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 DEL JUGADOR OBJETIVO



ESFUERZOS VS MIEDOS

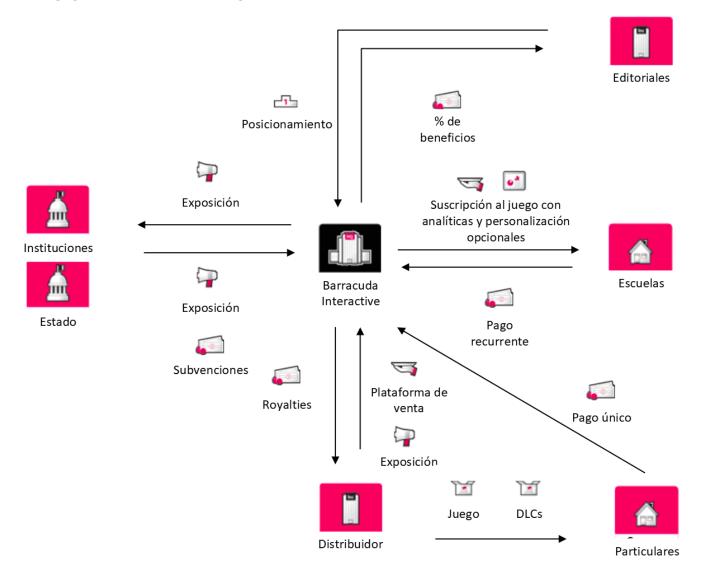
El niño se esfuerza en entender el juego, dedica tiempo y energía para resolver desafíos.

Le preocupa no ser suficientemente bueno y no poder avanzar. Puede temer que el juego se vuelva demasiado díficil y pierda la diversión. Tiene miedo de que otros niños sean mejores que él, y esto pueda hacerle sentir inseguro o menos capaz en comparación con ellos.

RESULTADOS VS BENEFICIOS

Se espera una mejora en el pensamiento computacional, habilidades de resolución de problemas y creatividad. A raíz de jugar, el niño obtendrá preparación para el futuro digital, y desarrollará habilidades muy útiles inconscientemente.

CAJA DE HERRAMIENTAS



MODELO DE LIENZO

Key Partnerships



Colaboraciones educativas

Asociaciones con escuelas v 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 v supraestatales para justificar subvenciones

Key Activities

Diseño y Desarrollo del Juego Creación y mejora continua del juego para mantener la atención de los niños Promoción y Marketing Promoción en ferias del sector,

editoriales, en las plataformas de distribución y RRSS. Mantenimiento y nuevo contenido Supervisión de la recepción del juego

parches y contenido adicional

tras lanzamiento para el despliegue de

Key Resources



Desarrolladores de Juegos

Equipo de desarrolladores creativos v 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 Entretenido

Desarrollo del juego siempre considerando la sensación de recompensa que puede aportar al niño

Adaptabilidad Educativa

Desarrollo de un producto amoldable a los estándares cambiantes del sector educativo

Generación de analíticas y estadísticas

Se ofrece un servicio de recogida y análisis de datos completo y de utilidad

Colaboración con terceros de confianza en el sector educativo

Empaquetado del juego con productos de editoriales y búsqueda del apoyo de instituciones reconocidas a nivel nacional o internacional

Customer Relationships

Soporte en línea para

y proporcionar ayuda

Foros y Comunidades

jugadores y educadores

experiencias y consejos

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

pueden compartir

Channels

Juegos

resolver problemas técnicos

Espacios en línea donde los

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

Cost Structure



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

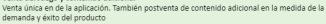


Revenue Streams

Subvenciones

Financiación por parte de las instituciones nacionales y supranacionales

Venta del Juego y contenido adicional



Suscripciones Educativas

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 personalización



