

MODELO DE NEGOCIO

RALLY TEAM TACTICS



ADRIÁN RUBIO GARRIDO

ALEJANDRO ASENSIO PÉREZ

ÁLVARO MARTÍN HITA

DANIEL HERNÁNDEZ TAMAYO

ERIC MARTÍNEZ GAMERO

SERGIO MONTES VEREDAS

TABLA DE CONTENIDO

1. Información sobre el usuario -----	3
2. Mapa de empatía -----	4
3. Caja de herramientas -----	5
4. Modelo de lienzo -----	6

INFORMACIÓN SOBRE EL USUARIO

¿Quién es?

Existen dos tipos de usuarios, un primer usuario-cliente que sería una entidad financiera/educativa, que obtiene datos del usuario final mediante analíticas, y un usuario final, que es el niño que juega al videojuego y genera las métricas.

¿Qué quiere?

Por parte del cliente-usuario, quiere obtener las métricas y potenciar el pensamiento computacional de los niños.

Por parte del usuario final, quiere diversión y entretenimiento sin tener la sensación de estar haciendo una actividad académica.

¿Aficiones?

El usuario final es un niño de edad temprana, entre los 8 y 12 años, que frecuenta videojuegos de corte actual, de todos los géneros. Tiene nociones y se asume que comprende el funcionamiento-mecánicas del medio audiovisual.

¿Situación?

Por parte del cliente-usuario, su situación es de dependencia con instituciones públicas/privadas para poder financiar proyectos innovadores como el estudio del Pensamiento Computacional en centros educativos.

Por parte del usuario final, su situación es la de adquisición habilidades formativas a través de innovaciones que sustituyen la educación tradicional. Esta gamificación camufla la docencia en sí misma.

¿Actividad?

Por parte del cliente-usuario, su actividad son labores educativas, administrativas y corporativas.

Por parte del usuario final, su actividad es la asistencia y participación en las clases como alumnos del centro educativo.

¿Cómo es?

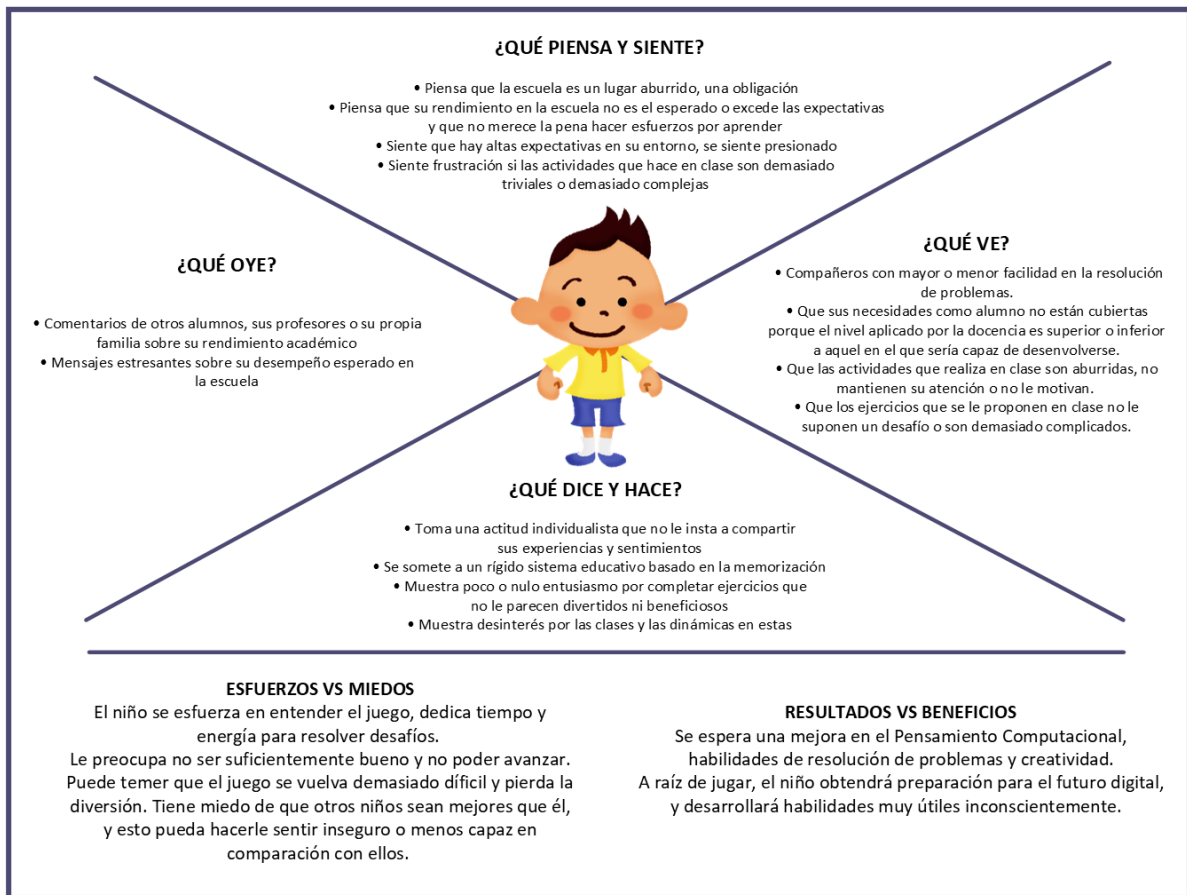
Por parte del cliente-usuario, es una entidad educativa compuesta por expertos en docencia y que busca encontrar métodos más efectivos y vanguardistas para generar recursos y/o enfoques académicos.

Por parte del usuario final, es una persona con energía que necesita reposo entre clases, que aprende mejor a través de metodologías lúdicas que tradicionales.

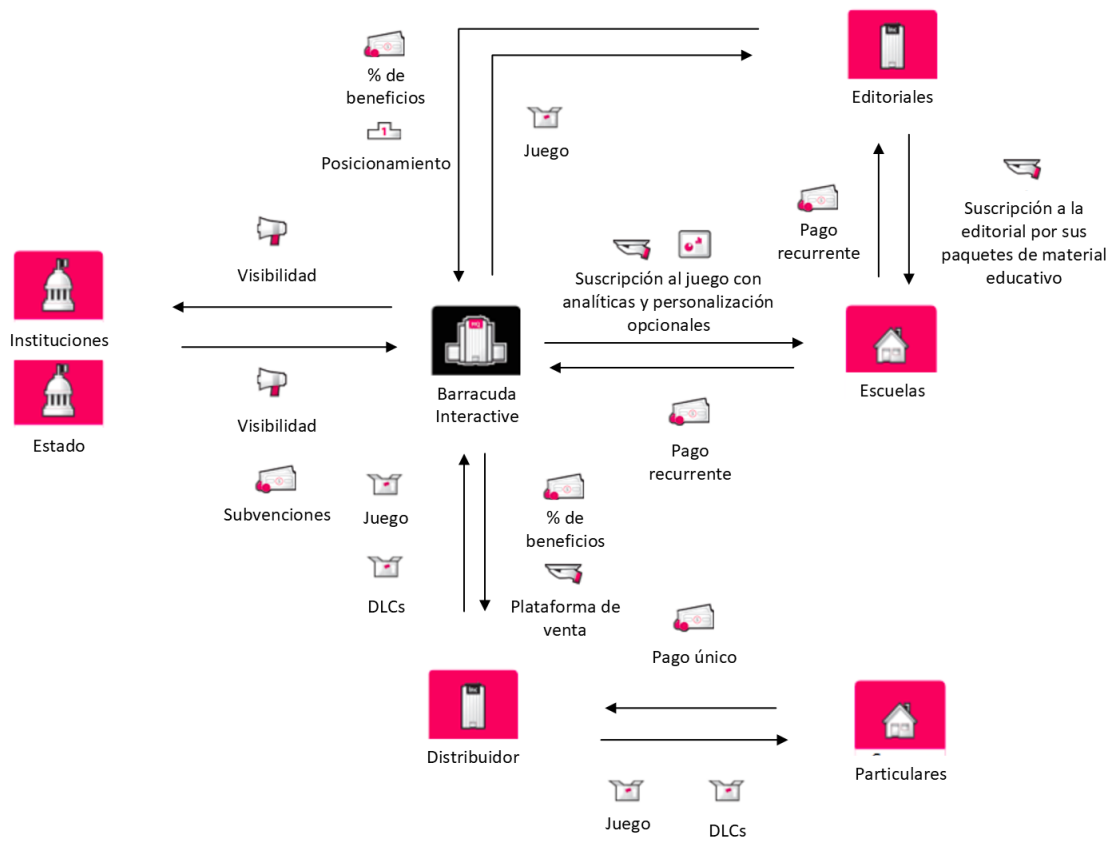
¿Qué necesita?

El cliente-usuario necesita conocer las capacidades de sus estudiantes de cara a mejorar su método de enseñanza. Al conocer sus aptitudes, la de los usuarios finales, podrá dirigir mejor sus esfuerzos a la hora de personalizar la educación, plan académico, etcétera. Asimismo, la entidad educativa mejorará su posición de prestigio al ofrecer mejores programas de enseñanza.

MAPA DE EMPATÍA DEL USUARIO



CAJA DE HERRAMIENTAS



MODELO DE LIENZO



*

Acuerdos institucionales: mantener conversaciones y llegar a acuerdos con instituciones nacionales e internacionales y el Estado para financiar nuestro videojuego y promover su uso en las aulas.

Integración con el modelo educativo: asegurarse de que el producto sea adecuado a los currículos escolares actuales.

Promoción y marketing: promoción del videojuego en ferias del sector educativo, en colaboración con las editoriales, en las plataformas de distribución y en redes sociales.

Mantenimiento y desarrollo de nuevo contenido: supervisión de la recepción al juego tras el lanzamiento para el despliegue de parches y el potencial desarrollo de contenido adicional.