# MODELO DE NEGOCIO

**RALLY TEAM TACTICS** 



ADRIÁN RUBIO GARRIDO

ALEJANDRO ASENSIO PÉREZ

ÁLVARO MARTÍN HITA

DANIEL HERNÁNDEZ TAMAYO

ERIC MARTÍNEZ GAMERO

**SERGIO MONTES VEREDAS** 



Universidad Rey Juan Carlos

## **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 y rangos de edad, especialmente adolescentes. Tiene nociones y se asume que comprende el funcionamiento-mecánicas del medio audiovisual.

#### ¿Situación?

Por parte del cliente-usuario, su situación es dependencia respecto a 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 adquirir habilidades formativas a través de innovaciones que sustituyen la educación clásica. 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?

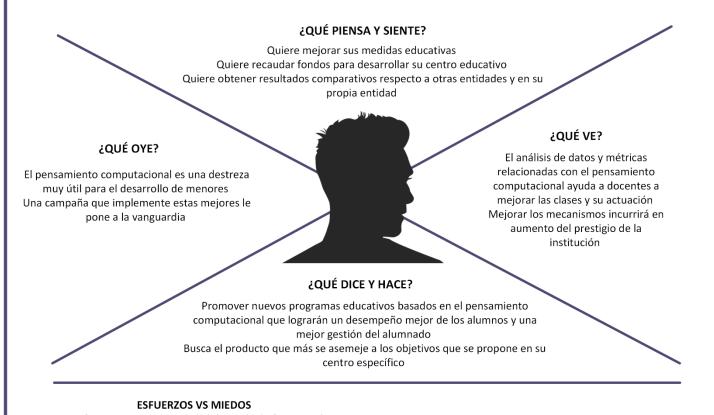
Por parte del cliente-usuario, es una entidad educativa compuesta por expertos en docencia y que buscan encontrar métodos más efectivos/vanguardistas en cuanto a los recursos/enfoques académicos.

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

#### ¿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 (orientado al cliente)



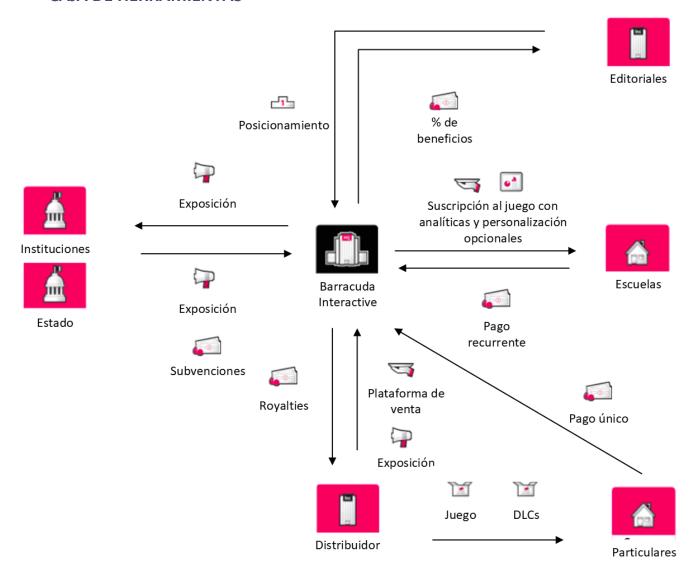
Los esfuerzos requeridos son la búsqueda de financiación, organización y obtención de recursos, adaptación del currículo académico.

Miedo por invertir dinero público o privado y no lograr los objetivos propuestos, así como no cumplir las expectativas de todas las partes interesadas, especialmente los docentes y padres y la fuente de financiación.

#### **RESULTADOS VS BENEFICIOS**

Unos buenos resultados en la obtención de métricas pueden derivar en la implementación de sistemas de enseñanza que se adapten a las necesidades del alumnado, así como faciliten la labor de los docentes.

## **CAJA DE HERRAMIENTAS**



## **MODELO DE LIENZO**

#### Key Partnerships



#### Colaboraciones educativas

Asociaciones con escuelas y educadores para integrar el juego en el entorno educativo

#### Alianzas con plataformas

Colaboración con tiendas de aplicaciones y plataformas de juegos para una mayor visibilidad

#### Colaboraciones con editoriales

Compañías a las que ofrecer empaquetar junto con sus productos el videojuego Respaldo de estados. gobiernos e instituciones

europeas Aprobación y partnership de entidades estatales y supraestatales para justificar

#### **Key Activities**

Diseño y Desarrollo del Juego Creación y mejora continua del juego para mantener la atención de los niños

#### Integración Educativa

Alineación del juego con los estándares educativos y currículos escolares

#### Promoción y Marketing

Estrategias para promocionar el juego a los segmentos de clientes

#### **Key Resources**



Desarrolladores de Juegos Equipo de desarrolladores creativos y técnicos

#### **Educadores Expertos**

Colaboración con educadores para garantizar la efectividad educativa del juego

#### Infraestructura Tecnológica

Servidores, plataformas de desarrollo y herramientas de análisis

#### Value Propositions



#### Aprendizaje Divertido

Juegos interactivos y desafiantes que fortalecen el pensamiento computacional mientras se divierten

## Adaptabilidad Educativa

Integración con currículos escolares para apoyar la educación formal

#### Seguridad y Confianza

Ambiente seguro y confiable para los niños, respaldado por educadores y padres Analíticas y estadísticas Personalización para las escuelas, diferentes ofertas de analítica de datos y

#### Customer Relationships

Soporte en línea para

y proporcionar ayuda

Foros y Comunidades

jugadores y educadores

experiencias y consejos

pueden compartir

Channels

Juegos

resolver problemas técnicos

Espacios en línea donde los

Plataformas de Descarga de

Tiendas en línea como

App Store e itch.io

Sitio Web Oficial

Google Play Store, Apple

Descargas directas desde el

sitio web oficial del juego

Soporte Técnico



**Customer Segments** 



\$

#### Niños en Edad Escolar

Niños de edad escolar interesados en juegos educativos que fomenten el pensamiento computacional

## **Educadores y Escuelas**

Profesores y escuelas que buscan herramientas educativas innovadoras Padres y Tutores

Padres que buscan juegos educativos seguros y valiosos para sus hijos

# subvenciones Cost Structure

#### Desarrollo del Juego

Costos asociados con el diseño, desarrollo y mejora continua del juego Marketing y Promoción

Presupuesto para estrategias de marketing en línea y fuera de línea Soporte y Mantenimiento

Costos de soporte técnico y actualizaciones regulares del juego



estadísticas

#### Revenue Streams

#### Subvenciones

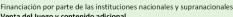


#### Venta del Juego y contenido adicional

Venta única en de la aplicación. También postventa de contenido adicional en la medida de la

Opción de suscripción para versión educativa del producto con opción de optar a diferentes categorías de contenido adicional, entre las que se incluyen mejores analíticas y posibilidad de





demanda y éxito del producto

#### Suscripciones Educativas

