



Universidad Austral de Chile



Business Model Canvas

Integrantes:

Camila Galdames

Diego Rojas

Pablo Saez

Profesor:

Jorge Maturana

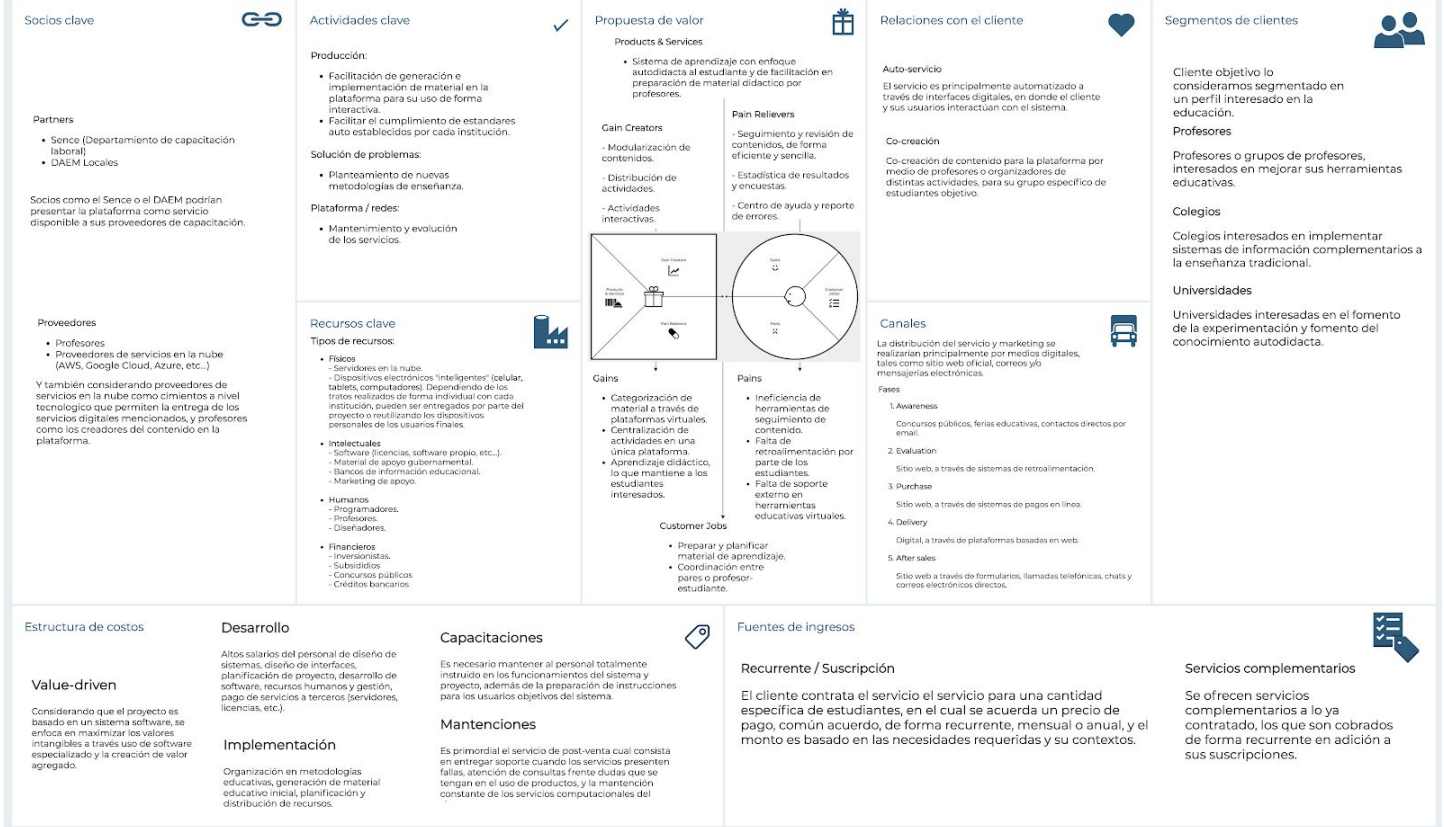
Introducción

El sistema propuesto en este informe, el cual su objetivo es la preparación de herramientas digitales interactivas en entornos educativos, se basa principalmente en las necesidades encontradas por parte de un público objetivo determinado específicamente a profesionales de la educación. De la información rescatada con herramientas de primera instancia por entrevista en la observación general de los problemas actuales, definimos algunos criterios básicos que nos permitían ver cuáles serían las falencias importantes. Una vez definidas terminamos validando mediante el instrumento de encuesta al mismo público objetivo, detectando deficiencias de los sistemas de educación remotos, conocimiento general de parte de los profesores respecto a sistemas de información, sistemas de apoyo a la educación tradicionales, métodos de evaluación y mecanismos de seguimiento utilizados.

Considerando lo mencionado, se diseña y analiza el Business Model Canvas, donde se logra visualizar de forma sistemática, organizada, detallada y graficada en cómo dichas necesidades son parte de un problema, entregando perspectivas de quienes, como, donde, además de él “qué” involucran las posibles soluciones, de un trabajo colaborativo y multidisciplinar que puedan dar respuesta u orientaciones el día de mañana como abordarse.

Canvas

Business Model Canvas



(Ver documento BMC.pdf en tamaño más grande)

Justificación

Socios clave

Se consideran posibles socios clave como el Sence (departamento de capacitación laboral) o DAEM locales, ya que pueden significar asociaciones estratégicas para el conocimiento de la aplicación y al mismo tiempo beneficio para los departamentos mencionados, entregando la posibilidad de mejorar sus herramientas a disposición para fines de intereses. Además de considerar asociaciones posibles con los proveedores de servicios en la nube, como AWS, Google Cloud, Azure, etc., estos últimos al ser necesarios para el funcionamiento del sistema.

Actividades clave

Se dividen las actividades entre **producción**, que definen qué es lo que el sistema debe ser capaz de realizar para el funcionamiento correcto del sistema, las actividades de **solución de problemas**, que es lo que permite la creación del valor agregado y el objetivo del sistema, además de las actividades de **Plataforma o de redes**, que definen las actividades necesarias para la mantención del sistema a lo largo del tiempo de funcionamiento.

Recursos clave

Para el sostenimiento del proyecto es necesario la gestión de diversos recursos intrínsecos en su funcionamiento, como recursos físicos, en forma de dispositivos electrónicos o servicios en la nube, intelectuales por conceptos de licencia de software, de recursos humanos, quienes desarrollan y mantienen el sistema, y finalmente financieros.

Propuesta de valor

La propuesta de valor se enfoca en plantear una solución de estudio autodidacta, para que personas de todas las edades la puedan utilizar según sus necesidades. Y que además el profesor responsable de las actividades, pueda llevar un registro de planificación de sus actividades y soluciones a plantear. Presentamos un lienzo de propuesta de valor con las alegrías y penas que nuestro usuario tiene y las propuestas que tiene el proyecto para satisfacer esas necesidades.

Relaciones con el cliente

El servicio se basa principalmente en el uso de una plataforma digital, por lo que las relaciones con el cliente son predominantemente de tipo autoservicio, en donde el cliente y sus usuarios asociados interactúan directamente con el sistema.

Considerado lo mencionado, también cabe categorizar una relación extra, que es con respecto al desarrollo del material final con la cual los estudiantes finalmente interactuarán, ya que se pretende seguir el modelo de co-creación, donde puede existir material de base ya disponible, guía o la creación de nuevos contenidos, la mayor parte del material debe ser creado/implementado dentro del sistema a través de la misma plataforma (Cabe destacar que se le llama co-creación a la creación de contenido por parte del sistema mismo a la par con los mismos usuarios, no necesariamente sobre los usuarios entre sí, véase YouTube o Udemy como modelos de sistema de co-creación).

Canales

Los canales de distribución y marketing del sistema los podemos dividir en 5 secciones, en las cuales existe el concepto de “awareness”, que consideran concursos públicos, ferias educativas o contactos directos por email como forma de dar a conocer el sistema y proyecto propuesto, luego consideramos las etapas de evaluación, compra y entrega, tomando en cuenta lo ya ocupado para el sistema digital web principal del proyecto, mientras que las post ventas pueden tener su sección dentro del sitio web, también se consideran medios como llamadas telefónicas, chats y mails directos.

Segmentos de clientes

Definimos los clientes objetivo del sistema como profesores (o grupos de profesores) interesados en mejorar sus herramientas educativas, ya que existe la posibilidad de contacto directo y contrataciones simples para sus usos, colegios interesados en implementar sistemas de información complementarios a la enseñanza tradicional, considerando que existe una gran posibilidad de mejoras en sus métodos de enseñanza al existir una necesidad considerando la situación actual de la enseñanza remota, además de las universidades que están especialmente interesadas en el fomento de la experimentación de nuevas formas de aprendizaje y fomento del conocimiento autodidacta a través de plataformas digitales.

Estructura de costos

Como la mayor parte de proyectos basados en sistemas de información software, este es claramente value-driven, considerando sus altos costos de diseño, desarrollo, integración e implementación, aprovechando los valores intangibles de creación de valor agregado sobre los procesos y percepción de calidad.

Fuentes de ingresos

El sistema pretende ser puesto en marcha con un sistema de suscripción a nivel institución o profesor, en el cual el cliente contrata los servicios para una cantidad estimada de usuarios, y basados en sus necesidades en la cantidad de usuarios estudiantes, se fija costos recurrentes por concepto de mantención y uso del servicio, además de poder existir la contratación de productos complementarios que pueden ser adaptables a las necesidades del cliente, que incurrirán en costos extras a la suscripción.

Análisis

Dada la nueva información recibida y analizada mediante los instrumentos ya descritos, el sistema modelado evolucionó a una forma más simplificada de la original, lo que cumplió con lo esperado en su momento, que fue diseñar algo considerablemente abstracto con claras posibilidades de cambio y dependiendo de cómo sean las necesidades finales, esta se vea moldeada según lo acordado.

En lo antes mencionado, pasamos a definir el enfoque de clientes a únicamente profesores e instituciones de educación y/o capacitaciones, enfocarnos en la fuente de ingresos por medio de suscripción / pagos recurrentes, además de poder añadir servicios adaptables al cliente, complementarios a las suscripciones.

Se arreglaron errores en el modelo del business model canvas, junto a la forma de expresar el objetivo de cada sección, como lo es la identificación de los “Pains” por parte de los profesores, considerando los resultados del análisis de la encuesta realizada como instrumento que valida nuestros objetivos iniciales y permitiendo acotar aún más en detalles que son primordiales para los resultados.