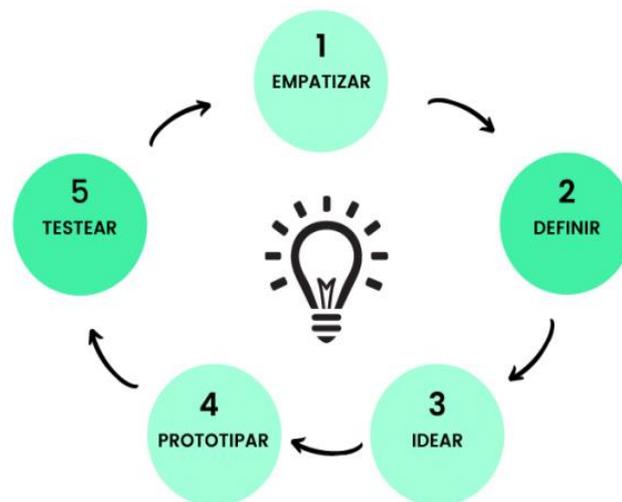
Diseño del Producto o Servicio Innovador

Aplicación de la Metodología Design Thinking

El Design Thinking es una metodología que brinda a las empresas orientación para realizar procesos de innovación a partir de problemas típicos bajo múltiples panoramas, proporcionando una visión global para la innovación. Son equipos multidisciplinarios que realizan procesos para entender a los consumidores, proveedores en el entorno donde se encuentran, cocreando soluciones, creando prototipos para lograr entender sus necesidades, ideando nuevas soluciones en su mayoría innovadoras (Viana e Silva, 2013)

Figura 11

Fases del Design Thinking



Fase de Empatía

En esta etapa inicial se trata de poner especial atención al público al cual te vas a dirigir para poder identificar sus necesidades, problemas y como éstas afectan su vida cotidiana. En esta etapa podrás realizar diversas técnicas como, por ejemplo, encuestas, entrevistas, convocas la participación de un grupo de personas que representen el segmento al

cual piensas atender ofreciéndole algún producto o servicio, de esta manera es como escucharas de voz del segmento al cual te vas a dirigir algunos aspectos que deberás de considerar para crear algo que realmente les genere valor.

Priorización.

Aplicación de Speed Boat: Es una técnica de propuestas de ideas (lluvia de ideas) que toma como analogía a un barco en donde el grupo imaginará que es la tripulación de un barco que se dirige hacia un objetivo donde detallaran la fuerzas que lo empujan (el viento) y de las limitaciones que lo vuelven lento (las anclas). Esta actividad nos ayuda ya que a través de las interacciones podemos obtener una visión en conjunto sobre un determinado tema.

Figura 12

Técnica de Speed-Boat



Se observa que una de las dificultades que más preocupa a los padres de familia es que: “No tiene fácil acceso a terapias particulares personalizadas que ayuden en el desarrollo de su hijo” y ello se debe básicamente a que no encuentran las herramientas o no conocen de

técnicas que los ayude en el soporte que debe de tener su menor hijo al momento de reforzar su aprendizaje y desarrollo.

Involucrarse.

Aplicación de Ficha de Prueba (Entrevista). En esta etapa se realiza una entrevista a profundidad para lograr empatizar con los padres de familia y que de esta manera nos brinde mayor alcance sobre la realidad que viven día a día y cómo se le podría ayudar en una de sus principales preocupaciones que es la educación.

Se realizó la entrevista a 8 padres de familia que cumplían con las condiciones de clientes potenciales. Se realizaron las siguientes preguntas:

Preguntas:

1. Cuénteme ¿Cómo es su rutina diaria en el cuidado de su menor hijo?
2. ¿Qué tan importante considera la educación de su menor hijo? ¿Poqué?
3. ¿Qué espera del centro educativo donde su menor hijo lleva sus clases regulares?
4. ¿Lleva su menor hijo algún tipo de refuerzo a la educación regular, alguna terapia y/o taller extracurricular? ¿puede precisar? ¿Cree que sería necesario?
5. De ser afirmativa su respuesta: ¿Podría comentarme sobre su última experiencia? ¿Cómo llego a adquirir dicho servicio y que tan satisfactorio fue?
6. ¿Qué espera de los servicios educativos, talleres y/o terapia en el desarrollo de su hijo?
7. ¿Qué es lo que valoran más cuando deciden matricular a su menor hijo a una institución educativa?

8. ¿Utiliza medios digitales para obtener información con relación a la educación de su menor hijo? De ser afirmativa. ¿Cuáles?
9. ¿Qué tan beneficioso sería para usted encontrar en la web información sobre clases de reforzamiento privadas, consultas con especialistas: psicólogos, educadores, etc.?
10. ¿Le pudiera seguir contactando para presentar el desarrollo del proyecto?

La técnica utilizada fue de gran ayuda porque pudimos evidenciar los testimonios de los padres de familia, nos permitió conocer su día a día y los problemas que afrontan para poder ayudar a sus hijos, la frustración que sienten cuando los programas de ayuda por parte del estado son insuficientes y las terapias en centros particulares son muy costosas.

Observar.

A diferencia de la entrevista en donde tenemos contacto directo con el cliente, en la fase de observación se trata de observar al usuario durante su proceso de compra o buscar algún otro momento del día, y para ello es importante documentar el proceso a través de textos o imágenes, al realizar la observación podemos tener pistas para poder crear soluciones.

Técnica “¿Qué?, ¿Cómo, Por qué?” Esta técnica permite realizar una observación más profunda, esta técnica es también utilizada al analizar fotos tomadas por el equipo en terreno de acción, son utilizadas para sintetizar o conducir al equipo hacia la búsqueda de futuras necesidades.

Aplicación de Ficha de Prueba (Observación). Se elabora 01 fichas de prueba de observación y nos preguntaremos el ¿Qué?, ¿Cómo? y ¿Por qué? Tal fotografía muestra esta acción.

Tabla 16*Ficha ¿Qué, ¿Cómo, Por qué?*

¿Qué?	¿Cómo?	¿Por qué?
En la fotografía se observa a una especialista en terapia ocupacional atendiendo a un niño con necesidades educativas especiales	Se encuentran en una mesa a nivel del menor donde le proporciona materiales y aplica técnicas para mejorar su atención.	El niño padece de déficit de atención y los padres de familia esperan que la especialista lo ayude para una mejor adaptación en su entorno.

Figura 13*Técnica ¿Qué, ¿Cómo, Por qué?*

Aplicación de la Ficha de Prueba (Vivenciar). Para esta aplicación usaremos la invención de un comic donde el objetivo es demostrar la necesidad de una plataforma digital de apoyo para sus terapias.

Se presentará al padre de familia enseñando a su menor hijo y sintiéndose frustrado al no tener la atención y éxito que desea.

Al final de ello se verá en la necesidad de acudir algún centro donde lo puedan apoyar, en el cual encontrará una serie de barreras y mala atención.

Posterior a ello los padres se verán en la necesidad de buscar otras opciones distintas a las terapias presenciales y puedan encontrar una solución en las terapias virtuales.

Figura 14

Ficha de Prueba (Vivenciar)



Podemos concluir que mediante esta herramienta damos a conocer las situaciones diarias que los padres pasan con sus hijos por falta de una correcta asesoría y enfoque a cada necesidad.

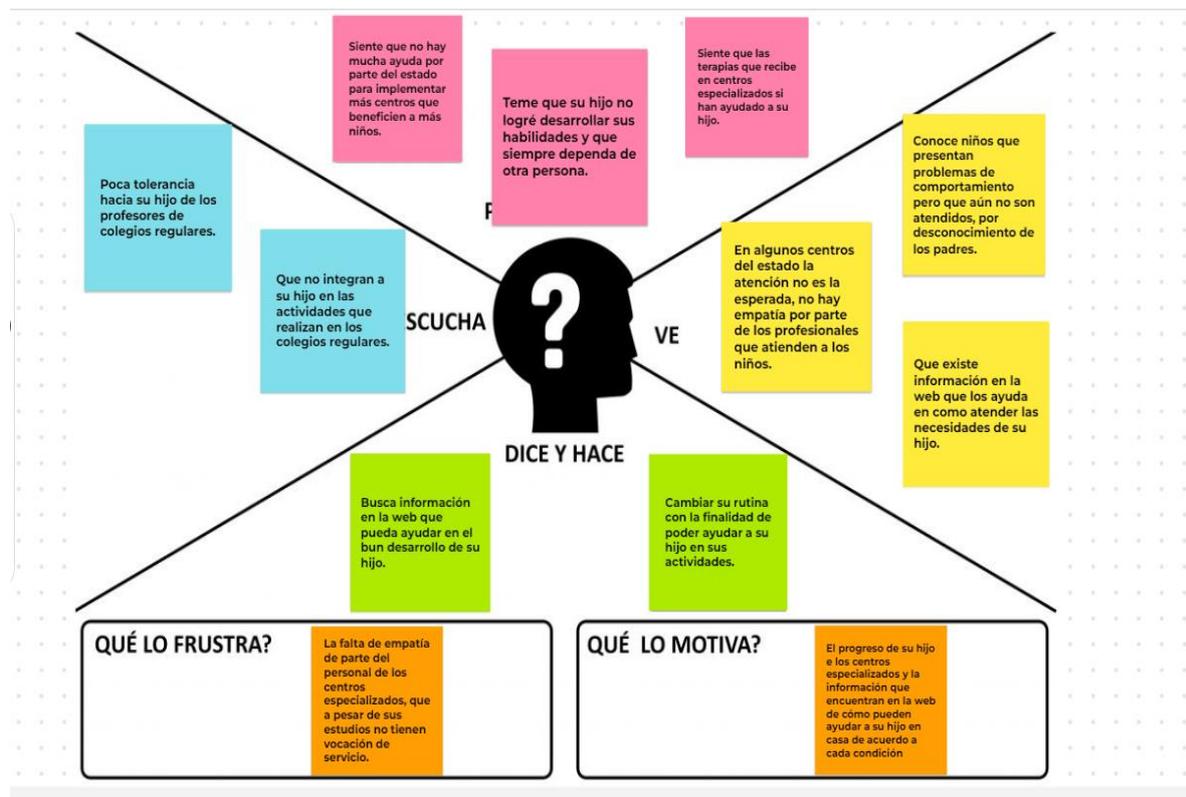
Fase de Definición

Gracias al desarrollo de la primera fase, se tendrá información y datos valiosos que ayudarán a encontrar la forma de definir el problema que se va a resolver, de esta manera se

podrá analizar el material que se ha obtenido y se podrá determinar que existen ciertos obstáculos que se repiten o que se presentan constantemente.

Figura 15

Mapa de la Empatía.



Identificación de las Necesidades. Luego del desarrollo del mapa de la empatía hemos logrado detectar algunas necesidades que tienen los padres de familia y que necesitan ser atendidas, entre ellas tenemos:

1. Piden que las personas tengan mayor empatía con sus hijos.
2. Solicitan que los profesionales en los centros del estado que atienden a sus hijos sean más tolerantes y tengan un mejor trato con ellos.
3. Necesitan tener más terapias porque las que brindan en el estado no son suficientes.
4. Requieren que los Centros del estado tengan mejor infraestructura, más personal, más materiales.

5. Tener otras modalidades de terapias que puedan ayudar a su hijo.
6. Tener más información en la web de cómo pueden apoyar a sus niños en casa, cuando no pueden ir a centros especializados.
7. Requieren de apoyo constante para lograr que sus hijos sean más autónomos.
8. Sugieren que se realice una detección temprana y así se pueda ayudar a más niños.

Identificación de Insights. Los insights del consumidor se refiere a los sentimientos, deseos, aspiraciones y angustias del público objetivo, para encontrar los insights del consumidor de manera natural lo primero que debemos de realizar es una correcta investigación de mercado y luego activar la sensación de necesidad que vincule el producto o la marca con la solución a su problema apelando a la creatividad e ingenio.

Se denomina insights porque está dentro del individuo no es una información que la hayamos obtenido a través de estadísticas o patrones de comportamiento, para obtener los insights hay que entrar a la mente del consumidor y encontrarlo, el insights es un motor oculto, es la fibra sensible que nos lleva a conectarnos con él.

A continuación, los insights detectados:

- ❖ Sienten que en los Centros estatales no tiene un trato adecuado con su hijo.
- ❖ Insatisfacción por la cantidad de terapias que le programan en los Centros del estado.
- ❖ Muestran incomodidad cuando observan que existen muchas falencias en los centros del estado, tales como: no tienen buena infraestructura, los ambientes no son adecuados, no hay personal suficiente, ni materiales que ayuden en el desarrollo de las actividades de los niños.

- ❖ Sienten frustración de no tener otras modalidades de terapias que puedan ayudar a su hijo
- ❖ Sienten preocupación constante por la evolución de sus hijos necesitan que sean más autosuficientes.
- ❖ Sienten satisfacción de encontrar información en la web que los ayude a mantenerse informados de las técnicas, recursos, materiales que los ayude en el desarrollo de su hijo.
- ❖ Muestran preocupación por no tener un diagnóstico temprano que les permita seguir un tratamiento adecuado.

Aplicación del Reto Creativo

Se definió el público objetivo, se realizó la entrevista a profundidad se identificaron las necesidades, se definieron los insights, teniendo toda esta información se podrá aplicar el reto creativo, que consiste en enunciar de manera simple y amplia, una frase que sintetice la información y las emociones de las persona que se investigó, el reto debe de estar enfocado en el QUÉ y QUIÉN (La mejor manera de expresarlo es usar verbos en lugar de sustantivos), un punto importante es a la audiencia objetiva.

Figura 16

Esquema del Reto Creativo

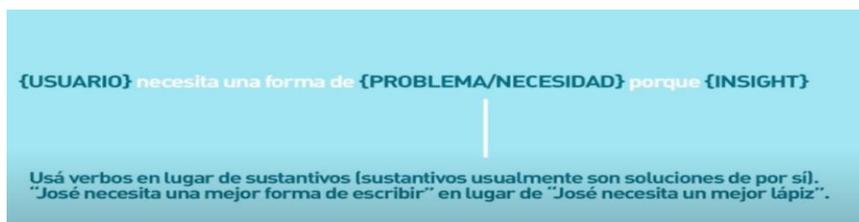


Tabla 17*Insights del Reto Creativo*

Padre de Familia	Necesita	Profesionales tolerantes	Porque
		Más sesiones de terapias	Sienten que no tienen un trato adecuado con su hijo Siente que las que le brindan actualmente no son suficientes.
		Los centros de atención para niños NEE del estado brinden un mejor servicio	Se frustran cuando los centros no cuentan con buena infraestructura, personal, materiales, etc..
		Apoyo	desean que sus hijos sean más autónomos
		Más información en medios digitales.	Sienten que si les ayuda y requieren de más plataformas que aborden estos temas.
		Otras modalidades de terapias	
		De un diagnóstico temprano	Sienten que las terapias los ayuda, pero muchas veces no encuentran cupos en los Centros del estado. Sienten frustración en no poder identificar a tiempo algún trastorno que pueda tener su hijo.

Preguntas:

1. ¿Cómo podríamos hacer para que los Profesionales a cargo de la enseñanza de los niños con NEE sean más tolerantes?

Realizando un mejor filtro al momento de la contratación del docente, se debería realizar una supervisión semanal para observar alguna oportunidad de mejora que pueda tener, así como también se podría realizar una encuesta anónima a los

padres de familia que nos puedan dar un mejor feedback que nos permita tomar acciones correctivas.

2. ¿Cómo podríamos hacer para que los niños reciban más sesiones de terapias?

Brindarle opciones alternas al centro al que concurren, pueden ser terapias virtuales, tener terapias particulares a domicilio que no les generen mucho costo.

3. ¿Cómo podríamos hacer para que los Centros especializados en la educación de niños con NEE tengan mejor infraestructura, mejor personal y materiales que beneficien a los niños?

Lamentablemente esa problemática depende mucho del estado y cuánto presupuesto destine a estos centros y que la gestión directiva utilice de manera eficiente estos recursos.

4. ¿Cómo podemos apoyar más a los niños con NEE para que puedan llegar a ser más autónomos?

Teniendo una mayor frecuencia de terapias que los ayude a que poco a poco logren ser más independientes, otro aporte importante es el apoyo de los padres en el refuerzo de lo enseñado en las aulas, todo ello suma para el buen desarrollo del niño.

5. ¿Cómo podemos ayudar a que los padres de familia de niños con NEE puedan tener acceso a más información en medios digitales que ayude a sus niños?

Creando plataformas digitales que los ayuden en su día a día a cómo afrontar cada obstáculo que se les presente, plataformas que les brinden terapias personalizadas a domicilio, terapias virtuales, talleres y terapias para padres, es decir una plataforma integral.

6. ¿Cómo podríamos hacer para que existan otras modalidades de terapias que ayuden a tener una continuidad en su tratamiento?

Que exista modalidad virtual, brindándole orientación a lo padres para que sea su guía durante el desarrollo de las clases.

Fase de Ideación

En esta fase es el momento donde se empieza a crear soluciones a los problemas concretos que hemos encontrado, en las fases previas nos hemos enfocado en comprender y concretar la información que se obtuvo en las encuestas y entrevistas, ahora, se trata de empezar a generar soluciones para aquellos aspectos que se eligió que recogen necesidades y deseos de los usuarios.

Para poder generar esas soluciones debemos partir de lo que se halló en el reto creativo, respondiendo a la siguiente interrogante: ¿Cómo podríamos hacer para que existan otras modalidades de terapias que ayuden a tener una continuidad en su tratamiento? Para ayudar con las posibles soluciones ante esta interrogante utilizaremos la técnica del Brainstorming.

Aplicación de técnica del Brainstorming. El Brainstorming es una técnica que se utiliza para encontrar ideas basadas en la espontaneidad y creatividad, esta técnica se basa en entrenar al cerebro para desencadenar una lluvia de ideas y plasmarlas en papel, el objetivo de esta técnica es la recopilación rápida y no filtrada de ideas, es decir lanzar ideas al aire

Figura 17

Lluvia de Ideas



Tabla 18

Cuadro Comparativo

Reto Creativo:	Solución (Lluvia de ideas)
<p>¿Cómo podríamos hacer para que existan otras modalidades de terapias que ayuden a los niños a tener una continuidad en su tratamiento?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Que acudan a terapias particulares ✓ Implementación de una plataforma digital que brinde terapias bajo la modalidad virtual. ✓ Que contraten a un especialista que brinde terapias a domicilio. ✓ Acudir a Centros terapéuticos particulares.

Solución elegida: Implementación de una plataforma digital que brinde terapias bajo la modalidad virtual.

Fase del Prototipado

Diseño del Prototipo. Prototipo básico: Se desarrollará la técnica del Storyboard, de esta manera se tendrá una idea de cómo funcionará el servicio de los talleres virtuales “Virtual Specialists”

Técnica Storyboard. Es un conjunto de gráficos, que se puede realizar a mano, estas ilustraciones servirán como guion gráfico de la historia, puede contener un alto o bajo nivel de detalle, pero esto solo dependerá del creador de la historia.

Figura 18

Diseño de Prototipo (prototipo básico)

<p>Dialogo entre el director del CEBE y Rebeca una madre de familia de un NEE, donde el director le informa que ya no hay cupos para la terapia de su hijo.</p>	<p>Rebeca informa a su esposo que este mes su hijo no encontró cupo para sus terapias su esposo le aconseja buscar otras opciones que los puedan ayudar.</p>	<p>Rebeca buscó en la web y solo encuentra Centros de de Terapia pero estos tienen costo elevado Así como las terapias particulares</p>
<p>Rebeca se encuentra con su amiga Sofia y le comenta que no encontró Cupo en el Centro (CEBE) por lo que Su hijo no podrá recibir terapias. Sofia le comenta que escuchó de las Terapias virtuales en “Virtual Specialists”.</p>	<p>Rebeca le comenta a su esposo que puso en contacto con la plataforma virtual “Virtual Specialist” y que le informaron que sus terapias son a bajos costos y su plataforma Didáctica y accesible.</p>	<p>Al día siguiente tuvieron su primera terapia virtual “Virtual Specialists” y observaron que a su hijo le gustó y se sentía feliz interactuando con su profesora y realizando distintas actividades.</p>

Prototipo avanzado: Se desarrollará una página web básica, donde se de a conocer el servicio que se ofrecerá

Figura 19

Terapias Online

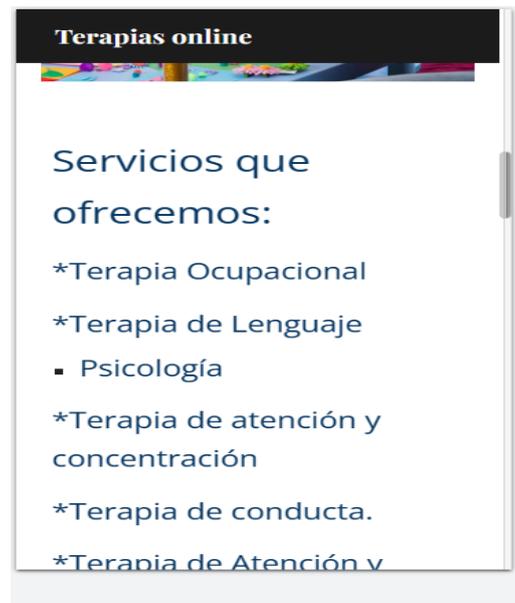


Figura 20

Terapias a Domicilio Personalizadas

Terapias a domicilio personalizadas

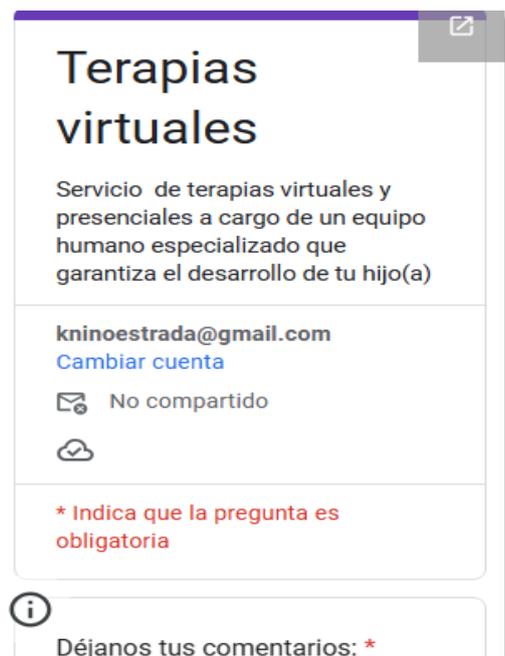


Figura 21*Servicios Ofrecidos*


Terapias online

Servicios que ofrecemos:

- *Terapia Ocupacional
- *Terapia de Lenguaje
 - Psicología
- *Terapia de atención y concentración
- *Terapia de conducta.
- *Terapia de Atención y

Figura 22*Terapias Virtuales*


Terapias virtuales

Servicio de terapias virtuales y presenciales a cargo de un equipo humano especializado que garantiza el desarrollo de tu hijo(a)

kninoestrada@gmail.com
[Cambiar cuenta](#)

✉ No compartido

☁

* Indica que la pregunta es obligatoria

i Déjanos tus comentarios: *

<https://sites.google.com/view/kninoestra/p%C3%A1gina-principal>

Fase de Testeo

Es la última fase del Design Thinking en la que el prototipo diseñado es puesto a prueba por usuario, tiene como objetivo conseguir información lo más genuina posible, de esta manera lograremos saber si la solución resuelve el problema del usuario, luego de realizar la retroalimentación existen tres posibles escenarios: **(a) Pasar a Producción:** Si se logra obtener buenos resultados en la retroalimentación se pasa a la fase donde el producto o servicio puede empezar a fabricarse; **(b) Iterar:** Este escenario es el que se presenta con mayor frecuencia, es el momento en el que se recoge todas las observaciones realizadas por el usuario donde identificó que es lo que valoró del prototipo y lo que no, a continuación, se debe volver a trabajar hasta una siguiente validación; y **(c) Abandonar el Proceso:** Por la razón que sea que nos proporcione el usuario, no continuaremos con el diseño del producto o servicio, ya sea porque los comentarios hacia el prototipo fueron muy negativos o porque se identificó que no hay mercado para su producto o servicio, sea el motivo que sea se interrumpe el proceso y se deja de diseñar.

Cuando se valida no se intenta vender el producto o servicio, lo que se intenta es obtener el resultado más genuino que te permita conocer a tu usuario y que es lo que realmente necesita, tratar de convencer al usuario es restarle eficacia a la retroalimentación.

Se sometió el prototipo a pruebas con algunos usuarios y la retroalimentación que se obtuvo nos servirá para identificar que oportunidades de mejoras se tiene y sus puntos fuertes. Se envió el link del enlace de la landing page a 8 de nuestros encuestados y se obtuvo los siguientes resultados a través del uso de la Malla Receptora de Información, modelo que detallaremos a continuación.

Malla Receptora de Información. La malla receptora de información es un modelo que se utiliza para la recopilación de datos que brindará el futuro usuario cuando se le presente un proyecto o prototipo, de esta manera evaluamos el prototipo. Esto quiere

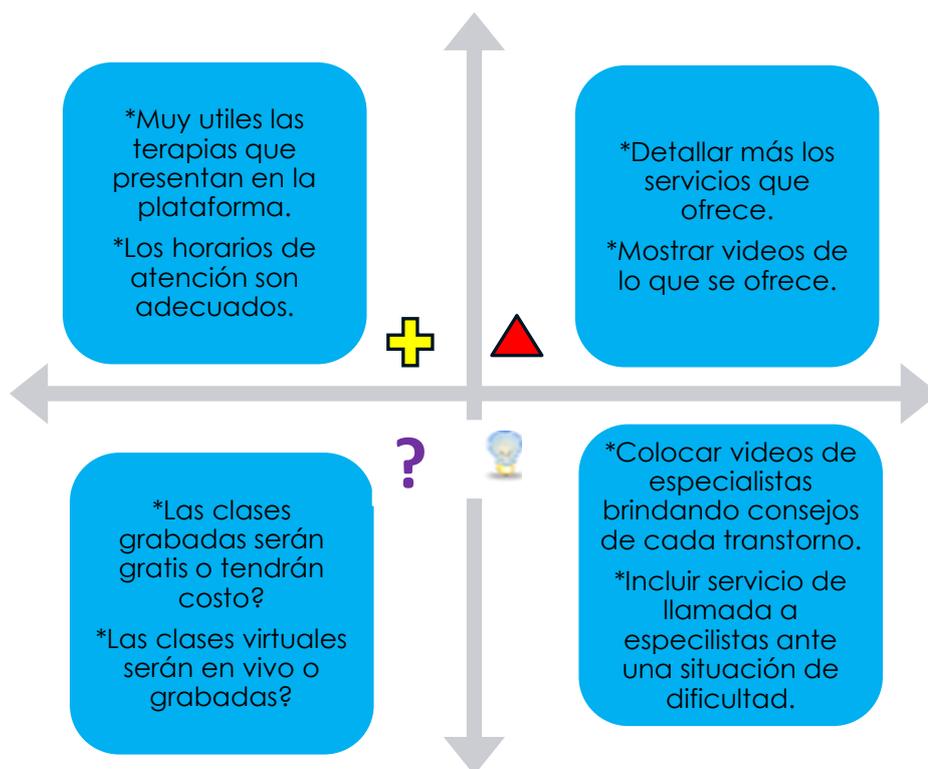
establecer un feedback o retroalimentación para recibir opiniones o sugerencias de mejora.

Esta técnica se elabora de la siguiente manera:

1. En un pliego de papel o pizarra se trazan cuatro cuadrantes.
2. Se dibuja en signo (+) en el cuadrante superior izquierdo, donde se colocarán las ideas más interesantes y notables
3. En el cuadrante superior derecho se dibujará un triángulo (\triangle), donde se colocará las criticas constructiva.
4. En el cuadrante inferior izquierdo se dibujará un signo de interrogación(?). donde se colocará las dudas que la experiencia revele.
5. En el cuadrante inferior derecho se dibujará una bombilla (), aquí se colocará las ideas que surjan durante la experiencia o presentación.

Figura 23

Resultados Obtenidos por La Malla Receptora de Información



Luego de mostrar el prototipo inicial se obtuvo por parte de los posibles usuarios algunos comentarios que nos proporcionarán nuevas ideas, comentarios, oportunidades de

mejora y algunas dudas que tuvieron. Los siguientes comentarios fueron los de mayor incidencia:

- Colocar videos relacionados a lo que se ofrecerá
- Brindar más detalles de los talleres.

En base a la información recopilada se rediseñará el prototipo considerando las observaciones realizadas.

Características del Producto o Servicio Innovador Validado

Características del Servicio:

- Terapias virtuales
- Diagnósticos tempranos.
- Sesiones grabadas.

Aprendizaje y Conclusiones

En esta etapa tomamos como aprendizaje las observaciones y comentarios de los que interactuaron con la landing page que fueron 16 personas de las cuales el 75% aceptó el prototipo y nos brindaron un mayor alcance de los que le gustaría ver en la página al momento de interactuar en ella.

Podemos concluir que nuestro prototipo tuvo un buen porcentaje de aceptación es decir cumplió su función al responder a las siguientes interrogantes: ¿Ha descubierto un problema?, ¿Alguna oportunidad de negocio?, ¿Realmente se lo que necesita el usuario? ¿Mi solución es deseable por mi usuario?

Ante todas estas interrogantes el prototipo se encarga de validar las soluciones aportadas, de esta manera ya con panorama más claro podemos rediseñar nuestro prototipo y lanzarlo nuevamente levantando las observaciones que nos proporcionó nuestro público objetivo

Decisiones y Acciones

Decisiones. Una vez testado el prototipo y de haber validado la aceptación de nuestro segmento y al haber obtenido un resultado favorable de aceptación se tomó la decisión de continuar.

Acciones.

- Mejorar el prototipo para ello realizaremos el MPV donde validaremos el modelo de negocio creado y su escalabilidad.
- Se creó una nueva página web en la plataforma Wix, donde se consideraron todas las observaciones que nuestro segmento comentó del prototipo para mejorarlo y seguir probando.
- Una vez finalizada la nueva página web se volverá a la fase de testeo para someter nuevamente a evaluación.

Capítulo III

Elaboración del Modelo de Negocio

Definición de la Propuesta de Valor del Negocio

La propuesta de valor es el conjunto de elementos de una empresa cuyo objetivo es conectar con las necesidades de los clientes a los que pretende llegar. Si pudiéramos definir la propuesta de valor en una palabra sería “promesa”.

Podemos decir entonces que la propuesta de valor es la promesa o compromiso que una determinada marca establece con sus consumidores y de esta manera responde a sus motivaciones y necesidades de una manera más asertiva que su competencia. (Martinez 2022)

El enfoque de la propuesta de valor de “Virtual Specialists” es brindar una satisfacción plena de nuestros clientes, brindando una herramienta amigable y accesible para que puedan contar con todo el asesoramiento y seguimiento para el desarrollo de sus hijos.

En este contexto “Virtual Specialists” va de la mano con cada cliente, cubriendo cada necesidad y enfocado a lograr un bienestar en cada familia, con los servicios y herramientas que ofertamos.

Perfil del Cliente

Segmento del Cliente: Padres de familia entre las edades de 18 a 45 años, que residan en la ciudad de Lima que requieran de terapias personalizadas para sus menores hijos con necesidades educativas especiales, con un nivel de socioeconómico B/C que desean lograr un desarrollo óptimo de su menor hijo.

Psicográfica: Personas que buscan información a través de diversos medios en especial el tecnológico para poder asesorarse y llevar un mejor acompañamiento en el desarrollo y bienestar de su menor hijo, por lo general son jefes de hogar que en algunos casos han tenido que dejar sus trabajos para dedicarse íntegramente al cuidado de sus hijos.

Trabajos del Cliente

Trabajos Funcionales:

- Acude con regularidad a centros de terapias ocupacionales y psicológicas
- Buscar citas para las terapias ocupacionales y emocionales.
- Navega en la red para buscar información que les pueda brindar algún tipo de soporte.

Trabajos Sociales:

- Ayudan y buscan bienestar a su familia.
- Contribuyen al desarrollo psicológico y emocional de sus hijos.
- Buscan diferentes métodos didácticos enfocado en sus hijos.

Trabajos Personales o Emocionales:

- Son empáticos y afectuosos ante su entorno más cercano.
- Brindar fortaleza y seguridad a su familia.
- Transmiten tranquilidad, son expresivos, cariñosos y enfocados con el desarrollo cognitivo y emocional de sus hijos.

Beneficios

- Tener la opción de atenderse con terapias sin tener que desplazarse físicamente.
- Vídeos de autoayuda para padres ante situaciones complejas que no sepan cómo lidiar en el día a día.
- Diagnósticos tempranos que ayudan a un tratamiento adecuado.
- Profesionales especialistas en el tratamiento de cada condición.

Frustraciones

- Demora para encontrar citas de terapia ocupacional y conductual.

- Falta de tutoriales sobre temas relacionados al cuidado de niños con educación especial.
- Terapistas poco empáticos.
- Preocupación por no recibir un tratamiento adecuado
- Cambiar su rutina, horarios, por estar al cuidado de su hijo.
- Impotencia por no tener suficiente información de cómo poder ayudar a su hijo.

Alegrías

- Acceder a una variedad de servicios y poder adquirir un pack de terapias.
- Obtener un diagnóstico temprano para llevar un tratamiento adecuado.
- Contar con variedad de tutoriales que guiaran en la enseñanza de su hijo.
- Sesiones grabadas que permitan tener orientación del cuidado y atención de su hijo.
- Asesoría, informes y seguimiento permanente de la evolución de su hijo.

Servicios

- Terapias virtuales: Terapia de lenguaje, Terapia conductual, terapia ocupacional, etc.
- Tutoriales: Manejo en conducta, Manejo en concentración, Como identificar algún rasgo de TEA, Convivencia con un niño Asperger, etc.
- Especialistas: Psicólogos, maestros sombras, terapeutas, etc.
- Atención al cliente: Chat en línea para brindar informes, absolver consultas, quejas y reclamos.

Generador de Alegrías:

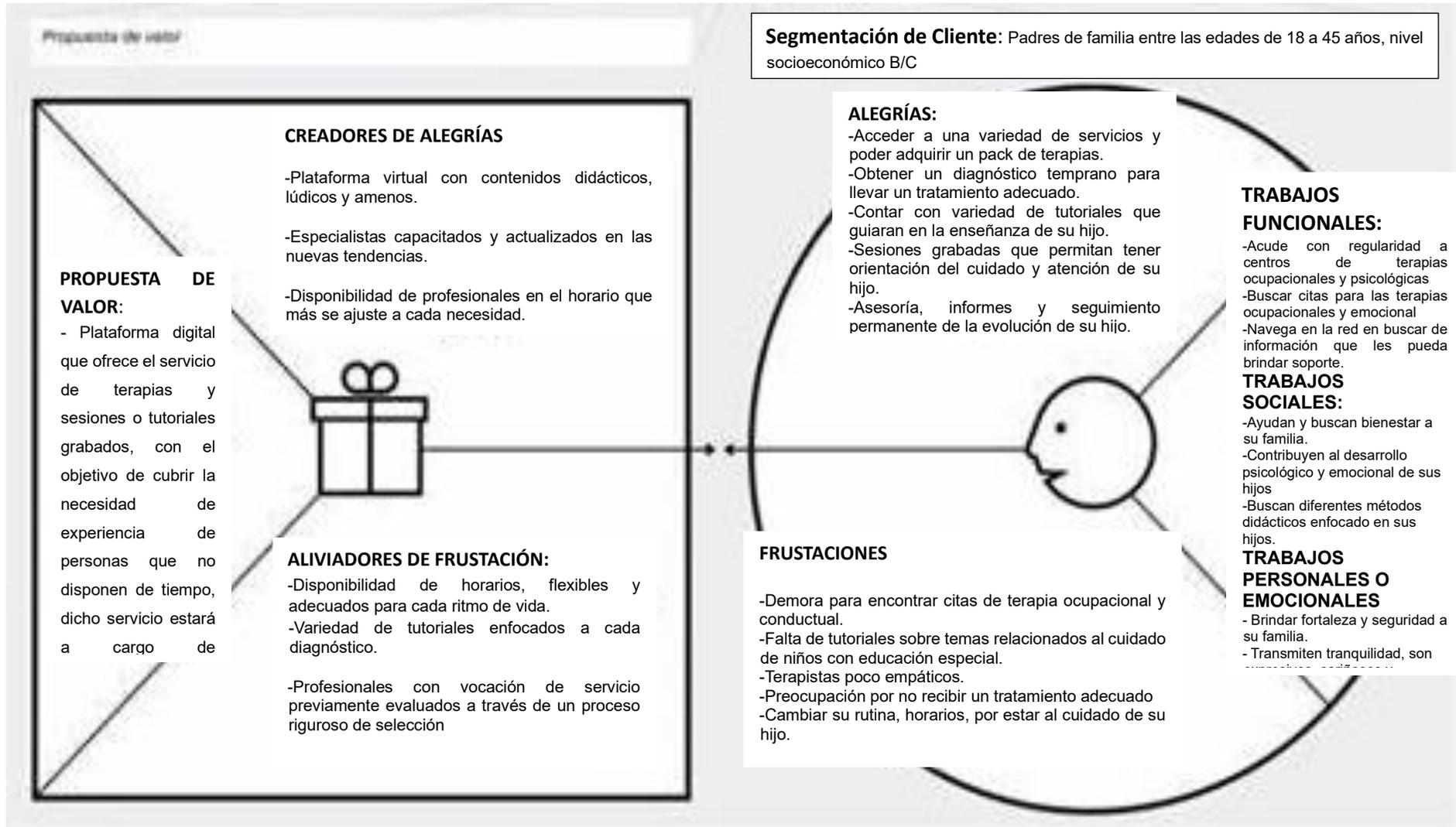
- Plataforma virtual con contenidos didácticos, lúdicos y amenos.
- Especialistas capacitados y actualizados en las nuevas tendencias.
- Disponibilidad de profesionales en el horario que más se ajuste a cada necesidad.

Aliviador de Frustraciones:

- Disponibilidad de horarios, flexibles y adecuados para cada ritmo de vida.
- Variedad de tutoriales enfocados a cada diagnóstico
- Profesionales con vocación de servicio previamente evaluados a través de un proceso.

Figura 24

Propuesta de Valor



Elaboración del Lienzo de Modelo de Negocio

Un modelo de negocio describe las bases sobre las cuales una empresa crea, proporciona y capta valor. (Osterwalder & Pigneur, 2010)

Dentro de la generación de un nuevo modelo de negocio es importante identificar los nueve módulos básicos que generan una secuencia lógica seguida por una empresa para conseguir ingresos, dichas secciones contemplan las cuatro áreas importantes de un negocio: Clientes, oferta, infraestructura y factibilidad económica.

Tanto las empresas dedicadas a la producción industrial, servicios así como el comercio sea minorista o mayorista, persiguen el crecimiento constante y rentabilidad en su empresas, buscando siempre mantener la dinámica y el crecimiento continuo pero los métodos tradicionales no garantizan dicho desarrollo (**Adrodegari et al., 2017**), la introducción dentro de la generación de nuevos modelos de negocios siguiendo la metodología planteada mediante el lienzo del modelo canvas, el cual ha sido probado y aplicado a nivel internacional por empresas como IBM, Ericsson, entre otras(**Keene et al., 2018**).

A continuación, explicaremos los 9 bloques para nuestro proyecto:

Segmentos de Clientes

Describe los diferentes grupos de clientes a los que se dirige la empresa.

Padres de familia entre las edades de 18 a 45 años, que residan en la ciudad de Lima que requieran de clases personalizadas, asesorías y terapias para sus menores hijos con necesidades educativas especiales, con un nivel de socio económico B/C que desean lograr un desarrollo óptimo de su menor hijo.

Propuesta de Valor

- Brindaremos soporte a niños con NEE, a través de una plataforma digital integral a cargo de profesionales especializados en la aplicación de terapias de acuerdo con cada condición.
- Sesiones grabadas a cargo de especialistas.
- Diagnósticos tempranos.
- Tutoriales de actividades, juegos didácticos, etc

Canales de Distribución

- Servicio de tutoriales lo podrán descargar en línea.
- Plataforma digital, amigable y práctica para el uso en cualquier momento y desde cualquier lugar.
- Podrán acceder a establecimientos y profesionales a domicilios.

Relación con los Clientes

- Atención al cliente: Absolver dudas, solicitar información, comunicación ante cualquier queja o reclamo.
- Evaluación presencial al realizar los diagnósticos.
- Interactuar por redes sociales: Facebook, tiktok, Instagram, etc.

Fuentes de Ingresos

- Ventas de Servicios de terapias con profesionales y descarga de tutoriales’.
- Pago por recomendación de la plataforma en colegios privados.

Recursos Clave

- Profesionales especializados en terapias, maestros especialistas para niños NEE.
- Personal que cuente con las habilidades de un Community manager y un Social Media manager que integre ambas funciones.

- Recurso humano (Personal)

Actividades Clave

- Elaborar una cartera de profesionales, red de clínicas y centros especializados.
- Crear un repositorio de videos para descargas.
- Diseñar packs de sesiones de terapias y promociones exclusivas para nuestros clientes recurrentes.

Socios Clave

- Profesionales en terapias, Psicólogos, maestros especialistas en NEE.
- Clínicas especializadas y centros de terapias
- Establecer alianzas con clínicas, centros y profesionales para brindar las diferentes variedades de servicios.
- Alianzas con colegios particulares para que incluyan nuestra plataforma como parte de su servicio de área psicológica al momento de la matrícula
- Realizar alianza con Ministerios para incluir la plataforma en los colegios del estado

Estructura de Costos

- Costos relacionados con la operatividad e implementación del negocio.
- Diseño e implementación y mantenimiento de la plataforma virtual.
- Sueldos al personal que se encargue d administrar la plataforma virtual.
- Costos para la aplicación de estrategias de marketing y promociones.

Figura 25

Lienzo de Modelo de Negocio

BUSINESS MODEL CANVAS				
SOCIOS CLAVES: -Profesionales en terapias, psicólogos, maestros especialistas en NEE. -Clínicas especializadas y centros de terapias -Colegios privados. - Alianzas con colegios particulares para que incluyan nuestra plataforma como parte de su servicio de área psicológica al momento de la matrícula. -Realizar alianza con Ministerios para incluir la plataforma en los colegios del estado	ACTIVIDADES CLAVES: -Elaborar una cartera de profesionales, red de clínicas y centros especializados. -Crear un repositorio de videos para descargas. -Diseñar packs de sesiones de terapias y promociones exclusivas para nuestros clientes recurrentes.	PROPUESTA DE VALOR: Plataforma digital que ofrece el servicio de terapias y sesiones o tutoriales grabados, con el objetivo de cubrir la necesidad de experiencia de personas que no disponen de tiempo, dicho servicio estará a cargo de profesionales altamente calificados y humanizados.	RELACIÓN CON CLIENTES: -Atención al cliente: absolver dudas, solicitar información, comunicación ante cualquier queja o reclamo. -Evaluación presencial al realizar los diagnósticos. -Interactuar por redes sociales: Facebook, tik tok,	SEGMENTACION DE CLIENTES: Padres de familia Edad: 18 a 45 años Nivel socioeconómico B/C. Residencia en Lima.
	RECURSOS CLAVES: -Profesionales especializados en terapias, maestros especialistas para niños NEE. -Personal que cuente con las habilidades de un Community manager y un Social Media manager que integre ambas funciones. -Recurso humano (Personal)		CANALES: -Servicio de tutoriales lo podrán descargar en línea. -Plataforma digital, amigable y práctica para el uso en cualquier momento y desde cualquier lugar. -Podrán acceder a establecimientos y profesionales a domicilios.	
ESTRUCTURA DE COSTOS: -Diseño e implementación y mantenimiento de la plataforma virtual. -Sueldos a terapeutas, psicólogos, profesores, personal que se encargue de administrar la plataforma virtual. -Costos para la aplicación de estrategias de marketing y promociones.			FUENTE DE INGRESOS -Ventas de Servicios de terapias y diagnósticos con profesionales y descarga de tutoriales'. -Comisión por recomendar Centros de terapias. -Pago por recomendación de la plataforma en colegios privados.	

Descripción del Prototipo de Lanzamiento

Learn Startup

En las primeras etapas de un startups, aún no tenemos datos suficientes para realizar una conjetura sobre cómo debe ser este modelo, los primeros planes estratégicos se basan en corazonadas e intuiciones, si queremos traducir estos instintos en datos, los emprendedores deben de “salir del edificio y empezar a aprender, en esta etapa s momento de poner en marcha lo que denominaremos el “producto mínimo viable” (MPV) ,con el objetivo de confirmar que sus preguntas de acto de fe) ¿ Mi idea de producto interesa a la gente y podré ganar dinero con ello?) se basan en realidad.

El objetivo de la elaboración del producto mínimo viable y del primer contacto que se tenga con el consumidor no es para obtener ideas absolutas, la finalidad es presentar un producto con las funcionalidades básicas para satisfacer a os primeros clientes, de esta manera podremos saber si entendemos a nuestro cliente y los problemas que este presenta..

(Eric Ries, 2012)

Se pondrá a prueba el **MPV** a través de la creación de una Landing page y una página en Facebook (fan page) para poder ver el alcance que se puede obtener y poder identificar los aciertos y las oportunidades de mejora del **MPV** propuesto. Se diseñaron 2 Landing pages:

Link:

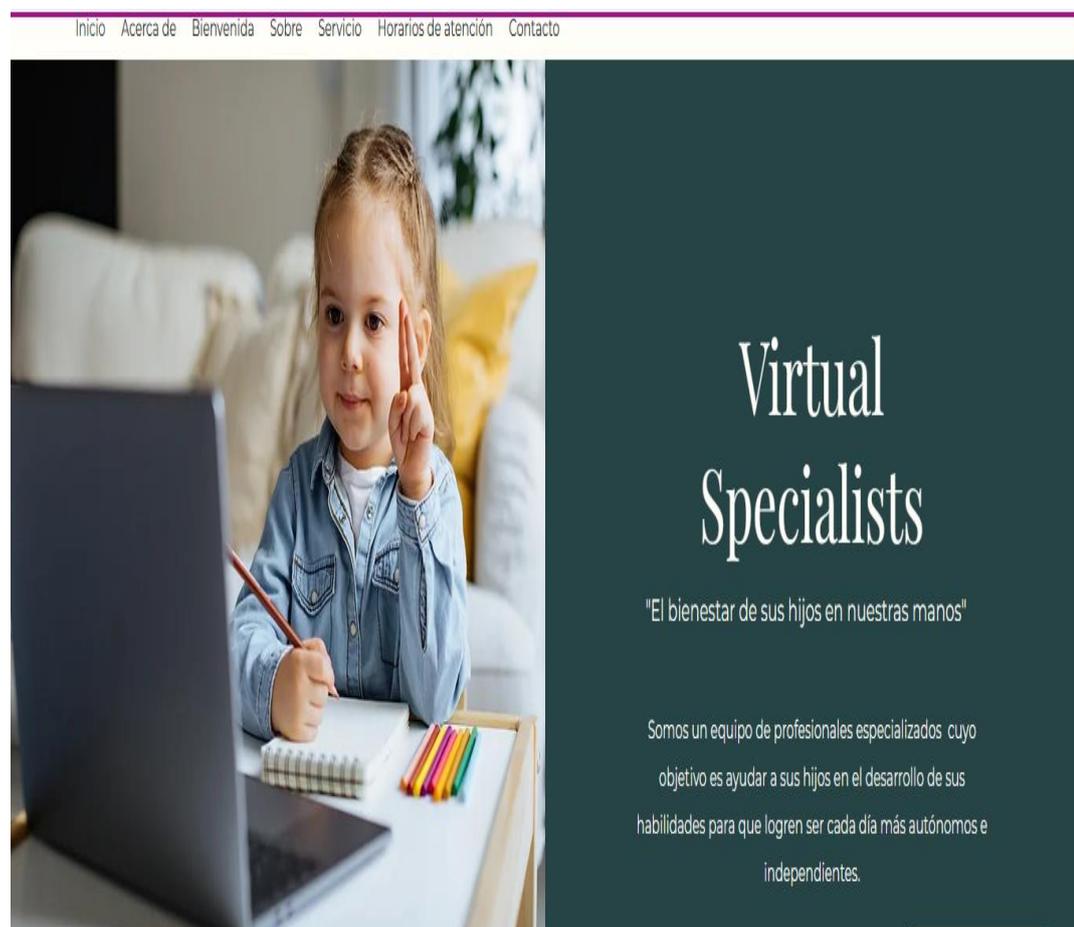
- <https://sites.google.com/view/kninoestra/p%C3%A1gina-principal>
- <https://kari06072.wixsite.com/virtual-therapy>

De estas dos páginas se elegirá la de mayor alcance y tráfico para la definición del **MPV**. Se eligió la siguiente Landing page: <https://kari06072.wixsite.com/virtual-therapy>.

Figura 26

Logotipo**INICIO:**

En Esta sección se encontrará una pequeña reseña de lo que se ofrecerá

Figura 27*LandingPage-Inicio*

NOSOTROS:

Se informa de la plataforma y se detalla la Visión y Misión de la empresa.

SERVICIOS:

Se detalla los servicios que se ofrecerán

Figura 28

Landing page- Servicios

**HORARIOS:**

Se encuentra los horarios disponibles del servicio

Figura 29

Landing page - Horarios



CONTACTANOS:

En esta sección se ubica un pequeño formulario donde se solicitan los datos personales y se solicita dejar un comentario

Figura 30

Landing page- Contacto

The image shows a contact form on a dark green background. On the left, the text reads: 'Contáctanos', 'Cl San Felipe N 384- Jesús María - Lima', 'kninoestrada@gmail.com', and '01-2745631-98684694'. On the right, there are input fields for 'Nombre *' (Ingres tu nombre), 'Dirección' (Ingres tu dirección), 'Email *' (Ingres tu email), and 'Teléfono' (Introduce tu número de tel...). Below these is a large text area for 'Dejanos tu comentario' and a white 'Enviar' button at the bottom right.

TIENDA

FICHA DE PRUEBA LANDING PAGE:

Hipótesis

Los padres de familia están en constante búsqueda de alternativas para que sus hijos puedan llevar una continuidad en sus terapias, contar con terapias virtuales en línea o a través de sesiones grabadas sería una buena opción para ellos.

Probar:

Para validar la hipótesis se ha diseñado un fan page en la red social Facebook donde se publicará y promocionará la página web.

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100094642462639>

Página Facebook

Figura 31

Fanpage-Inicio



Indicadores:

Se medirá el porcentaje de interacciones, las visitas a la página y aquellas que dejaron sus datos en la landing page. La fecha de publicación fue el fan page 25/07/2023

Capítulo IV

Validación del Modelo de Negocio

Aplicación de la Metodología Lean Startup

La metodología *Lean Startup*, es un modelo de gestión que tiene como objetivo el crecimiento escalado de empresas usando la innovación continua en la filosofía *Lean Startup*, existen procesos que no siempre aporten a un beneficio al consumidor pero que son indispensables para poder aprender, experimentar y de alguna manera poder satisfacer las necesidades del cliente (Ries,2012)

Fecha de publicación fue el fan page 25/07/2023

Estadística de la Publicación y Reacciones

Figura 32

Estadísticas de Reacciones Fanpage



Fuente: https://www.facebook.com/100094642462639/professional_dashboard/insights.

Figura 33

Interacciones Fan page



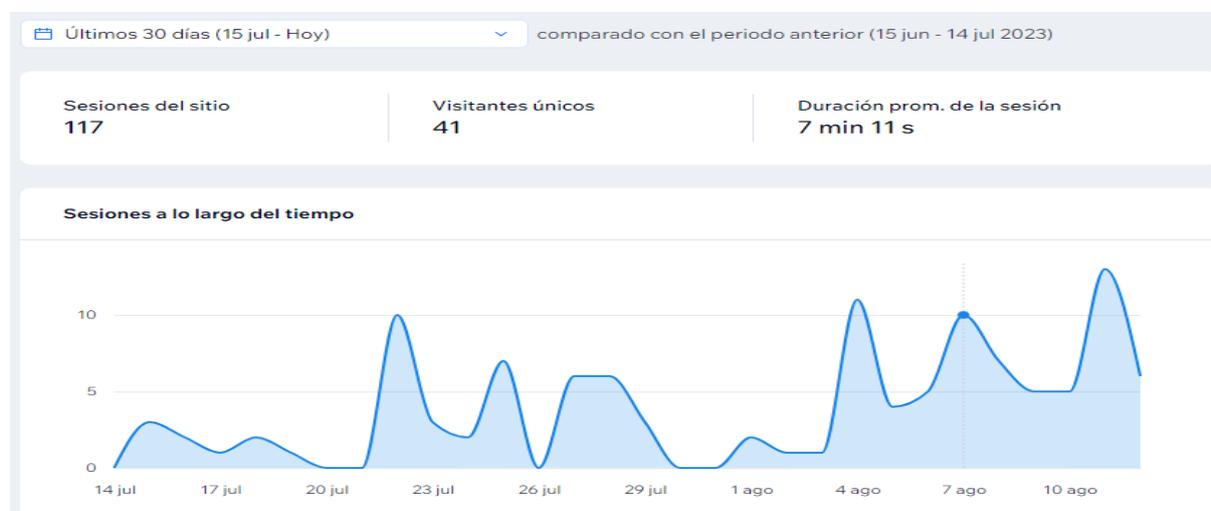
Fuente: https://www.facebook.com/100094642462639/professional_dashboard/insights/page/?ref=comet_direct_url_navigation.

Personas que Visitaron la Web

Datos extraídos desde el 15 de Julio días de creado el sitio web. (15 de Julio al 12 de agosto)

Figura 34

Visitantes Fan page



Fuente: <https://manage.wix.com/dashboard/28e9f3ad-b97d-4aa3-98df-25ef7829dbd0/analytics/overviews/traffic?referralInfo=sidebar>

Personas que Dejaron sus Datos

Datos extraídos en los primeros 15 días de creado el sitio web. (15 de Julio al 12 de agosto)

Figura 35

Datos Fan page

Nombre	Día	Email	Teléfono	Fuente de contactos	Comprador
Fernando Gabriel	Ago 11, 2023	fcarpio@senati.edu.pe	936239223	Wix Forms	No
Mario wong	Ago 11, 2023	m_wong4@yahoo.es	958513838	Wix Forms	No
Henry Orihuela Quici	Ago 11, 2023	pipper215@gmail.com	963277430	Wix Forms	No
Martin Alonso Muñoz Tabo...	Ago 11, 2023	mmunoztaboada1@gmail...	927861407	Wix Forms	No
Jose Degollar Yanac	Ago 11, 2023	degollar892@gmail.com	972830892	Wix Forms	No
Silvester cordova	Ago 04, 2023	silvestercordovaramirez@...	947767310	Wix Forms	No
Ronny	Jul 27, 2023	ronny.silva.rojas@gmail.com	923609557	Wix Forms	No
María Esther	Jul 25, 2023	mninoestrada@gmail.com	989460583	Wix Forms	No
Lourdes Niño Estrada	Jul 25, 2023	lourdesninoestrada3@gm...	902822783	Wix Forms	No
Melina Gonzales	Jul 24, 2023	melli_gonzales@hotmail.com	921912803	Wix Forms	No
catherine zuleika Limaylla ...	Jul 22, 2023	catherinezuleikalimayllasal...	996699167	Wix Forms	No
Jennifer Herminia	Jul 22, 2023	jenibpau23@hotmail.com	935589653	Wix Forms	No
Jacob Paredes	Jul 18, 2023	japaba60@hotmail.com	975499947	Wix Forms	No

Fuente: <https://www.bing.com/search?q=wix&aqs=edge.1.69i64i45018.6441882j0j4&FORM=ANAB01&PC=U531>

Revisando Indicadores

Los indicadores han sido validados mediante la red social Facebook y la página web, durante las fechas del 15 de Julio de 2023 hasta el 12 de agosto de 2023.

Figura 36

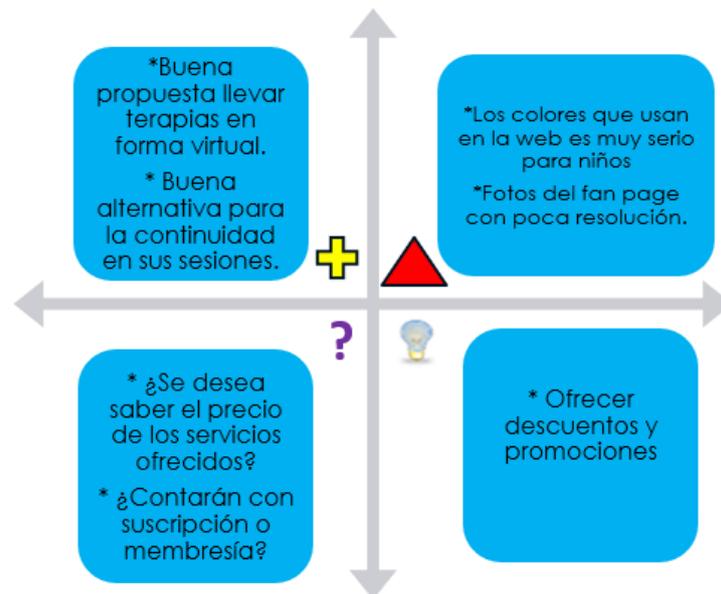
Indicadores de Fan page

FECHA	ADQUISICIÓN		INTERACCIÓN		RETENCIÓN	OBSERVACIÓN
	Página Web (Wix)	Fan page(Facebook)	Página Web (Wix)	Fan page(Facebook)		
15/07/2023	3	0	1	0	0	
16/07/2023	2	0	2	0	0	
17/07/2023	1	0	0	0	0	
18/07/2023	2	0	1	0	1	
19/07/2023	1	0	1	0	0	
20/07/2023	0	0	0	0	0	
21/07/2023	0	0	0	0	0	
22/07/2023	10	0	5	0	2	
23/07/2023	3	0	2	0	0	
24/07/2023	2	14	1	5	1	
25/07/2023	7	5	5	1	2	
26/07/2023	0	30	0	12	1	Publicacion Facebook
27/07/2023	6	7	3	2	1	
28/07/2023	6	96	2	38	5	
29/07/2023	3	0	1	0	0	
30/07/2023	0	6	0	4	1	
31/07/2023	0	0	0	0	0	

Malla Receptora

En la malla receptora se analizará cómo han venido interactuado los usuarios, validaremos los comentarios que dejaron del prototipo de lanzamiento, afianzaremos nuestros comentarios positivos, levantaremos las observaciones, absolveremos las dudas y evaluaremos la viabilidad de las ideas de mejora, esto con la finalidad de que nuestra página tenga mayor alcance.

De acuerdo con los resultados de los indicadores se logró obtener la siguiente información.

Figura 37*Malla Receptora de Información MPV***Ficha de Aprendizaje:****Landing Page - 20/07/2023****Responsables:**

NIÑO ESTRADA KARINA.

PAREDES BALAREZO JACOB.

Paso N°1: Hipótesis**Creíamos que:**

Los padres de familia entre las edades de 18 y 45 están dispuestos a pagar por terapias virtuales diarias desde la comodidad de su hogar.

Observación:

De acuerdo a los datos que nos proporciona las estadísticas tanto de la página web como en el fan page de Facebook, podemos validar que el fan page tuvo mayor alcance y que esta red social(Facebook) es la de mayor uso por nuestros clientes potenciales, En cinco días hemos obtenido un alcance 152 personas que visitaron la página siendo un 55.5% del total

de personas alcanzadas, podemos determinar que por este medio podremos captar más usuarios interesados en el servicio que ofrecemos, llegado a obtener un 50% de retención en dicho periodo.

Aprendizaje y Conclusiones

Tomamos como aprendizaje que los usuarios de la red social Facebook pueden ser potenciales clientes para adquirir los servicios que brindaremos, ya que evidenciamos que el 39% de las personas alcanzadas interactuaron y dieron me gusta, concluimos que el manejar la publicación por este medio tiene un buen alcance, evidenciando que en solo cinco días de publicación tuvimos un 50% de retención de todo el periodo.

Decisiones y Acciones

Con relación a los puntos ya observados tomamos la decisión de concretar estrategias de difusión y alcance de la página web, en este contexto se difundirá todos los beneficios de los servicios que brindamos, las acciones que tomaremos es seguir con la landing page y continuar con las mejoras y continuar con las mediciones y validación de satisfacción.

Descripción del Modelo de Negocio Validado

Mejoras en el Concierge MVP

Figura 38

Mejora del MPV



Fuente: <https://estradamilagros402.wixsite.com/my-site>

Propuesta de Valor

Indicadores: Satisfacción del usuario a través aliviadores de frustraciones:

Frustraciones:

- Demora para encontrar citas de terapia ocupacional y conductual.
- Falta de tutoriales sobre temas relacionados al cuidado de niños con educación especial.

Alegrías:

- Contar con variedad de tutoriales que guiaran en la enseñanza de su hijo.
- Sesiones grabadas que permitan tener orientación del cuidado y atención de su hijo.

Encuesta de Satisfacción de la Escala Likert

Las preguntas de este tipo ofrecen una gama de opciones de respuesta para que los encuestados puedan elegir. Con el paso de los años, esta pregunta ha evolucionado para convertirse en la favorita entre los encuestadores, ya que gracias a una pregunta Likert obtienen opiniones, impresiones y enfoques precisos de los encuestados.

(QUESTIONPRO)

Figura 39

Encuesta Likert-Pregunta 1

¿Qué tan satisfecho se siente que su hijo reciba terapias virtuales?



Figura 40*Encuesta Likert- Pregunta 2*

¿Qué tan satisfecho se siente al adquirir nuestras Terapias Virtuales por nuestra página web?

**Figura 41***Encuesta Likert- Pregunta 3*

¿Qué tan satisfecho se siente con el precio de los servicios que ofrecemos?



Fuente: <https://questionpro.com/t/AYW22ZzQY8>

Resultados de la Encuesta

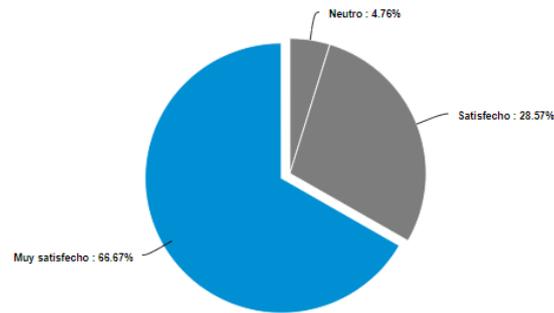
Como se puede apreciar en la figura el 66.67% se encuentra Muy satisfecho con las terapias Virtuales que reciben sus hijos, mientras que un 28.7% se encuentra satisfecho.

Respuestas satisfactorias para la ejecución del proyecto.

Figura 42

Resultados de Encuesta Pregunta 1

¿Qué tan satisfecho se siente que su hijo reciba terapias virtuales?



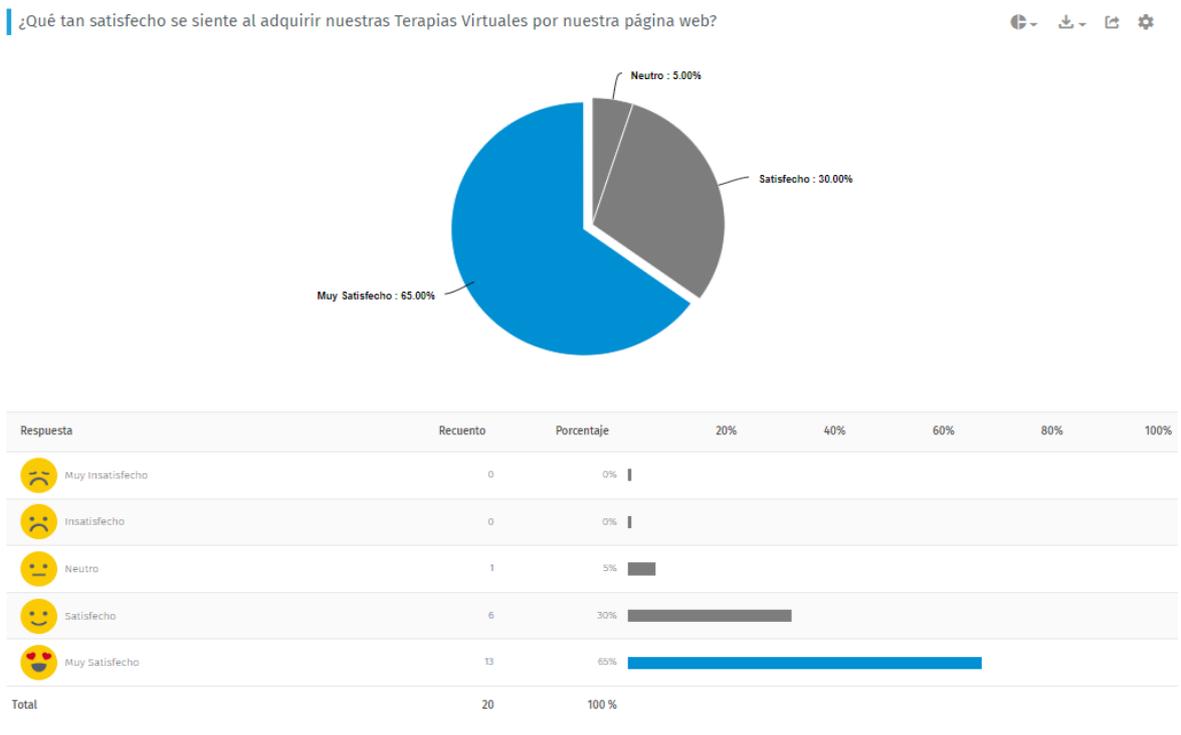
Respuesta	Recuento	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Muy insatisfecho	0	0%					
Insatisfecho	0	0%					
Neutro	1	4.76%					
Satisfecho	6	28.57%					
Muy satisfecho	14	66.67%					
Total	21	100 %					

Fuente: <https://www.questionpro.com/a/showVOCDashboardII.do?mode=default&lcfpn=false>

Como se puede apreciar en la siguiente figura el 65% se encuentra Muy satisfecho con las terapias Virtuales que adquieren usando la página web, mientras que un 30% se encuentra satisfecho. Respuestas satisfactorias para la ejecución del proyecto.

Figura 43

Resultado de la Encuesta Pregunta 2

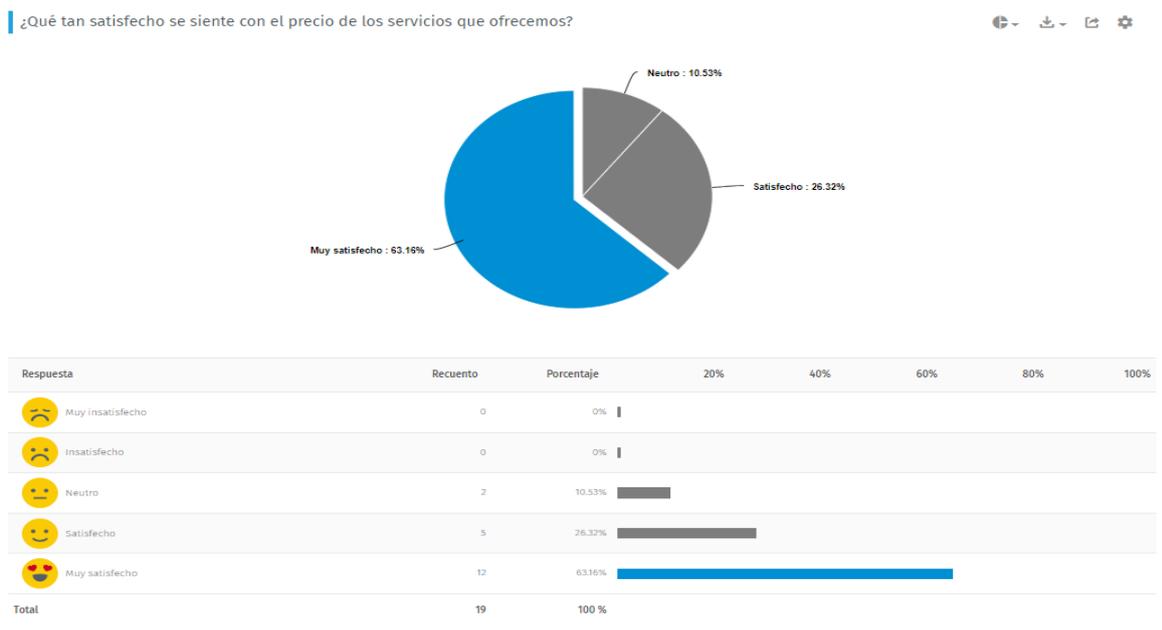


Fuente: <https://www.questionpro.com/a/showVOCDashboardII.do?mode=default&lcfn=false>

Como se puede apreciar en la siguiente figura el 63.16% se encuentra Muy satisfecho con los precios de las terapias Virtuales que adquieren usando la página web, mientras que un 26.32% se encuentra satisfecho. Respuestas satisfactorias para los precios ofrecidos.

Figura 44

Resultado de la Encuesta- Pregunta 3



Fuente: <https://www.questionpro.com/a/showVOCDashboardII.do?mode=default&lcfpn=false>

Decisiones

Tomando conocimientos de todas las respuestas positivas tomada de la encuesta aplicada de satisfacción, se decide validar la propuesta de valor generada por Virtual Specialists.

Canales

Contar con canales de comunicación con el cliente es fundamental para el éxito de una marca, pues permiten responder a las preguntas de tus consumidores de forma rápida y aprovechar mejor las oportunidades de venta. (QuestionPro, 2020).

Indicadores

Publicidad en Google: Precios por anunciarse

Figura 45

Precios-Publicidad en Google

Industria	CPC (Search)	CPC (Display)
Educación	\$2.40	\$0.47

Fuente: Agencia Sem Pencil Speech

Landing Page

Si se desea obtener entre 150 y 200 clics en los anuncios publicados en Google ADS, se deberá realizar un pago de S/.338.4.

Decisiones. Validando este costo por ingresar al nuestro landing page, tomamos la estrategia de canalizar y conseguir posibles clientes de Virtual Specialists por Google Ads.

Relación con los Clientes:

Indicadores. La pregunta Net Promoter Score te ayudará a conocer la capacidad que tienen los clientes de compartir tu marca, y hacer las mejores correspondientes en base a la retroalimentación recibida del NPS. **(QUESTIONPRO)**

Net promoter score (Disponibilidad del cliente para recomendarnos)

Instrumento Sugerido. Se realizó la siguiente pregunta en la encuesta aplicada a nuestros usuarios que interactuaron con el landing page.

Figura 46

Encuesta de Likert Pregunta 4

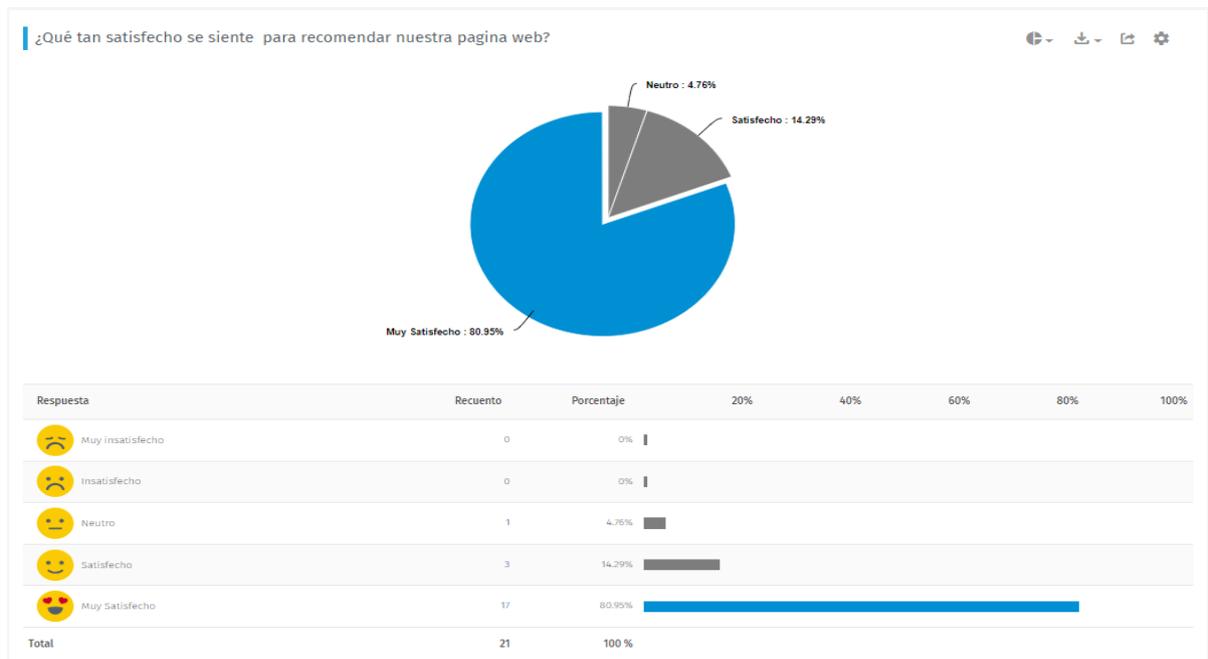
¿Qué tan satisfecho se siente para recomendar nuestra pagina web?



Resultados de la Encuesta

Figura 47

Resultados de Encuesta Pregunta 4



Fuente: <https://www.questionpro.com/a/showVOCDashboardII.do?mode=default&lcfn=false>

Como se observa en el gráfico, el 95.24 % de nuestros posibles clientes con los que se ha validado nuestro Pitch MPV está dispuesto a recomendar a Virtual Specialists.

Decisiones. Con todo lo validado y revisado se puede realizar una estrategia de ofertas y descuentos con los posibles clientes que están dispuestos dar a conocer a Virtual Specialists, estos con el objetivo de lograr captar una mayor cantidad de posibles clientes.

Fuente de Ingreso**Indicadores.** Aportación de cada fuente

Ingreso proveniente de fuente- Costo de operar la fuente de ingreso	Ganancias
s/. 8000	-
s/. 338.4	25%

Instrumento Sugerido. Registro de transacciones LANDING PAGE / GOOGLE ADS $(200 \text{ clic al mes} * \text{precio de Terapia Virtual S/ } 40.00) = \text{S/}8,000$ $(\text{Costo de operar en una fuente Google ADS}) = \text{S/} 338.4$ $(\text{Margen esperado de ganancias}) = 25\%$

Decisiones. Con la aplicación del instrumento sugerido, se puede cuantificar los ingresos procedentes de invertir en la fuente Google ADS, la cual indica que es favorable y al mismo tiempo ayudará a validar la viabilidad del presente modelo de negocios.

Capítulo V

Análisis de la Rentabilidad

Estimación del Tamaño del Mercado, Demanda Proyectada y Proyección de Ingresos

Tamaño de Mercado

A partir de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada para la validación del concierto MVP, se toma como referencia estos datos para la elaboración del cuadro de demanda.

Tabla 19

Cuadro de Demanda

POBLACIÓN	LIMA	11,008,500	personas
HOMBRES Y MUJERES DE 18 A 45 AÑOS	43.24%	4,760,185	
POBLACIÓN	64%	3,051,279	personas
TOTAL DE HOMBRES Y MUJERES NSE B-C			
PERSONAS CON HIJOS CON NEE		320,384	
TOTAL MERCADO POTENCIAL		320,384	personas
PREGUNTA DE PREFERENCIA %	67%	213,600	
MERCADO DISPONIBLE		213,600	personas
PREGUNTA DE CAPACIDAD PAGO	63%	139,910	
MERCADO EFECTIVO		134,910	personas
MERCADO OBJETIVO (1% - 5%)		1,349	personas
FRECUENCIA ADQUIEREN EL SERVICIO	2		Servicios por mes
DEMANDA MENSUAL		2,698	Servicios por mes

<https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/poblacion%202022.pdf>

En la tabla denominado cuadro de demandase determina el mercado potencial con la población de Lima Metropolitana, hombres y mujeres con hijos entre las edades de 18 a 45 años, de un nivel socioeconómica B y C, el cálculo del mercado disponible como resultado del concierto MVP, Mercado efectivo, Virtual Specialists considera que atenderá el 1% de la demanda efectiva.

Siendo el mercado objetivo 1349 personas con hijos con NEE entre 0 a 17 años, de las cuales requieren el servicio 2 veces por mes, dando como resultado una demanda mensual de 2698 servicios al mes.

Considerando que los servicios validados en el concierto MVP se consideran 3 tipos Terapia Virtual, Evaluaciones y Sesiones grabadas, a través de la encuesta aplicada se toma como referente el porcentaje de preferencia de compra de los servicios de Virtual Specialists, se realiza el cálculo de la demanda de los servicios.

Tabla 20

Cálculo de la Demanda de los Servicios

SERVICIOS	%	CANTIDAD
Terapia Virtual	50.0%	1349
Evaluaciones	30.0%	809
Sesión grabada	20.0%	540
TOTAL	100%	2,698

Demanda Proyectada

A continuación, se detalla la demanda proyectada mensual de servicios de Virtual Specialists con el porcentaje de preferencia validado en el concierto MVP, así como el porcentaje de crecimiento del sector educación en las EdTech de un 13%.

Tabla 21*Demanda Mensual Proyectada de Servicios*

			MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
SERVICIOS	%	CANTIDAD											
Terapia Virtual	50.0%	1349	1363	1377	1391	1405	1420	1434	1449	1464	1479	1494	1509
Evaluaciones	30.0%	809	818	826	835	843	852	860	869	878	887	896	905
Sesión Grabada	20.0%	540	545	551	556	562	568	574	580	585	591	597	604
TOTAL	100%	2,698	2,726	2,754	2,782	2,810	2,839	2,868	2,898	2,927	2,957	2,987	3,018

([https://www.fundssociety.com/es/opinion/crecimiento-del-sector-educativo-mayor-demanda-nuevas-competencias-y-fuerte-inversion-en-](https://www.fundssociety.com/es/opinion/crecimiento-del-sector-educativo-mayor-demanda-nuevas-competencias-y-fuerte-inversion-en-edtech/)

[edtech/](https://www.fundssociety.com/es/opinion/crecimiento-del-sector-educativo-mayor-demanda-nuevas-competencias-y-fuerte-inversion-en-edtech/)

En la tabla se aprecia la demanda mensual de los servicios de Virtual Specialists, lo cual va incrementando según el crecimiento del sector.

Tabla 22

Demanda Anual de Servicios

RESUMEN DE VENTAS: Demanda anual de servicios de Virtual Specialists					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Terapia Virtual	17133	19360	21877	24720	27934
Evaluaciones	10280	11616	13126	14832	16760
sesión grabada	6853	7744	8751	9888	11174
TOTAL DE VENTAS	34,265	38,719	43,753	49,441	55,868

En la tabla se aprecia la demanda de los servicios de Virtual Specialists para los cinco primeros años, lo cual va en aumento según el crecimiento del sector.

Proyección de Ingreso

Para el cálculo de la proyección de ingresos, se toma como referencia la validación de precios de los servicios Virtual Specialists, validado según encuesta Likert del concierge MVP.

Tabla 23*Tabla Proyección de Ventas Mensuales*

	PRECIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
	SIN IGV												
	(S/.)												
Terapia Virtual	33.90	45,732	46,200	46,673	47,151	47,634	48,121	48,614	49,112	49,614	50,122	50,635	51,154
Evaluaciones	25.42	20,579	20,790	21,003	21,218	21,435	21,655	21,876	22,100	22,326	22,555	22,786	23,019
Sesión Grabada	4.24	2,287	2,310	2,334	2,358	2,382	2,406	2,431	2,456	2,481	2,506	2,532	2,558
TOTAL		68,598	69,300	70,010	70,727	71,451	72,182	72,921	73,667	74,422	75,183	75,953	76,731

En la tabla se aprecia los ingresos mensuales por ventas en soles de los servicios Virtual Specialists, se tomas los precios sin IGV.

Tabla 24*Tabla Anual de Proyección de Ingresos por Servicios*

Ingresos por ventas anuales					
	AÑO 1 (S/.)	AÑO 2 (S/.)	AÑO 3 (S/.)	AÑO 4 (S/.)	AÑO 5 (S/.)
Terapia Virtual	580,763	656,262	741,576	837,981	946,919
Evaluaciones	261,343	295,318	333,709	377,092	426,114
sesión grabada	29,038	32,813	37,079	41,899	47,346
TOTAL DE VENTAS	871,145	984,393	1,112,365	1,256,972	1,420,378

Como se observa en la tabla, se realiza la proyección de ingresos anuales, por las posibles ventas en soles de los servicios de Virtual Specialists, para el cálculo anual se toma en cuenta el crecimiento del sector.

Determinación de las Necesidades de Inversión y Financiamiento

Inversión

A continuación, se detalla la inversión total generada para la implementación de este proyecto, teniendo en cuenta la inversión fija, inversión intangible y capital de trabajo.

Tabla 25

Tabla de Inversión

PLAN DE INVERSIÓN - "IMPLEMENTACION DE UNA PLATAFORMA DIGITAL DE SERVICIO INTEGRAL PARA NIÑOS CON NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES EN LA CIUDAD DE LIMA"			
1. INVERSIÓN FIJA / TANGIBLE			S/ 21,724.00
MUEBLES Y EQUIPOS ADMINISTRATIVOS			S/ 21,724.00
	Valor Unitario	Cantidad	Valor total
Laptop	S/ 3,400.00	4	S/ 13,600.00
Impresora	S/ 1,800.00	1	S/ 1,800.00
Sillas	S/ 600.00	4	S/ 2,400.00
Escritorio	S/ 531.00	4	S/ 2,124.00
Proyector	S/ 1,800.00	1	S/ 1,800.00
2. INVERSIÓN INTANGIBLE / PRE-OPERATIVA			S/ 6,205.00
Desarrollo de plataforma digital	S/ 3,500.00	1	S/ 3,500.00
Hosting (pago anual)	S/ 200.00	1	S/ 200.00
Dominio (pago anual)	S/ 220.00	1	S/ 220.00
servidos (pago anual)	S/ 1,100.00	1	S/ 1,100.00
Constitución de la empresa	S/ 600.00	1	S/ 600.00
Presentar minuta a notaria publica y registró	S/ 150.00	1	S/ 150.00
Tramite de licencia municipal de las instalaciones de la empresa	S/ 300.00	1	S/ 300.00
Reserva de nombre	S/ 50.00	1	S/ 50.00
Certificado de defensa civil	S/ 85.00	1	S/ 85.00
3. CAPITAL DE TRABAJO			S/ 28,132.50
Adelanto y garantía de alquiler (Oficinas)	1x1 (Adelanto y garantía)		S/ 4,000.00
Suministros diversos (Materiales de oficina)	Un mes		S/ 3,290.00
Dinero para Gastos Administrativos y de Ventas	*Un mes		S/ 20,842.50
INVERSIÓN TOTAL			S/ 56,061.50

En relación con la tabla, se realiza el cálculo de la depreciación de los equipos, según la tabla de tiempo de vida útil de los equipos, publicada por SUNAT 2023.

Tabla 26*Tabla de Depreciación*

Depreciación de equipos	Valor total	DEPRECIACIÓN ANUAL
Laptop	S/ 13,600.00	S/ 2,720.00
Impresora	S/ 1,800.00	S/ 360.00
Sillas	S/ 2,400.00	S/ 480.00
Escritorio	S/ 2,124.00	S/ 424.80
Proyector	S/ 1,800.00	S/ 360.00
		S/ 4,344.80

(<https://noticierocontable.com/tasas-depreciacion-activo-fijo/>)

Financiamiento

El financiamiento de este proyecto de inversión se realizará con el aporte del 100% de capital propio.

Tabla 27*Tabla de Financiamiento del Proyecto*

Financiamiento del proyecto		
INVERSIÓN TOTAL		S/ 56,061.50
CAPITAL DE SOCIOS	S/ 56,061.50	100%
PRÉSTAMO	S/ -	0%
	S/ 56,061.50	100%

Estimación de Costos, Clasificación de Costos en Fijos y Variables.

Determinación del Punto de Equilibrio

Costo Fijos

A continuación, se detalla los costos fijos de este proyecto de inversión, para ello se armará una planilla mensual y anual, asimismo el cálculo de los gastos administrativos y de ventas.

Tabla 28

Costos Fijos

CARGO	SUELDO (S/.)	ESSALUD 9% (S/.)	GRATIF. (S/.)	CTS (S/.)	VACACIONES (S/.)	TOTAL ANUAL (S/.)	MENSUAL (S/.)
Administrador	2,500.00	225.00	1,250.00	1,250.00	1,250.00	36,450.00	3,037.50
Asistente Administrativa	1,100.00	99.00	550.00	550.00	550.00	16,038.00	1,336.50
Psicólogo 1	1,800.00	162.00	900.00	900.00	900.00	26,244.00	2,187.00
Psicólogo 2	1,800.00	162.00	900.00	900.00	900.00	26,244.00	2,187.00
Programador	1,200.00	108.00	600.00	600.00	600.00	17,496.00	1,458.00
Teleoperadora	1,100.00	99.00	550.00	550.00	550.00	16,038.00	1,336.50

En la tabla, se elaboró la planilla anual y mensual para el presente proyecto, la cual estará acogido al Régimen Mype tributario

Tabla 29

Gastos Operativos Mensuales

Gastos administrativos y ventas		
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/	14,048.00
ALQUILER	S/	1,500.00
PLANILLA ADMINISTRAT.	S/	8,748.00
SERVICIOS PÚBLICOS	S/	1,150.00
CONTADOR	S/	900.00
MANTEMIENTO EQUIPOS	S/	700.00
SEGURIDAD	S/	1,050.00
GASTOS DE VENTAS	S/	6,794.50
PLANILLA DE MARKETING	S/	2,794.50
PUBLICIDAD DIGITAL	S/	3,000.00
OTROS	S/	1,000.00

Nota: En la tabla, se realiza el cálculo de los gastos fijos mensuales, datos que se tomaran en cuenta para la realización del punto de equilibrio.

Gastos Administrativos

Tabla 30

Gastos Administrativos Anuales

Gastos administrativos anuales				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
S/ 168,576	S/ 181,877	S/ 196,227	S/ 211,709	S/ 228,413

Nota: se realiza el cálculo de los gastos administrativos anuales, teniendo en cuenta el nivel de inflación que presenta nuestro país, el cual corresponde a un 7.89%, por BCRP junio 2023.

(<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2023/junio/reporte-de-inflacion-junio-2023.pdf>)

*Gasto de Venta***Tabla 31***Gastos de Ventas Anuales*

Gastos ventas anuales				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
S/ 81,534	S/ 92,133	S/ 104,111	S/ 117,645	S/ 132,939

Nota: se realiza el cálculo de los gastos de ventas anuales, teniendo en consideración el nivel de crecimiento anual del sector, que representa el 13%. de las EdTech.

(<https://www.fundssociety.com/es/opinion/crecimiento-del-sector-educativo-mayor-demanda-nuevas-competencias-y-fuerte-inversion-en-edtech/>)

Costo de Venta

Tabla 32. Costo de Ventas Mensuales

Costo de venta mensual													
COSTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
(SIN IGV)													
Terapia Virtual	23.73	32,013	32,340	32,671	33,006	33,344	33,685	34,030	34,378	34,730	35,086	35,445	35,808
Evaluaciones	18.64	15,092	15,246	15,402	15,560	15,719	15,880	16,043	16,207	16,373	16,540	16,710	16,881
Sesión grabada													
TOTAL		47,104	47,586	48,073	48,566	49,063	49,565	50,072	50,585	51,103	51,626	52,154	52,688

Tabla 33*Costo de Ventas Anuales*

Costo de venta anual					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Terapia Virtual	406,534	459,384	519,103	586,587	662,843
Evaluaciones	191,652	216,567	244,720	276,534	312,483
sesión grabada					
TOTAL DE VENTAS	598,186	675,950	763,824	863,121	975,326

*Precio de Venta Promedio***Tabla 34***Precio de Ventas Promedio*

Precio de venta promedio sin IGV.					
	% DE PREFERENCIA	CON IGV		SIN IGV	
Terapia Virtual	50.0%	S/	40.00	S/	33.90
Evaluaciones	30.0%	S/	30.00	S/	25.42
sesión grabada	20.0%	S/	5.00	S/	4.24
PRECIO PROMEDIO DE VENTA				S/ 25.42	

Se observa el cálculo del precio de venta promedio de los servicios de Virtual Specialists, se toma como base el precio de venta validado en el concierge MVP, del cual se deduce el precio sin IGV.

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se realizó mediante el cálculo que determina el momento en que los ingresos cubren los costos fijos y variables, es decir si se logra vender una cantidad equitativa a los gastos fijos, estaremos logrando alcanzar el punto de equilibrio para el negocio.

Tabla 35

Punto de Equilibrio Mensual

PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL	
Costos fijos	S/ 20,842.50
Costos variables promedio	S/ 17.46
Precio promedio	S/ 25.42
Punto de equilibrio	2,616

Nota: Se establece que el presente modelo de negocio tendrá que vender 2,616 servicios para alcanzar el punto de equilibrio.

Tabla 36

Detalle de Punto de Equilibrio

DETALLE DE PUNTO DE EQUILIBRIO		
Productos	%	Unidades
Terapia Virtual	50.0%	1308
Evaluaciones	30.0%	785
sesión grabada	20.0%	523

Tomada como referencia el punto de equilibrio, se realiza el cálculo de cuantos servicios se debe considerar para cumplir el punto de equilibrio encontrado, para calcular esta cantidad se tomó como base el porcentaje de preferencia por cada servicio en el concierge MVP. El resultado obtenido determina que debemos vender 1308 servicios de terapia virtual, 785 servicios de evaluación temprana y 523 sesiones grabadas.

Flujo de Caja Proyectado

Estado de Resultado Proyectado

Para determinar el flujo de caja proyectado se ha determinado en primer lugar realizar el estado de resultados, con el fin de comprobar con mayor exactitud y precisión si el proyecto tendrá ganancias o pérdidas en sus actividades y tomar decisiones estratégicas para alcanzar los objetivos marcados.

Tabla 37

Estado de Resultado Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	871,145	984,393	1,112,365	1,256,972	1,420,378
COSTO DE VENTAS	598,186	675,950	763,824	863,121	975,326
UTILIDAD BRUTA	272,959	308,443	348,541	393,851	445,052
GASTOS					
ADMINISTRATIVOS	168,576	181,877	196,227	211,709	228,413
GASTOS DE VENTAS	81,534	92,133	104,111	117,645	132,939
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	5,129	5,129	5,129	5,129	5,129
UTILIDAD OPERATIVA	17,720	29,304	43,075	59,368	78,571
GASTOS FINANCIEROS					
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	17,720	29,304	43,075	59,368	78,571
IMPUESTO A LA RENTA	1,772	2,930	4,307	5,937	23,179
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	15,948	26,374	38,767	53,431	55,393

Se Visualiza el estado de ganancias y pérdidas comprendido por la utilidad bruta, utilidad operativa, utilidad antes de impuesto y la utilidad después de impuesto. El cálculo de los impuestos se realiza aplicando el régimen MYPE tributario (Los primeros 4 años en el tramo de ganancia hasta 15UIT o S/ 74.250.00) el cual se determina al 10% de tasa sobre utilidad, y el quinto años sobre el tramo mayor a 15UIT o S/ 74.250.00, el cual se determina al 29.5% de tasa sobre la utilidad.

Flujo de Caja Proyectado. -

Sustenta la proyección del flujo de caja de su del proyecto basándose en los resultados de ingresos que son las ventas y egresos que son los costos y gastos tradicionales operativos, administrativo, ventas, inversión inicial de los 05 primeros años.

Tabla 38*Flujo de Caja Proyectado*

FLUJO DE CAJA – PROYECTO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		871,145	984,393	1,112,365	1,256,972	1,448,511
VENTAS		871,145	984,393	1,112,365	1,256,972	1,420,378
RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO						28,132.5
EGRESOS	56,061.5	850,068	952,891	1,068,469	1,198,412	1,359,857
INVERSIONES	56,061.5					
COSTO DE VENTAS		598,186	675,950	763,824	863,121	975,326
GASTOS ADMINISTRATIVOS		168,576	181,877	196,227	211,709	228,413
GASTOS DE VENTAS		81,534	92,133	104,111	117,645	132,939
PAGO DE CUOTAS						
IMPUESTO A LA RENTA		1,772	2,930	4,307	5,937	23,179
SALDO DE CAJA	56,061.5	21,077	31,503	43,896	58,560	88,654

Nota: se observa el flujo de caja proyectado a 5 años, la cual está determinada por la diferencia entre ingreso y egresos. En el año cero reflejado en negativo representa la inversión inicial para la implementación del presente plan de negocios. Los resultados obtenidos a partir del año uno es positivo, lo que refleja cifras alentadoras para este proyecto

Evaluación Económica y Financiera: Cálculo de VAN y TIR

Cálculo de VAN

Como se apreció en las secciones anteriores dentro del capítulo V, no se tendrá financiamiento bancario para la ejecución del proyecto sino se trabajará con recursos propios aportados por los socios (aporte societario), por lo tanto, la evaluación será netamente económica.

Tabla 39

Valor Actual Neto

Valor actual neto						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO DE CAJA	56,061.5	21,077	31,503	43,896	58,560	88,654
COK	22.50%					
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	64,159.09					

Para el cálculo del valor actual neto se toma los saldos de flujo de caja proyectado a un tiempo de cinco años, así como también el costo de oportunidad que equivale a un 22.50%, el resultado obtenido es superior a cero la cual refleja que el presente proyecto de inversión es económicamente viable.

Cálculo de TIR**Tabla 40***Tasa Interna de Retorno*

Tasa de Retorno						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO DE CAJA	56,061.5	21,077	31,503	43,896	58,560	88,654
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	57.42%					

La rentabilidad de invertir S/. 56,061.50 en el proyecto la rentabilidad representa un 57.42% anual, esta TIR lo comparamos contra nuestro COK (Costo de oportunidad) tomando la tasa de interés referencial por depósito a plazo fijo anual e incluyendo la prima de riesgo el cual equivale al 22.5%, vemos que es inferior al valor obtenido en el TIR, por tanto, ratificamos que si es viable y rentable el presente proyecto.

Conclusiones

Conclusión 1

De acuerdo con la investigación realizada se concluye que existe la necesidad de atender a este sector de niños con necesidades educativas especiales, que lamentablemente por no contar con las estadísticas reales y exactas de la cantidad de niños en esta condición no se han podido implementar políticas por parte del estado peruano para abordar y atender la problemática de estos niños, es por ello que el proyecto presenta dentro de uno de sus principales servicios el brindar diagnósticos tempranos para asegurar que cada vez más niños sean diagnosticados a tiempo y poder ser asistidos con un tratamiento oportuno.

Conclusión 2

Existe un alto índice de niños que no reciben continuidad en sus tratamientos debido a la falta de citas que brindan los centros de atención del estado, muchas veces llegan a esperar hasta más de cinco meses para que le programen terapias y estas son de vital importancia para su desarrollo cognitivo, emocional y social, ésta es otra de las problemáticas que el presente proyecto desea atender a través de las terapias virtuales.

Conclusión 3

La rentabilidad proyectada de invertir S/. 56,061.50 en este proyecto es del 57.42% anual, superando el costo de oportunidad esperado del 22.5%. Esto indicada que la inversión de brindar los servicios de Virtual Specialists es económicamente viable y ofrece una oportunidad rentable para los inversionistas.

Recomendaciones

Recomendación 1

Se deberían plantear normas y políticas integrando tanto a los profesionales de los centros educativos que puedan evidenciar alguna dificultad en sus alumnos que los lleve a pensar que necesitan de una atención especial, con los profesionales que diagnostican estas condiciones, esto con la finalidad de evitar que la decisión de llevar a los niños a una evaluación no dependa de los padres de familia sino del trabajo integrado que realicen dichos profesionales, ya que se ha evidenciado a través de las encuestas que muchos padres de familia aun teniendo sospechas que su niños no presentan el desarrollo de un niño normal, evitan hacerles un diagnóstico perjudicando la calidad de vida del niño.

Recomendación 2

Promover en diversos medios información de los beneficios que tendrían los niños con estas condiciones si son atendidos a tiempo llevando un tratamiento adecuado, con profesionales calificados que ayudarán de manera significativa su conducta, comunicación y desarrollo cognitivo, etc.

Recomendación 3

Impulsar la atención virtual como una alternativa efectiva que pueda en el tiempo reemplazar a la atención presencial, hemos evidenciado que durante la pandemia muchos niños con estas condiciones no recibieron la atención necesaria y esto afecto de manera significativa su desarrollo.

Referencias Bibliográficas

Crecimiento del sector educativo: mayor demanda, nuevas competencias y fuerte inversión en EdTech

<https://www.fundssociety.com/es/opinion/crecimiento-del-sector-educativo-mayor-demanda-nuevas-competencias-y-fuerte-inversion-en-edtech/>

Defensoría del Pueblo advierte falta de políticas públicas para la atención a personas con autismo - Defensoría del pueblo

<https://www.defensoria.gob.pe/defensoria-del-pueblo-advierte-falta-de-politicas-publicas-para-la-atencion-a-personas-con-autismo>

Ministerio de Educación, (2021) Oficina de prensa del Minedu.

Plataforma digital única del estado:

<https://www.gob.pe/institucion/minedu/noticias/545470-mas-de-80-mil-estudiantes-con-discapacidad-estan-matriculados-en-la-educacion-basica>.

Perfiles Socioeconómicos de Lima Metropolitana 2021

<https://www.ipsos.com/es-pe/perfiles-socioeconomicos-de-lima-metropolitana-2021>

Reporte de Inflación junio 2023 <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2023/junio/reporte-de-inflacion-junio-2023.pdf>

Sistema de información científica Redalyc,(2019)Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud 2019 ,17(2).

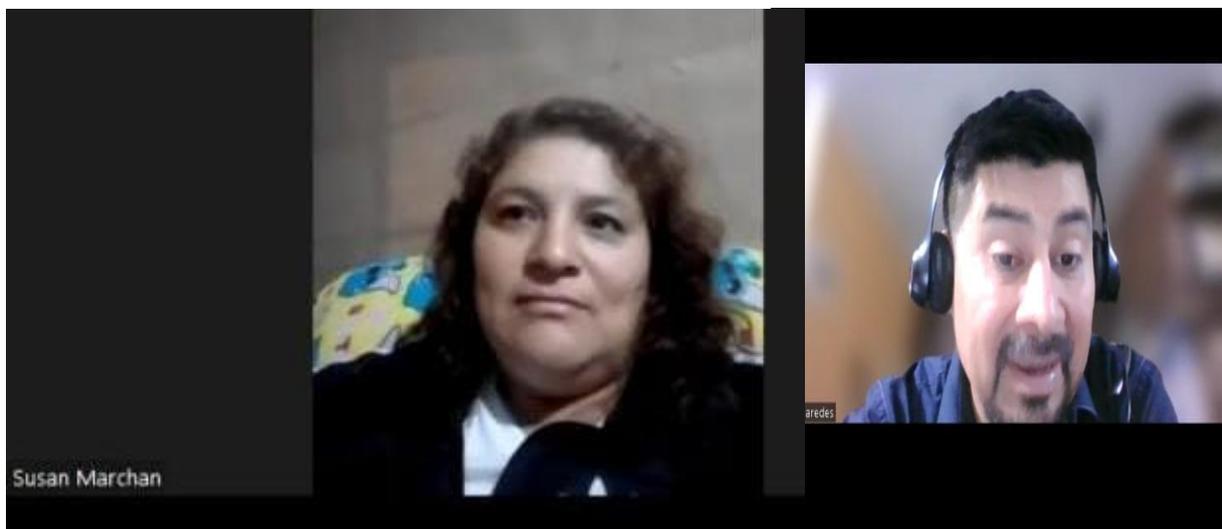
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77361136007#:~:text=Accesibilidad%20en%20salud%3A%20revisi%C3%B3n%20sobre%20ni%C3%B1os%20y%20ni%C3%B1as,Am%C3%A9rica%20Latina.%20Se%20trata%20de%20una%20revisi%C3%B3n%20sistem%C3%A1tica>.

Sebastián Pendino, (2020) Crea, Atrae, Monetiza(Edición 2020, Español)

<https://sebastianpendino.com/academy/recursos/ebook-cam/>

Anexos

ANEXO 1: ENTREVISTA A PROFUNDIDAD -MEDIO: PLATAFORMA ZOOM





ANEXO 3(TESTEO PROTOTIPO)

Contacto

NOMBRE

catherine zuleika Limaylla Salvatierra

DIRECCIÓN

A.h.villa Manuel Scorza Mz C It1

EMAIL

catherinezuleikalimayllasalvat@gmail.com

TELÉFONO

996699167

DEJANOS TU COMENTARIO

Es muy importante las terapias para ayudar a nuestros niños a tener confianza en sí mismos para desenvolverse mejor en todas las etapas de su vida 🍌🍌

Form Submission

Contacto

NOMBRE

Melina Gonzales

DIRECCIÓN

Carabayllo

EMAIL

meli_gonzales@hotmail.com

TELÉFONO

921912803

DEJANOS TU COMENTARIO

Excelente página muy dinámica e interactiva

Form Submission

Contacto

NOMBRE

Jose Degollar Yanac

DIRECCIÓN

Carabayllo

EMAIL

degollar892@gmail.com

TELÉFONO

972830892

DEJANOS TU COMENTARIO

Excelente pagina. Me podrían brindar información.

Form Submission

Contacto

NOMBRE

Martin Alonso Muñoz Taboada

DIRECCIÓN

Mz E3 Lote 12

EMAIL

mmunoztaboada1@gmail.com

TELÉFONO

927861407

DEJANOS TU COMENTARIO

Excelente página buena iniciativa, como hago para contactarlos.

Form Submission

Contacto

NOMBRE

Fernando Gabriel

DIRECCIÓN

Uruguay 401 Callao

EMAIL

fcarpio@senati.edu.pe

TELÉFONO

936239223

DEJANOS TU COMENTARIO

Muy bueno

Contacto

NOMBRE

Henry Orihuela Quici

DIRECCIÓN

condomimio ciudad verde paz centenario torre i dpto 107

EMAIL

pipper215@gmail.com

TELÉFONO

963277430

DEJANOS TU COMENTARIO

Excelente iniciativa, muy buena pagina para encontrar servicios.

Form Submission

ANEXO 4(MODELO DE ENCUETA APLICADA CONCIERGE MPV)

<https://questionpro.com/t/AYW22ZzQY8>

