

Escuela Superior de Economía y Negocios

Portafolio de tareas de Clever Academy

Eugenia Sánchez, Julio Clímaco, Marcela Gallardo y Receba Calderón

Emprendimiento, sección 4

Licenciada María José Calderone

Viernes, 04 de septiembre del 2020

Índice

Portafolio de tareas de Clever Academy.....	5
Parte 1: definición de la idea de negocios.....	6
Tabla 1A. Proceso de ideación.....	6
Tabla 1B. Encontrando la “Big Idea”	7
Tabla 2A. Identificar la oportunidad/mercado/cliente.....	8
Perfil persona del usuario final: estudiantes.....	9
Perfil persona del cliente: padres.....	10
Perfil persona del cliente: maestros.....	11
Perfil persona del cliente: tutores.....	12
Tabla 3A. Observación para el usuario final: estudiantes.....	13
Tabla 3B. Observación para el usuario final: padres.....	13
Tabla 3C. Observación para el usuario final: maestros.....	14
Tabla 3D. Observación para el usuario final: tutores.....	14
Mapa de empatía para el usuario final: estudiantes.....	15
Mapa de empatía para el cliente: padres	15
Mapa de empatía para el cliente: maestros.....	16
Mapa de empatía para el cliente: tutores.....	16
Parte 2: herramientas centradas en el usuario.....	17
Journey Map para el usuario final: estudiantes.....	17
Journey Map para el cliente: padres.....	17
Journey Map para el cliente: maestros.....	18
Journey Map para el cliente: tutores.....	18
Problemas y expectativas del usuario final: estudiantes.....	19
Problemas y expectativas del usuario final: padres.....	19
Problemas y expectativas del usuario final: maestros.....	19
Problemas y expectativas del usuario final: tutores.....	20
Point of View para el usuario final: estudiantes.....	20

Point of View para el cliente: padres.....	21
Point of View para el cliente: maestros.....	21
Point of View para el cliente: tutores.....	22
How Might We.....	22
Paso 1: preguntas.....	22
Paso 2: SCAMPER.....	23
Paso 3: ranking de ideas.....	27
Parte 3: propuesta de valor.....	28
Propuesta de valor para el usuario final: estudiantes.....	28
Propuesta de valor para el cliente: padres.....	29
Propuesta de valor para el cliente: maestros.....	30
Propuesta de valor para el cliente: tutores.....	31
Parte 4: Blue Ocean Strategy.....	32
Perfil estratégico de la competencia.....	32
Curva de valor de la competencia.....	35
Tabla 1. Valor ofrecido por la competencia.....	35
Gráfica 1. Curvas de valor de la competencia.....	36
Esquema de las cuatro acciones.....	36
Curva de valor de Clever Academy.....	37
Tabla 2. Valor ofrecido por Clever Academy.....	37
Gráfica 2. Curva de valor de Clever Academy.....	38
Parte 5: modelo de negocios.....	39
Segmento de clientes.....	39
Propuesta de valor.....	40
Canales.....	41
Relaciones con los clientes.....	41
Flujo de ingresos.....	42
Recursos clave.....	43

Actividades clave.....	43
Asociaciones clave.....	44
Estructura de costes.....	44
Lienzo del modelo de negocios de Clever Academy.....	44
Parte 6: medición del mercado TAM-SAM-SOM.....	45
Referencias bibliográficas.....	50

Portafolio de tareas de Clever Academy

Para crear una empresa innovadora, debe seguirse un proceso creativo orientado al cliente, por lo que aquí se detallan todas las herramientas utilizadas para la formación del modelo de negocios de nuestra empresa Clever Academy. Estas herramientas están respaldadas por autores como Bill Aulet, Renée Mauborgne, Alexander Osterwalder, entre otros.

Al inicio, trabajamos la idea básica centrándonos en los problemas de los clientes y usuario, a quienes investigamos por medio de entrevistas. Luego, continuamos con el proceso de empatía detectando que puntos les generan mayor tensión al momento de resolver sus problemas y creamos una propuesta de valor que solventa sus dolores de una manera mucho más efectiva.

Posterior a eso, hicimos una investigación de la competencia para detectar en qué factores nuestra empresa puede ofrecer más valor y así generar un modelo mucho más atractivo, funcional e innovador. En este paso nuestra empresa experimentó muchas modificaciones orientadas al aumento de valor, diferenciación de la competencia y reducción de costos.

Con esos cambios, armamos nuestro modelo de negocios enfocándonos en el cliente y usuario, la creación de valor, captación y fidelización. Además, detallamos los elementos necesarios para el funcionamiento de la empresa como son los recursos y las actividades clave que se deben desarrollar, así como los diferentes modos a través de los cuales nuestra empresa captará ingresos.

Como punto final, hicimos una medición del mercado disponible mediante el método Bottom-Up para determinar si el mercado es atractivo y nuestra monetización, funcional. Esto basándose en cifras oficiales de los ministerios de educación de cada país tomado en cuenta.

Parte 1: definición de la idea de negocio

Tabla 1A. Proceso de ideación

IDEA QUÉ – QUIÉN	TECNOLOGÍA CÓMO	PASIÓN POR QUÉ
Los estudiantes de colegios nacionales privados, en niveles entre noveno y bachillerato, se enfrentan al problema de la deficiencia de bases académicas principalmente en las materias de matemáticas y ciencias físicas, suponiendo esto una gran dificultad al momento de adquirir nuevos conocimientos en esas áreas, lo que pone en riesgo la obtención de un resultado satisfactorio en la prueba más importante para estos jóvenes: la PAES.	Queremos resolver este problema por medio de una plataforma que brinde a los estudiantes diversas herramientas para crear y fortalecer bases académicas en las materias de matemáticas y ciencias físicas. Esta plataforma contendrá lecciones y ejercicios interactivos para que el estudiante aprenda y practique por su cuenta, además de ofrecer un espacio en el cual el estudiante podrá conectarse con un maestro o tutor para clases en línea personalizadas.	Queremos resolver este problema porque los estudiantes no tienen a quien recurrir para pedir ayuda en estos temas, ya que sus padres no son conocedores de ellos, sus maestros están poco capacitados, las escuelas no brindan ayuda ni soluciones, entre otras cosas. Esto deja al alumno solo al momento de intentar obtener mejores resultados académicos, teniendo como consecuencia mucha ansiedad y estrés, dado que sienten la presión de alcanzar las expectativas de sus padres, sus maestros y las que dicta su entorno social. Por lo tanto, si se logra resolver este problema, mejorarían grandemente las oportunidades de desarrollo y la autoestima de muchos estudiantes.

Tabla 1B. Encontrando la “Big Idea”

¿CUÁL? ¿Cuál es el problema que estamos tratando de resolver o cuál es la oportunidad que estamos pensando capitalizar? Describe el entorno donde se genera el problema.	URGENCIA
Los estudiantes de colegios privados nacionales, en los niveles de noveno a bachillerato, presentan deficiencia de bases académicas mayormente en las materias de matemáticas y ciencias físicas, generando esto un gran estrés y ansiedad por las presiones que sobre ellos recaen, ya sea por la preocupación de reprobar, la responsabilidad que tienen para con sus padres, la presión ejercida por sus maestros y compañeros, y principalmente, el reto de obtener buenos resultados en la prueba PAES. Los estudiantes se encuentran solos en sus esfuerzos por la obtención de mejores resultados, ya que, en sus hogares, sus familiares no están capacitados para ayudarlos y en sus escuelas no les brindan apoyo ni refuerzo efectivo.	Pain Killer (solventa un problema crítico). Nuestra plataforma ayudaría a solucionar un problema crítico en la sociedad de nuestro país, que es el bajo nivel académico en una gran cantidad de estudiantes de colegios privados nacionales, al solucionar este problema, se abriría ante estos jóvenes una amplia gama de oportunidades de desarrollo que, de ser aprovechadas, podrían cambiar por completo el rumbo de sus vidas.
PASIÓN (Ilusión) Resume por qué a tu equipo le importa o interesa tanto la idea, la razón por la cual estamos listos como equipo para embarcar en este largo camino de emprender.	
Todos hemos vivido en carne propia la frustración y el estrés que causa el no comprender un tema y no sentirse capaces de aprenderlo. Este es un problema que los estudiantes de todo el mundo enfrentan día con día, sobre todo en matemáticas y ciencias físicas, por lo tanto, queremos brindarles una solución que les facilite el proceso de aprendizaje para que puedan obtener mejores resultados académicos, y con esto convertirse en personas mejor preparadas para el futuro, a la vez que refuerzan su confianza en sí mismos.	

Tabla 2A. Identificar la oportunidad/mercado/cliente

¿Cuál es mi idea o tecnología (solución)?		
¿Qué industria o usuario final será beneficiado por mi idea o tecnología (solución)?		
Industria	Usuario final	Para qué lo usarían
Industria educativa	Estudiantes de colegios nacionales privados en niveles entre noveno y bachillerato	Lo usarían para crear y reforzar bases para las materias de matemáticas y ciencias físicas, por medio del aprendizaje autodidacta, clases y consultas personalizadas con maestros y tutores certificados.
Industria	Cliente	Para qué lo usarían
Industria educativa	Padres de familia, cuyos hijos cumplan las características de los usuarios.	Lo usarían para ayudar a sus hijos en su proceso de aprendizaje.
Industria educativa	Maestros y jóvenes tutores	Lo usarían como un trabajo a tiempo completo o para obtener un ingreso extra.

Perfil persona del usuario final: estudiantes



"Necesito que resuelvan mis dudas y me expliquen a detalle los temas que se me dificultan".

DATOS PERSONALES

Edad: 17 años
Género: Femenino
Familia: Soltera, sin hijos
Zona geográfica: San Salvador
Educación: Secundaria terminada
Profesión: Estudiante

TECNOLOGÍA

Computadora	<div style="width: 50%; height: 20px; background-color: #f0f0f0;"></div>
Celular	<div style="width: 70%; height: 20px; background-color: #f0f0f0;"></div>

ESTRESADA **INSEGURA**
PRESIONADA **SOCIABLE**
BUSCA SOLUCIONES

GRACIELA ARGUETA

MOTIVACIONES Y NECESIDADES

- Obtener mejores resultados académicos y aprobar la prueba PAES.
- Obtener reconocimiento por parte de sus padres, maestros y compañeros.
- Sentirse capaz, mejorar sus autoestima.

DOLORES Y BARRERAS HACIA SUS OBJETIVOS

- Pocas bases académicas para comprender los temas que se le imparten.
- Miedo de aplazar el año.
- Presión ejercida por los docentes y padres para mejorar sus resultados.
- Frustración y pena frente a sus compañeros de clase.
- Sentimiento de incapacidad.
- No contar con ayuda para resolver su problema.

¿QUÉ HACE PARA RESOLVER EL PROBLEMA?

GeoGebra
Symbolab Scientific Equation Search


Perfil persona del cliente: padres



CAROLINA RIVERA

MOTIVACIONES Y NECESIDADES

- Que su hijo obtenga mejores resultados académicos.
- Sentirse orgullosa de los logros de su hijo y poder alardear de ellos con sus amigos, familiares y compañeros de trabajo.

DOLORES Y BARRERAS HACIA SUS OBJETIVOS

- Culpabilidad de no poder ayudar a su hijo porque no conoce sobre los temas que él está estudiando.
- No tener el tiempo suficiente para ayudar y supervisar el aprendizaje de su hijo.
- Tristeza al ver que su hijo se está quedando atrás respecto a sus compañeros.
- Presión por parte del colegio para que su hijo mejore académicamente.

¿QUÉ HACE PARA RESOLVER EL PROBLEMA?

- Buscar maestros para refuerzos particulares.
- Exigir al colegio clases de refuerzo.

DATOS PERSONALES

Edad: 46 años
Género: Femenino
Familia: Casada, 3 hijos
Zona geográfica: San Salvador
Educación: Superior universitaria
Profesión: Abogada

TECNOLOGÍA

Computadora
Celular

ORGANIZADA **TRABAJADORA**

OCCUPADA **ESTRESADA**

POCO TIEMPO LIBRE

Perfil persona del cliente: maestros



"Quiero conectarme con nuevos alumnos en un horario flexible para aumentar mis ingresos".

DATOS PERSONALES

- Edad: 38 años
- Género: Masculino
- Familia: Casado, 2 hijos
- Zona geográfica: San Salvador
- Educación: Superior universitaria
- Profesión: Maestro de Matemáticas

TECNOLOGÍA

Computadora	<input type="text"/>
Celular	<input type="text"/>

INGENIOSO

POSITIVO

PROACTIVO

TRABAJADOR

ANALÍTICO

MARLON GUARDADO

MOTIVACIONES Y NECESIDADES

- Conseguir un ingreso extra para poder suplir la necesidad económica de su familia, tener mayores comodidades y seguridad financiera.
- Obtener reconocimiento social por el ascenso de su nivel económico.
- Crecer profesionalmente.

DOLORES Y BARRERAS HACIA SUS OBJETIVOS

- Recibe un salario bajo.
- Los estudiantes no cuentan con buenas bases, dificultando el proceso de enseñanza.
- Poca disponibilidad de tiempo para tener más fuentes de ingresos.
- Poco tiempo para dedicarse a sí mismo y a su familia.
- Presión ejercida por su familia, que exigen mayores lujo y comodidades.

¿QUÉ HACE PARA RESOLVER EL PROBLEMA?

- Dar clases de refuerzo para el colegio, fuera de horario de clases (horas extra).
- Ofrecer clases particulares de refuerzo.

Perfil persona del cliente: tutores

"Quiero la oportunidad de generar ingresos y ganar experiencia profesional".

DATOS PERSONALES

Edad: 22 años

Género: Masculino

Familia: Soltero, sin hijos

Zona geográfica: San
Salvador

Educación: Bachillerato

Profesión: Estudiante

TECNOLOGÍA

Computadora



Celular



DEDICADO

COMPROMETIDO

RESPONSABLE

CREATIVO

COLABORADOR

**NOTAS MUY
ALTAS**

EDUARDO PORTILLO

MOTIVACIONES Y NECESIDADES

- Generar ingresos para complacer sus deseos (salir, comprar ropa, etc.).
- Ganar experiencia profesional.
- Ayudar a otros jóvenes a lograr sus objetivos.

DOLORES Y BARRERAS HACIA SUS OBJETIVOS

- No tener fuente de ingresos.
- Disponibilidad de tiempo limitada para tener un trabajo de tiempo completo.
- Dificultad para encontrar un trabajo por poca experiencia profesional.
- Estudios universitarios no finalizados.

¿QUÉ HACE PARA RESOLVER EL PROBLEMA?

- Ofrecer clases particulares de refuerzo.
- Estricto ahorro para complacer sus deseos.

Tabla 3A. *Observación para el usuario final: estudiantes*

Qué	Cómo	Porqué
Está tratando de mejorar sus resultados académicos en las materias numéricas. Busca videos explicativos y aplicaciones que resuelvan los ejercicios que tiene de tarea, pero no termina de comprender como llegar a las soluciones. Pide ayuda a sus padres, pero estos le responden que no conocen de estos temas. Pide ayuda a sus amigos, pero ellos tampoco son capaces de resolver bien sus dudas.	Realizar una tarea le lleva mucho esfuerzo porque se le dificulta la resolución de ejercicios, siempre debe buscar los procedimientos en aplicaciones o ver videos explicativos en YouTube. Se le ve frustrado, estresado y ansioso. La realización de estas actividades académicas le afecta negativamente porque solo le generan rechazo a la materia, haciéndolo sentir incapaz y disminuyendo su autoestima. Lo vuelve pesimista y con predisposición negativa a las materias numéricas.	En su escuela, no dan la apertura necesaria para ayudarlo. Sus compañeros no son capaces de explicarle bien los temas, y sus padres tampoco porque no entienden de ellos. El usuario está solo en cuanto a la resolución de su problema. Le es urgente e importante resolverlo porque le genera estrés la posibilidad de aplazar el año y siente la presión de tener que estar al nivel de sus compañeros, además de la presión ejercida por sus padres y maestros para que mejore sus resultados.

Tabla 3B. *Observación para el cliente: padres*

Qué	Cómo	Porqué
Está buscando formas de ayudarle a su hijo a mejorar sus resultados académicos. Pregunta a sus amigos y compañeros de trabajo si conocen maestros que den clases de refuerzo particulares. Exige al colegio clases de refuerzo.	Lo está haciendo con frustración, se siente apenada de los resultados de su hijo. Le genera estrés buscar maestros porque necesita encontrar a alguien capaz y de confianza, también le estresa que el colegio no aporte ayuda ni soluciones. Tiene efecto emocional negativo en el cliente y en la relación que este tiene con su hijo.	Lo está haciendo de este modo porque no sabe a qué otra solución puede acudir. No tiene tiempo de aprender ella misma para explicarle a su hijo. Le preocupa que su hijo se retrase. Siente la necesidad de que mejore sus resultados para sentirse realizada como una buena madre. Tiene el deseo de alardear de su hijo a sus familiares y amigos.

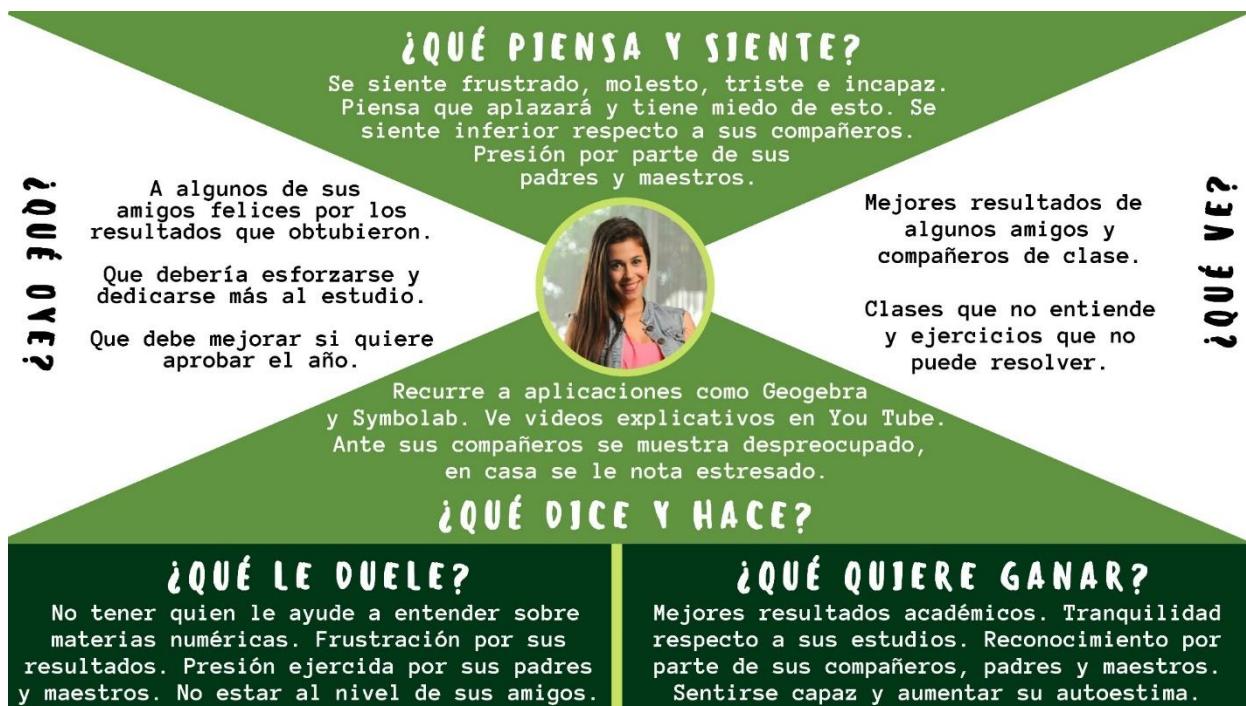
Tabla 3C. Observación para cliente: maestros

Qué	Cómo	Porqué
Está buscando formas de aumentar sus ingresos para poder tener mayores lujos y comodidades. De ser posible, trabaja horas extra para el colegio. Da clases particulares presenciales de refuerzo, usualmente debe transportarse hasta la casa de los estudiantes para impartir estas clases.	La realización de estas actividades le consume tiempo y esfuerzo, dejándolo agotado por el trabajo extra y el desplazamiento a los hogares de los estudiantes a quienes da refuerzo. Se siente fatigado. Esto tiene un efecto negativo en el cliente porque le causa malestar físico y mental, además de dejarle poco tiempo para otras actividades personales y familiares.	Su salario es demasiado bajo como para suplir sus deseos y los de su familia. No tiene tiempo para conseguir otro trabajo de tiempo completo. Quiere mejorar su nivel económico familiar para darle mayores lujos y comodidades. Presión ejercida por su esposa y sus hijos, que le exigen lujos que él no puede pagar. Quiere estar al nivel económico de su grupo social.

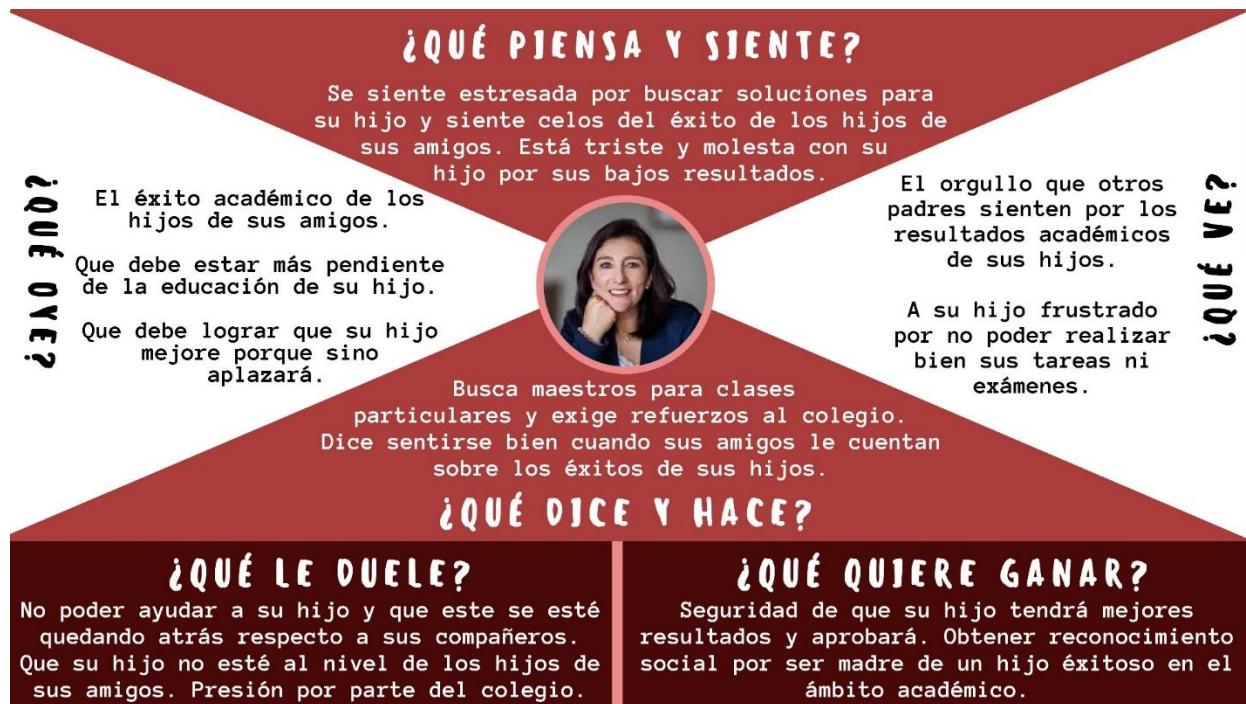
Tabla 3D. Observación para cliente: tutores

Qué	Cómo	Porqué
Está tratando de generar ingresos para complacer sus deseos, como salir de paseo o de viaje, comprarse ropa, entre otras cosas. Para lograr esto está realizando un estricto ahorro que lo limita mucho en el día a día. También da clases de refuerzo, cuando tiene la oportunidad.	Realizar esto le genera malestar ya que lo deja con dinero muy limitado para su vida diaria. Los refuerzos académicos que imparte le consumen mucho tiempo que necesita para sus actividades de la universidad. Usualmente, se encuentra molesto o disgustado por su limitante económica. Esto afecta negativamente en el cliente	Está haciendo esto porque tiene deseos y alegrías insatisfechas. Lo hace de esta manera porque no tiene el tiempo suficiente como para conseguir un trabajo a tiempo completo ni experiencia laboral necesaria para ser contratado. Además, con esto quiere ganar experiencia profesional que le será útil al momento de buscar otro trabajo y ayudar a jóvenes a lograr sus objetivos académicos.

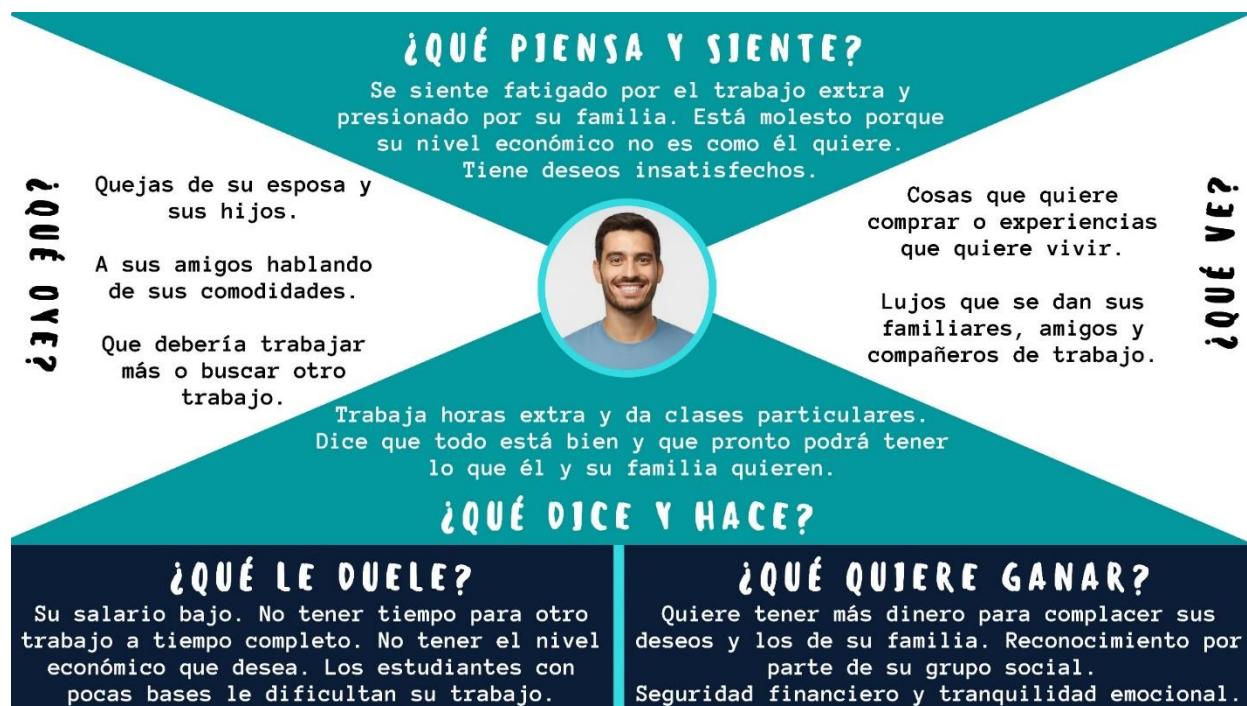
Mapa de empatía para el usuario final: estudiantes



Mapa de empatía para el cliente: padres



Mapa de empatía para el cliente: maestros



Mapa de empatía para el cliente: tutores



Parte 2: herramientas centradas en el usuario

Journey Map para el usuario final: estudiantes



Graciela's Journey Map

Etapas	Motivación	Intentar resolver	Búsqueda	Pedir ayuda	Resolución final	Resultados
Actividad	Intentar obtener buenos resultados en tareas o exámenes. 10	Intenta resolver los ejercicios él solo.	Investiga como resolverlos en aplicaciones, YouTube, etc.  	Pregunta a sus padres y amigos si pueden explicarle. 	Resuelve aun sabiendo que están mal o los deja en blanco.	Entrega de la calificación. 
Sentimiento						
Experiencia	Predisposición a que será difícil.	No sabe como hacerlos, tiene dificultad para resolver.	Frustración y enojo. No entiende los videos ni las resoluciones de las aplicaciones.	Padres no saben ayudarle, amigos no contestan o no les entiende bien. Ansiedad y miedo.	Cansancio, tristeza, enojo, sentimiento de que todo saldrá mal.	Tristeza, sentimiento de incapacidad.
Deseo	Hacer bien una tarea o rendir bien un examen.	Poder resolverlos él solo sin mucha complicación.	Un solo lugar que tenga buenas explicaciones y poder entenderlas.	Alguien que pueda resolver sus dudas en todo momento.	Resolver los ejercicios con la seguridad de que están bien hechos.	Que sus esfuerzos tengan buenos resultados.

Journey Map para el cliente: padres



Carolina's Journey Map

Etapas	Motivación	Búsqueda	Preguntar por información	Comparación	Contratación	Resultados
Actividad	Contratar maestro o tutor que ayude a su hijo. 	Pregunta a amigos y busca en internet. 	Contactarse con los maestros o tutores para saber el costo, las horas, etc. 	Elaborar una lista comparativa y decidir. 	Cerrar el trato con el maestro o tutor escogido. 	Ver las notas de su hijo a fin de mes. 6
Sentimiento						
Experiencia	Optimismo. Esperanzada por encontrar una solución para su hijo.	Tedio. Mucho tiempo y trabajo para encontrar ayuda.	Molestia. Mucho tiempo en llamadas y correos. No obtiene respuestas inmediatas.	Difícil trabajo de organizar la información recopilada anteriormente.	Buen acuerdo con el maestro o tutor.	Inconformidad. Los resultados se mantienen o mejoran solo ligeramente.
Deseo	Que su hijo obtenga mejores notas a fin de mes.	Obtener opciones rápido y en un solo lugar, sin tanto esfuerzo.	Encontrar esta información en la búsqueda sin tener que preguntarla.	Información ya ordenada para solo tomar la decisión.	Cumplimiento del acuerdo establecido.	Que el trabajo del maestro o tutor refleje mejores resultados.

Journey Map para el cliente: maestros



Marlon's Journey Map

Etapas	Motivación	Día en el trabajo	Horas extra	Movilizarse a refuerzos particulares	Dar el refuerzo	Regresar a casa	Preparar clases	Recibir ingresos
Actividad	Obtener mayores ingresos. 	Dar clases en su horario normal. 	Dar clases fuera del horario normal. 	Conducir de su trabajo a la casa del alumno. 	Dar clases personalizadas y resolver dudas. 	Conducir de la casa del alumno a su propia casa. 	Elaborar dinámicas y herramientas para sus clases. 	A fin de mes, recibe todos sus salarios.
Sentimiento								
Experiencia	Optimismo po lograr su meta.	Dificultad para dar la clase por alumnos con pocas bases.	Cansancio por jornada de trabajo tan larga.	Realiza gastos en gasolina.	Al alumno le cuesta mucho trabajo entender los temas.	Muy agotado. Molesto por el tráfico y los gastos en gasolina.	Optimista pero cansado.	Recibe ingresos ligeramente mayores. Inconformidad.
Deseo	Tener dinero para cumplir sus deseos.	Clases fluidas con alumnos preparados.	Tener este tiempo libre.	No tener que transportarse ni incurrir en ese gasto.	Mayor entendimiento por parte del alumno.	No realizar esta actividad.	Descansar un poco en casa.	Que su trabajo le genere más ingresos.

Journey Map para el cliente: tutores



Eduardo's Journey Map

Etapas	Motivación	Día en la universidad	Movilizarse a refuerzos particulares	Dar el refuerzo	Regresar a casa	Preparar refuerzos	Recibir ingresos
Actividad	Generar ingresos. 	Ahorra todo lo posible. Se limita en gastos de alimentación. 	Transporte público desde la universidad hasta la casa del alumno. 	Dar clases personalizadas y resolver dudas. 	Transporte público desde la casa del alumno hasta su propia casa. 	Elaborar herramientas para sus refuerzos. 	A fin de mes, recibe su salario.
Sentimiento							
Experiencia	Optimismo por lograr su meta.	Malestar por tener que limitarse.	Incomodo en el transporte. Molesto por el tráfico. Gastó en pasaje. Hambriento.	Al alumno le cuesta mucho trabajo entender los temas.	Cansado e incomodo. Molesto por el tráfico. Gastó en pasaje. Muy Hambriento.	Optimista pero cansado. Preocupado por su tiempo.	Inconforme. Su salario no es suficiente para cumplir sus deseos.
Deseo	Tener dinero para cumplir sus deseos.	Libertad de complacer pequeños deseos diarios.	No tener que transportarse ni gastar en ello.	Mayor entendimiento por parte del alumno.	No realizar esta actividad.	Tener más tiempo para descansar o estudiar.	Que su trabajo le genere más ingresos.

Problemas y expectativas del usuario final: estudiantes

Problema	Expectativa
Predisposición negativa y poca confianza en sí mismo.	Tener confianza en lograr buenos resultados en una tarea o examen.
No poder resolver ejercicios por sí mismo.	Ser capaz de resolver los ejercicios él solo sin mayor dificultad.
Mucho trabajo en buscar cómo resolverlos.	Encontrar toda la información de calidad y fácil comprensión en un solo lugar.
No contar con alguien que resuelva sus dudas.	Poder recurrir a alguien que resuelva sus dudas en cualquier momento.
Resolver ejercicios sin saber si están correctos o no resolverlos en absoluto.	Tener certeza de que está resolviendo bien los ejercicios. Sentirse seguro de su trabajo.

Problemas y expectativas del cliente: padres

Problema	Expectativa
Mucho trabajo en la búsqueda de un maestro o tutor.	Obtener opciones rápido y en un solo lugar.
Gasta tiempo en pedir información y está no es recibida de forma inmediata.	Encontrar esa información en la búsqueda, sin necesidad de preguntarla.
Trabajo de organizar la información recopilada anteriormente para tomar una decisión.	Obtener la información ya ordenada para solo tomar la decisión.

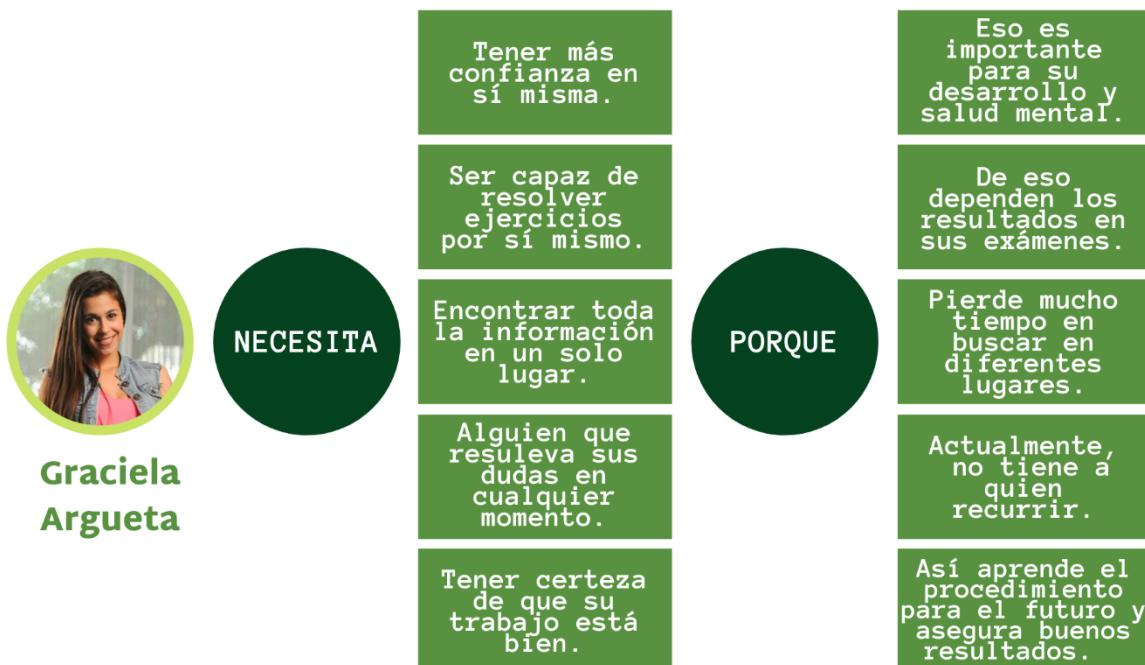
Problemas y expectativas del cliente: maestros

Problema	Expectativa
Alumnos con pocas bases dificultan el proceso de enseñanza.	Alumnos con mejores bases para una clase más fluida.
Cansancio que le generan las horas extra y los refuerzos presenciales.	Realizar menos trabajo y tener un horario más flexible.
Transportarse a sus refuerzos lo estresa y supone un gasto en gasolina.	No tener que realizar esta actividad.

Problemas y expectativas del cliente: tutores

Problema	Expectativa
Su limitante económica que no le permite satisfacer pequeños deseos diarios.	No estar tan limitado económicamente.
Incomodidad y gasto en pasajes para el transporte público.	No tener que realizar esta actividad.
Alumnos con pocas bases dificultan el proceso de enseñanza.	Alumnos con mejores bases para que el proceso de enseñanza sea más sencillo.
Preocupación por el tiempo para cumplir con sus responsabilidades universitarias.	Tener un horario flexible.

Point of View para el usuario final: estudiantes



Point of View para el cliente: padres



**Carolina
Rivera**



NECESITA

Obtener opciones rápido y en un solo lugar.

Encontrar toda la información en la búsqueda.

Obtener la información ordenada de forma comparativa.



PORQUE

Buscar en diversos sitios le quita tiempo y le resulta tedioso.

Preguntar por información le quita tiempo, hace el proceso lento y le causa molestia.

Eso le facilita tomar la decisión final.



**Marlon
Guardado**



NECESITA

Alumnos con mejores bases.

Trabajar menos y en un horario más flexible.

No tener que transportarse para impartir refuerzos.



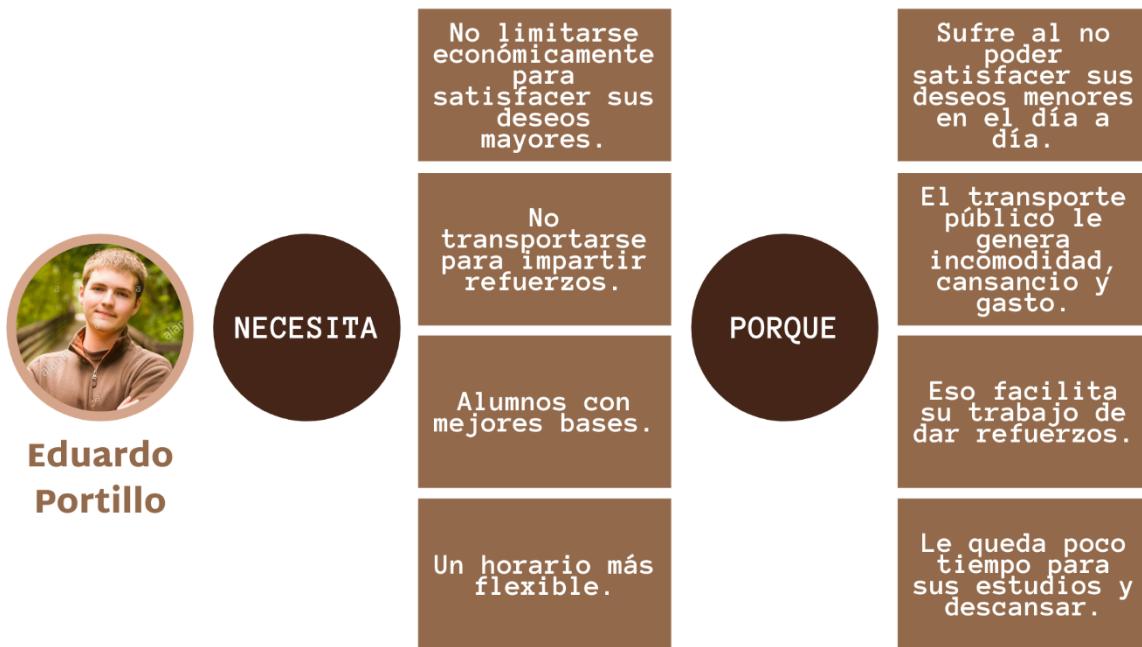
PORQUE

Eso facilita una clase más fluida.

Esto lo agota y no le permite dedicarse tiempo a sí mismo y a su familia.

Le causa estrés y le genera un gasto en gasolina.

Point of View para el cliente: tutores



How Might We

Paso 1: preguntas.

- ¿Cómo podríamos hacer que el estudiante confíe más en sí mismo?
- ¿Cómo podríamos hacer que el estudiante aprenda a resolver los ejercicios solo?
- ¿Cómo podríamos brindarle al estudiante la información que necesita en un solo lugar?
- ¿Cómo podríamos darle al estudiante alguien que resuelva sus dudas en todo momento?
- ¿Cómo podríamos hacer que el estudiante tenga certeza de que su trabajo está bien?
- ¿Cómo podríamos brindarles opciones de maestros y tutores a los padres en un solo lugar?

- ¿Cómo podríamos brindarles rápidamente toda la información de las opciones a los padres?
- ¿Cómo podríamos brindarles la información ordenada de forma comparativa a los padres?
- ¿Cómo podríamos mejorar las bases académicas de los estudiantes?
- ¿Cómo podríamos brindar un horario flexible a los maestros y tutores?
- ¿Cómo podemos evitar que los maestros y tutores tengan que transportarse para dar sus refuerzos?
- ¿Cómo podríamos eliminar la necesidad de los tutores de limitarse económicamente?

Paso 2: SCAMPER.

Problema	Eugenia	Julio	Marcela	Rebeca	Idea final
¿Cómo podríamos hacer que el estudiante confíe más en sí mismo?	Felicitándolo cada vez que realice bien un ejercicio y animándolo cada vez que no lo logre hacer.	Mostrándole al estudiante un diagrama que demuestre su avance luego de cada lección aprendida.	Dándole un reconocimiento (medalla o diploma digitales) cuando termine una lección con sus respectivos ejercicios.	Mostrando apoyo y no haciéndolo sentir mal, hacerle saber que una nota no lo define y que siempre mejorar.	Por medio de medallas digitales, mensajes de felicitación y motivación, y mostrando un diagrama de su avance.
¿Cómo podríamos hacer que el estudiante aprenda a resolver los ejercicios solo?	Dejándole guías cortas de 5 ejercicios mínimo para que el practique en su casa, y si no	Proporcionando un tutor que ayude a comprender las temáticas para que luego el estudiante	Brindándole a alguien que le ayude a entender y le enseñe cómo hacerlos.	Ludificando el proceso de aprendizaje con juegos y ejercicios interactivos (gamificación).	Proporcionarle a alguien que le ayude sin juzgar y brindándole ejercicios y juegos interactivos

	sabe cómo hacerla se puede contactar con su tutor	pueda resolverlos solo.			para que aprenda de forma fácil y divertida.
¿Cómo podríamos brindarle al estudiante la información que necesita en un solo lugar?	Creando secciones por tema, en la que abarque todos los subtemas de ese tema, y que haya diferentes videos cortos para que el estudiante no se sienta frustrado.	Contratando a un equipo de profesionales en las materias numéricas para que creen contenido útil para la plataforma.	Presentando lecciones sintetizadas y ejercicios de todos los temas en una sola plataforma.	Recopilando los temas que son básicos, ya que si entiende un tema base será más fácil comprender lo demás.	Creando contenido sintetizado, organizado por temas, con un pequeño examen de repaso al final de cada lección. El contenido será creado por nuestro equipo profesional.
¿Cómo podríamos darle al estudiante alguien que resuelva sus dudas en todo momento?	Creando una comunidad de maestros y tutores para ponerlos a disposición de los estudiantes.	Permitiendo a los estudiantes programar encuentros con instructores capacitados.	Conectándolo con maestros o tutores por medio de reuniones digitales.	Brindando diferentes contactos que estén disponibles en diferentes horas del día, para que siempre haya alguien disponible para ayudar	Brindando un listado de tutores disponibles, para que el estudiante siempre tenga a quien acudir si el maestro o tutor de su preferencia no puede atenderlo en ese momento.
¿Cómo podríamos hacer que el estudiante tenga certeza de	Con herramientas de la plataforma, como una calculadora	Pidiendo revisión de sus tareas a maestros o tutores.	Herramienta de comprobación, subir una foto a esta	Una sesión con profesor que no solo le diga si algo está bien y mal sino	Revisión personalizada con tutores o maestros y uso de

que su trabajo está bien?	de matemáticas y ciencias físicas.		herramienta y que esta determine si el resultado es correcto o no.	que también le explique la razón	calculadora matemática y herramienta de comprobación para corroborar las respuestas.
¿Cómo podríamos brindarles opciones de maestros y tutores a los padres en un solo lugar?	Dentro de la plataforma. En diferentes casillas podemos poner una foto de todos los profesores y tutores.	Un apartado sencillo que dé a conocer a los tutores disponibles junto con las clases que imparten.	Ofrezca un listado de la comunidad de maestros y tutores disponibles en tiempo real.	Por medio del internet, utilizar una plataforma que tenga contactos con ambos, profesores y tutores .	Creando una comunidad de maestros y tutores a disposición de los estudiantes.
¿Cómo podríamos brindarles rápidamente toda la información de las opciones a los padres?	Un video de cada maestro y tutor presentando se y diciendo su currículo, sería una manera más creativa.	Incluyendo una sección que muestre el perfil de los maestros, el cual incluya foto grafías e información de valor.	Incluyendo un perfil o CV de los maestros y tutores que contenga toda la información relevante.	Mostrando su perfil, con los logros adquiridos y los trabajos que ha realizado. también, un sistema de estrellas que los clientes van calificando cada vez que tomen una lección con alguien.	Creando una red de maestros y tutores, mostrando su respectiva información relevante (como un CV o perfil, incluyendo fotos, videos, valoraciones, etc.).
¿Cómo podríamos brindarles la información ordenada de forma comparativa	Los tutores y los maestros se separaría n en dos secciones	Aplicando clasificaciones y filtros de búsqueda pa ra cubrir las necesidades de los	Dando la opción de aplicar filtros a los resultados, para que estos aparezcan	Aplicar filtros y diferenciar con colores los tutores de profesores.	Separando a tutores y maestros por secciones, y aplicar filtros a cada una de

a los padres?		padres, junto con un sistema de evaluación o calificación hecho por estudiantes.	ordenados según las necesidades de los padres.		ellas para que los resultados se muestren según lo que el cliente considere más importante.
¿Cómo podríamos mejorar las bases académicas de los estudiantes?	Dejando que el alumno vea videos cortos antes de cada sesión con el tutor o maestro, así si no logró comprender algo, el tutor resuelve sus dudas.	Planteando un plan de estudios a partir de un examen de diagnóstico inicial.	Presentar videos con tecnología interactiva, permitiendo al estudiante profundizar en lo que realmente necesita.	Examen corto para asegurar que entiendan las lecciones de cada tema visto en clase.	Otorgando un plan de estudios a partir de un examen diagnóstico y proponer lecciones, ejercicios y videos interactivos enfocados a sus áreas de dificultad.
¿Cómo podríamos brindar un horario flexible a los maestros y tutores?	Permitiendo que ellos tengan la cantidad de estudiantes que deseen para no saturarse de trabajo.	Permitiendo que ellos propongan encuentros, dejando en claro cuándo y a qué hora están disponibles.	Permitiendo que trabajen en el horario que deseen, ganando su salario por horas.	Dejando que ellos decidan el horario que mejor les convenga.	Su modo de trabajo sea por medio de horas, así trabajan en el horario que desean.
¿Cómo podemos evitar que los maestros y tutores tengan que transportarse para dar sus refuerzos?	En la plataforma, podemos ofrecer las sesiones virtuales entre maestros y alumnos.	Brindando un entorno en el que puedan dar clases online a distintos estudiantes sin la necesidad	Dando estos refuerzos por medio de reuniones digitales con los alumnos.	Utilizando internet, para conectar al cliente con el maestro, y también hacer el pago de forma virtual.	Dar los refuerzos por medio de reuniones virtuales entre los maestros o tutores con

		de moverse de sus casas.			los estudiantes.
¿Cómo podríamos eliminar la necesidad de los tutores de limitarse económica mente?	Presentándoles a los padres como personas capacitadas para su trabajo.	Brindándoles la oportunidad de ganar dinero impartiendo clases sin la necesidad de un título universitario, o experiencia profesional.	Permitiéndoles trabajar sin necesidad de tener un título universitario ni experiencia profesional.	Brindarles un trabajo sin necesidad de tener un título universitario.	Permitiéndoles trabajar sin necesidad de un título universitario ni experiencia profesional, y presentarlos como personas completamente capaces para que los padres y alumnos soliciten sus servicios.

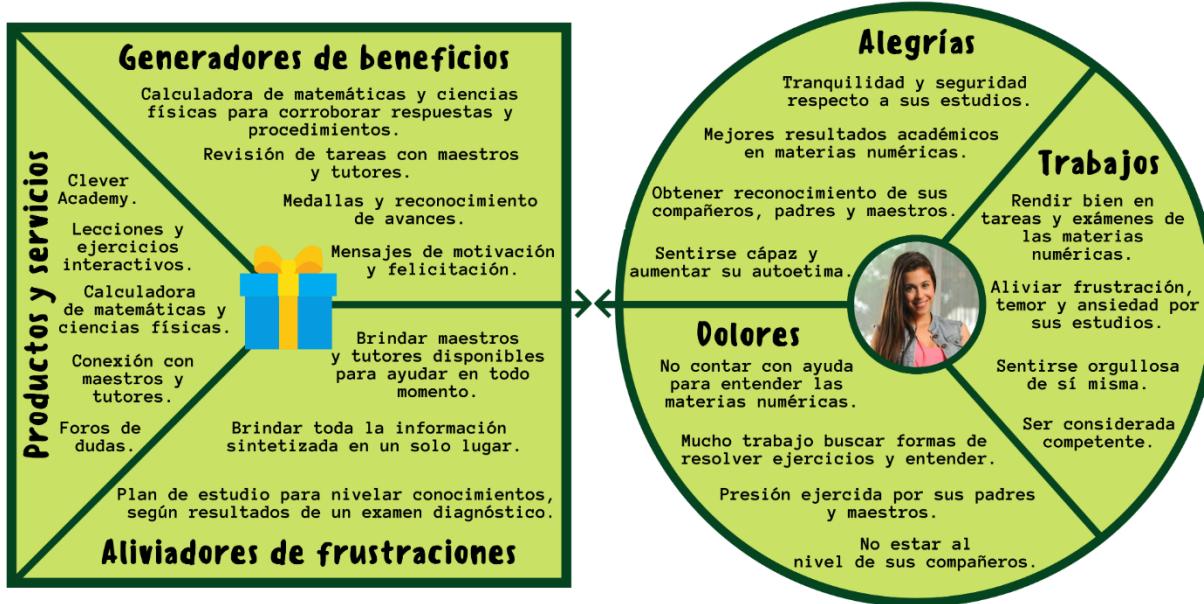
Paso 3: ranking de ideas.

Tres mejores ideas:

1. Gamificación.
2. Empatía con medallas, mensajes de motivación y felicitación, reconocimiento de avances.
3. Horario flexible para maestros y tutores monetizandolos por horas.

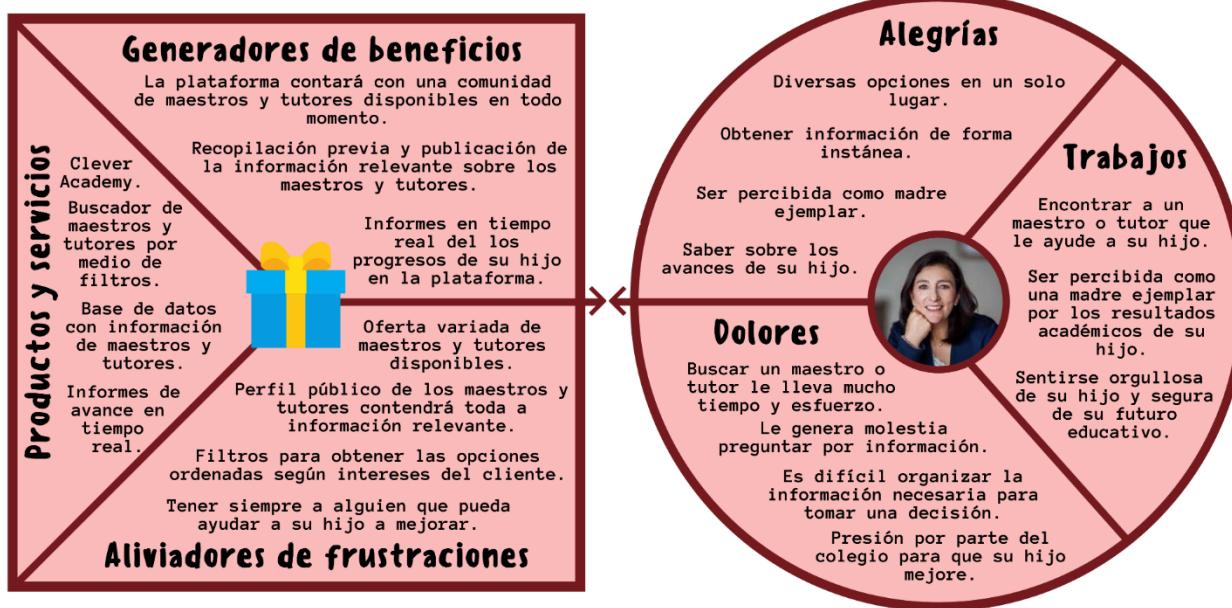
Parte 3: propuesta de valor

Propuesta de valor para el usuario final: estudiantes



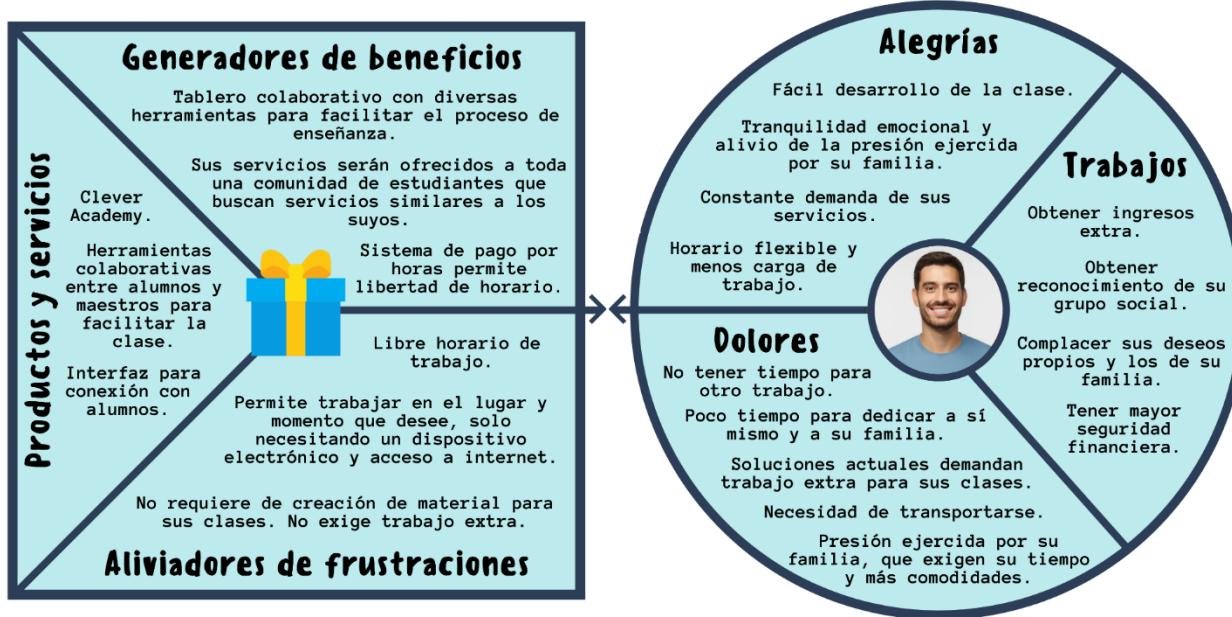
Nuestra plataforma permite a estudiantes de colegios privados de entre noveno y bachillerato con bajos resultados académicos, que desean disminuir sus fracasos, conectarse con maestros y tutores que les ayudarán en todo momento a obtener mejores resultados, sentirse tranquilos y seguros de sí mismos. A diferencia de Geogebra, Symbolab, Julio Profe y similares, que resultan ineffectivos al momento de resolver dudas de manera personalizada y hacer sentir al estudiante valioso, importante y seguro de sí mismo.

Propuesta de valor para el cliente: padres



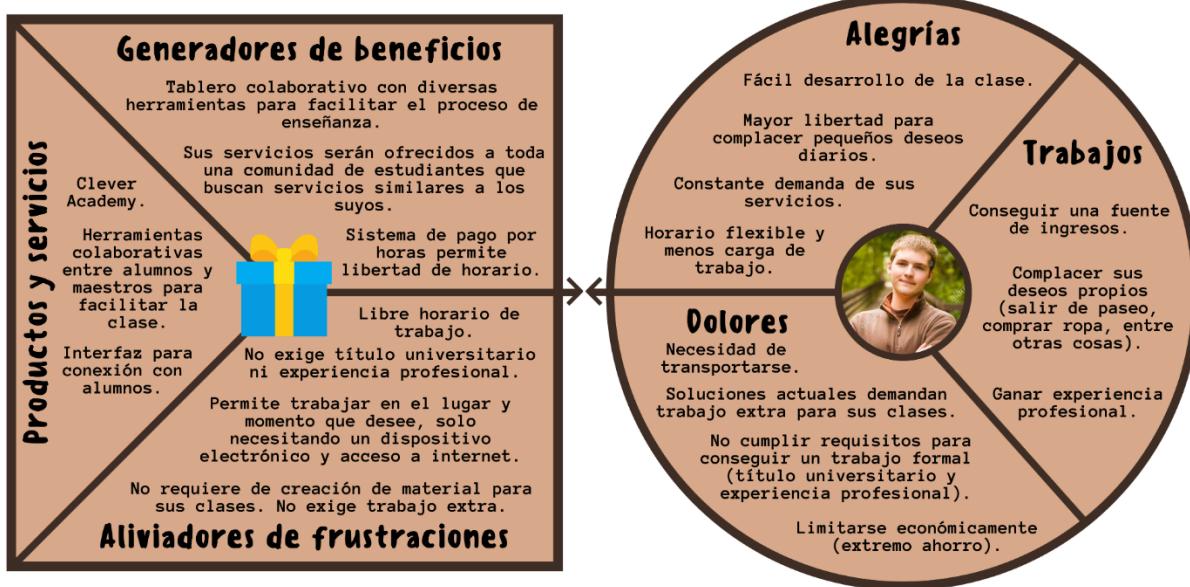
Nuestra plataforma permite a los padres de estudiantes de colegios privados de entre noveno y bachillerato con bajos resultados académicos, que desean ayudar a sus hijos en su proceso de aprendizaje, encontrar maestros y tutores de forma rápida y fácil. A diferencia de las soluciones comunes como preguntar a amigos, familiares y compañeros de trabajo si conocen un maestro o tutor, buscar en internet, etc. que implican mucho tiempo y esfuerzo.

Propuesta de valor para el cliente: maestros



Nuestra plataforma ayuda a profesionales en el área numérica que desean disminuir la presión generada por su situación económica y tener acceso a mayores lujos y comodidades, a tener mayores ingresos mediante la conexión con alumnos para sesiones virtuales en un horario libre. A diferencia de ofrecer sus servicios de forma presencial o trabajar horas extra, que resulta desgastante tanto física como emocionalmente.

Propuesta de valor para el cliente: tutores



Nuestra plataforma ayuda a estudiantes universitarios de carreras en áreas numéricas que tuvieron muy buenos resultados académicos en su educación media, que desean dejar de limitarse económicamente y complacer sus deseos como salir, comprar ropa, etc., a generar ingresos mediante la conexión con alumnos para sesiones virtuales en un horario libre. A diferencia de ofrecer sus servicios de forma presencial, lo que le consume tiempo y le genera cansancio.

Parte 4: Blue Ocean Strategy

Perfil estratégico de la competencia

Análisis a los competidores principales a tu propuesta de valor	
¿Qué competidores existen y quiénes son?	<ul style="list-style-type: none"> • Calculadoras (Geogebra, Symbolab. Son complementos asincrónicos). • Videos de YouTube (Julio Profe, etc. Son asincrónicos). • Refuerzos presenciales/sincrónicos. • Diversas páginas web (asincrónicas). • Plataformas de streaming (Classroom, Zoom. Son complementos sincrónicos). • Academias virtuales (Coursera, EdX, Khan Academy. Son complementos asincrónicos).
¿Cuál es la empresa competitora más fuerte y su aspecto más valorado?	Los refuerzos presenciales, ya que permiten trabajar exactamente los temas que el alumno necesita y resolver sus dudas específicas de manera inmediata.
¿Qué distingue a los competidores?	<p>Calculadoras: precio, accesibilidad y disponibilidad.</p> <p>Videos de YouTube: gratuito.</p> <p>Refuerzos presenciales/sincrónicos: personalización e interacción.</p> <p>Páginas web: gratuito, accesibilidad y disponibilidad, diversidad de información.</p> <p>Plataformas de streaming: gratuito, plataforma activa, servicios personalizado.</p> <p>Academias virtuales: calidad, diversidad y otorgamiento de certificados.</p>
¿Cómo es la calidad del producto o servicio?	<p>Calculadoras: calidad media alta.</p> <p>Videos de YouTube: calidad media.</p> <p>Refuerzos presenciales/sincrónicos: alta (depende del profesor).</p> <p>Páginas web: calidad baja.</p>

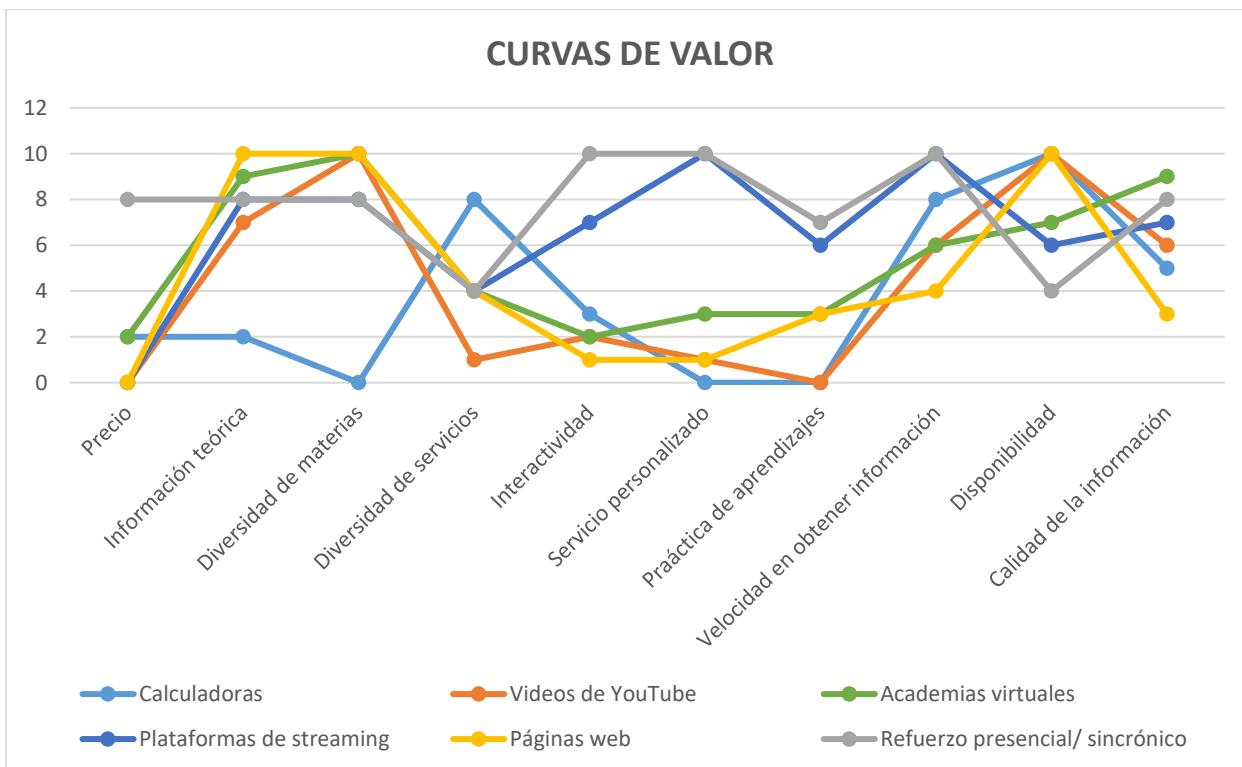
	<p>Plataformas de streaming: alta (depende del profesor).</p> <p>Academias virtuales: alta.</p>
¿Quién es mi competencia directa e indirecta?	<p>Competencia directa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Refuerzos presenciales/sincrónicos. • Videos de YouTube. <p>Competencia indirecta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calculadoras (complemento). • Páginas web. • Plataformas de streaming (complemento). • Academias virtuales (complemento).
¿Qué servicios ofrece la competencia?	<p>Calculadoras: resolución con pasos de ejercicios matemáticos, pero sin justificarlos. Es una plataforma pasiva.</p> <p>Videos de YouTube: videos explicativos. Plataforma pasiva.</p> <p>Refuerzos presenciales/sincrónicos: clases presenciales y personalizadas, enfocadas a trabajar temas específicos, resolver dudas, ejercicios, preparación de exámenes, etc.</p> <p>Páginas web: información teórica, ejercicios de ejemplo, videos explicativos. Plataforma pasiva.</p> <p>Plataformas de streaming: videoconferencias en las cuales pueden darse clases de cualquier tema, resolver dudas, etc. Plataforma activa.</p> <p>Academias virtuales: cursos, comúnmente pregrabados, sobre una gran diversidad de temas, pequeños ejercicios de repaso y otorgamiento de certificados.</p>
¿Qué le interesa al cliente? ¿Qué compra? ¿Qué factores toma en cuenta para decidir su compra?	Al cliente le interesa resolver sus dudas y comprender los procedimientos. Compra soluciones a sus problemas con los números. Para su compra, toma en cuenta principalmente el precio, la calidad y el nivel de interacción que ofrece el servicio.

Otra información relevante relacionada con la competencia.	<p>Calculadoras: algunas tienen más recursos como juegos, tutoriales, classroom, etc.</p> <p>Videos de YouTube: al ser subscriptor, se puede solicitar contenido de un tema específico por medio de los comentarios, pero queda a criterio de profesor si realizar el contenido o no. Tiene contenido oculto y no gratuito.</p> <p>Refuerzos presenciales/sincrónicos: poca disponibilidad, servicio solo es accesible días y horas específicas.</p> <p>Páginas web: contenido complicado de entender y de poca fiabilidad, ya que puede ser publicado por cualquier persona.</p> <p>Plataformas de streaming: no brindan un servicio especializado en área numérica, son solo un canal entre maestros y alumnos.</p> <p>Academias virtuales: en cursos pregrabados, no se pueden hacer preguntas a los profesores. Muchas requieren un pago adicional para la obtención de certificados. Cursos que son completamente de paga.</p>
------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Curva de valor de la competencia

Tabla 1. *Valor ofrecido por la competencia.*

FACTOR COMPETITIVO (Percepción de valor)	Calculadoras	Videos de YouTube	Refuerzo presencial/sincrónico	Páginas web	Plataformas de streaming	Academias virtuales
Precio	2	0	8	0	0	2
Información teórica	2	7	8	10	8	9
Diversidad de materias	0	10	8	10	8	10
Diversidad de servicios	8	1	4	4	4	4
Interactividad	3	2	10	1	7	2
Servicio personalizado	0	1	10	1	10	3
Práctica de aprendizaje	0	0	7	3	6	3
Velocidad en obtener información	8	6	10	4	10	6
Disponibilidad	10	10	4	10	6	7
Calidad de la información	5	6	8	3	7	9

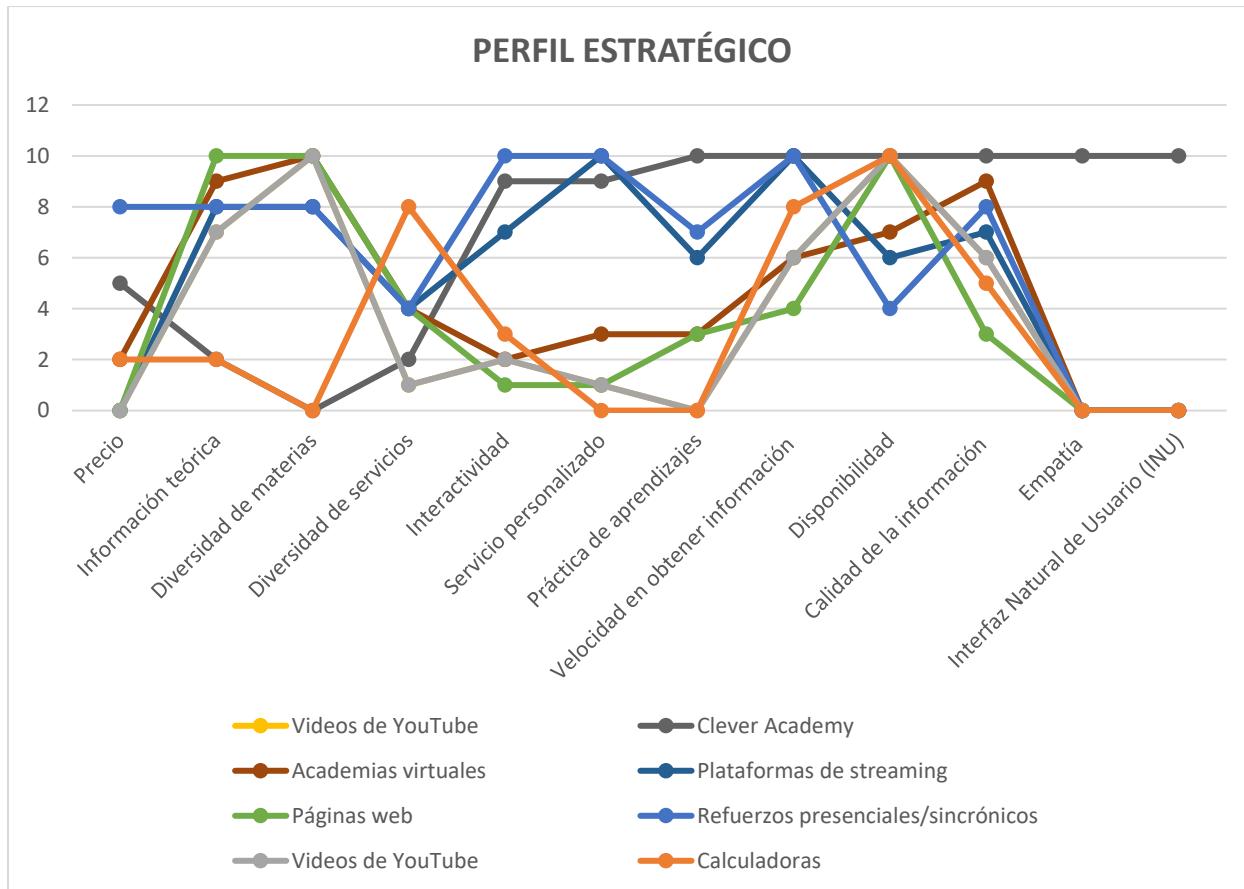
Gráfica 1. Curvas de valor de la competencia.**Esquema de las cuatro acciones**

ELIMINAR	INCREMENTAR
Diversidad de materias.	<ul style="list-style-type: none"> Calidad de la información. Precio. Práctica de aprendizajes.
REDUCIR	CREAR
<ul style="list-style-type: none"> Información teórica. Diversidad de servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> Empatía. Interfaz Natural de Usuario (INU).

Curva de valor de Clever Academy

Tabla 2. *Valor ofrecido por Clever Academy.*

FACTOR COMPETITIVO (Percepción de valor)	Calculadoras	Videos de YouTube	Refuerzo presencial/sincrónico	Páginas web	Plataformas de streaming	Academias virtuales	Clever Academy
Precio	2	0	8	0	0	2	5
Información teórica	2	7	8	10	8	9	2
Diversidad de materias	0	10	8	10	8	10	0
Diversidad de servicios	8	1	4	4	4	4	2
Interactividad	3	2	10	1	7	2	9
Servicio personalizado	0	1	10	1	10	3	9
Práctica de aprendizaje	0	0	7	3	6	3	10
Velocidad en obtener información	8	6	10	4	10	6	10
Disponibilidad	10	10	4	10	6	7	10
Calidad de la información	5	6	8	3	7	9	10
Empatía	0	0	0	0	0	0	10
INU	0	0	0	0	0	0	10

Gráfica 2. Curva de valor de Clever Academy.

Parte 5: modelo de negocios

Segmento de clientes

Usuario: estudiantes
• Edades entre 15 y 20 años.
• Estudiantes de colegios privados.
• Obtienen bajos resultados académicos en materias numéricas.
• Sienten estrés, presión y frustración.
• Desean mejores resultados, reconocimiento, seguridad y aumento de autoestima.

Cliente: padres
• Edades entre 40 y 55 años.
• Tienen hijos que cumplan el perfil de estudiantes.
• Tienen mucho trabajo, disponen de poco tiempo.
• Sienten presión social y por parte del colegio para que su hijo mejore sus resultados.
• Desean ayudar a sus hijos, sentirse orgullosos de ellos y ser percibidos como buenos padres.

Cliente: maestros
• Edades entre 25 y 55 años.
• Cuentan con título universitario en carrera afín a la numérica.
• Vida ocupada, poco tiempo libre.
• Siente presión social y ejercida por su familia para mejorar su nivel económico.
• Desea mayores ingresos, lujos y disposición de tiempo.

Cliente: tutores
• Edades entre 18 y 24 años.
• Estudiantes de carreras afines al área numérica.
• Resultados de bachillerato destacados.
• Frustrado por no poder conseguir trabajo por su falta de experiencia y estudios no finalizados.
• Desea ingresos para complacer deseos como salir, comprar ropa, etc.

Cliente: maestros de música, arte, cocina, inglés, etc.

- Edades entre 20 y 55 años.
- Estudios en el área o conocimiento y habilidad comprobable.
- Desea ingresos extra, ya que su campo de trabajo es un poco limitado.

Propuesta de valor**Propuesta de Valor Usuario: estudiantes**

- Empatía, aumentar autoestima, reconocer y felicitar avances con medallas y mensajes motivacionales.
- Servicio disponible en todo momento.
- Aprendizaje con gamificación.
- Uso de Interfaz Natural de Usuario (INU).
- Clases de música, arte, cocina e idioma inglés (extras, periodo de vacaciones).

Propuesta de Valor Cliente: padres

- Seguimiento del avance de sus hijos en tiempo real.
- Facilidad para encontrar maestros y tutores.
- Diferentes planes de suscripción: mensual, trimestral, anual y freemium por 15 días.
- Descuentos en empresas aliadas (suscripción anual).

Propuesta de Valor Cliente: maestros

- Horario flexible.
- Herramientas y tecnología innovadoras para facilitar la clase y brindar una mejor experiencia.
- Descuentos en empresas asociadas por buena valoración de usuarios.
- Oportunidad de incrementar sus ingresos.

Propuesta de Valor Cliente: tutores

- Horario flexible.
- Oportunidad de trabajo y adquisición de experiencia.
- Herramientas y tecnología innovadoras para facilitar la clase y brindar una mejor experiencia.
- Descuentos en empresas asociadas por buena valoración de usuarios.

Propuesta de Valor Cliente: maestros de música, arte, cocina, inglés, etc.

- Horario flexible.
- Oportunidad de incrementar sus ingresos.
- Herramientas y tecnología innovadoras para facilitar la clase y brindar una mejor experiencia.
- Descuentos en empresas asociadas por buena valoración de usuarios.

Canales

Para todos

- App Clever Academy.
- Plataforma Clever Academy.

Relaciones con los clientes

Usuario: estudiantes

- Comunidad (redes sociales, chat en vivo en la plataforma).
- Espacio para sugerencias y evaluación.
- Mensajes de felicitación y motivación.
- Conferencias motivacionales y educativas de casos de éxito.
- Marketing de contenido en redes sociales.

Cliente: padres

- Envío de reportes periódicos de avance.
- Comunidad (redes sociales, chat en vivo en la plataforma).
- Espacio para sugerencias y evaluación.
- Marketing de contenido en redes sociales.

Cliente: maestros

- Envío de sugerencias para la metodología de clases.
- Comunidad (redes sociales, chat en vivo en la plataforma).
- Espacio para sugerencias y evaluación.
- Reuniones y capacitaciones con el equipo profesional de Clever Academy.
- Marketing de contenido en redes sociales.

Cliente: tutores

- Envío de sugerencias para la metodología de clases.
- Comunidad. (redes sociales, chat en vivo en la plataforma).
- Espacio para sugerencias y evaluación.
- Reuniones y capacitaciones con el equipo profesional de Clever Academy.
- Marketing de contenido en redes sociales.

Cliente: maestros de música, arte, cocina, inglés, etc.

- Envío de sugerencias para la metodología de clases.
- Comunidad. (redes sociales, chat en vivo en la plataforma).
- Espacio para sugerencias y evaluación.
- Marketing de contenido en redes sociales.

Flujo de ingresos**Usuario: estudiantes**

No es quién realiza el pago.

Cliente: padres

- Suscripción anual \$249.99 (El Salvador).
- Suscripción trimestral \$69.99 (El Salvador).
- Suscripción mensual \$29.99 (El Salvador).
- Freemium (15 días).
- Paga por horas clase y cursos en vacaciones.
- Formas de pago: tarjetas de crédito/débito, transferencia bancaria, pago en línea (PayPal).

Cliente: maestros

- Cobro de porcentaje sobre las horas clases impartidas.
- Cobro se hará mensual o quincenal a decisión del cliente.
- Clever Academy les proporcionará su dinero ya con el descuento estipulado sobre el porcentaje de horas.

Cliente: tutores

- Cobro de porcentaje sobre las horas clases impartidas.
- Cobro se hará mensual o quincenal a decisión del cliente.
- Clever Academy les proporcionará su dinero ya con el descuento estipulado sobre el porcentaje de horas.

Cliente: maestros de música, arte, cocina, inglés, etc.

- Cobro de porcentaje sobre el curso impartido.
- Cobro se hará mensual o quincenal a decisión del cliente.
- Clever Academy les proporcionará su dinero ya con el descuento del porcentaje estipulado sobre el curso.

Recursos clave

Recursos clave	
Físicos	<ul style="list-style-type: none"> • Plataforma. • App.
Económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Inversionistas.
Intelectuales	<ul style="list-style-type: none"> • Clever Academy. • Base de datos de clientes y usuarios.
Humanos	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de programadores y desarrolladores. • Equipo profesional docente. • Servicio al cliente.

Actividades clave**Actividades clave**

- Mantenimiento de la plataforma.
- Actualización de contenido (constante innovación en juegos).
- Marketing.
- Búsqueda y selección de maestros y tutores.

Asociaciones clave

Asociaciones clave
• Tiendas de ropa (Bershka, Pull&Bear, Siman, Zara, Forever 21, etc.).
• Tiendas de dispositivos electrónicos (Siman, La Curacao, etc.).
• Tiendas de electrodomésticos y mobiliario. (Sanborns, Siman, etc.).
• Restaurantes (La Pampa, Tony Roma's, Benihana, Bennigan's, etc.).

Estructura de costes

Estructura de costos
• Creación y mantenimiento de la plataforma
• Creación y actualización de contenido.
• Recursos humanos.
• Marketing.

Lienzo del modelo de negocios de Clever Academy



Parte 6: medición del mercado TAM-SAM-SOM

Las cifras presentadas a continuación se obtuvieron de *Indicador: matrícula por nivel educativo* del MINEDUCYT.

El Salvador		
Ingresos por clases de matemáticas de maestros y tutores	Ingresos por suscripción	Ingresos por clases en vacaciones
<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Cuánto gasta un estudiante por clase (en promedio)? \$7.50 ✓ ¿Con que frecuencia utilizarían la plataforma? 4 clases al mes (\$300 al año en 10 meses de periodo de clases). ✓ ¿Cuántos estudiantes hay entre noveno grado y bachillerato en colegios privados? 58,408 estudiantes (\$17,522,400 anuales). ✓ ¿Qué porcentaje de estudiantes presenta deficiencia en matemáticas? Aproximadamente, el 60% (35,045 estudiantes = \$10,513,500 anuales). ✓ ¿Cuántos estudiantes deficientes usarían Clever Academy? Según 80/20 de Pareto, 7,009 estudiantes (\$2,102,700 anuales.) ✓ ¿Qué porcentaje de ingresos percibe Clever Academy? 20% (\$420,540 anuales). 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Cuál es la proyección de suscripción para los distintos planes? 25% al plan mensual (\$30). 1752 estudiantes. 80/20 Pareto para determinar si estarán suscritos todo el año o solo en periodo de clases: (80%) Por 10 meses: 1402 estudiantes, \$420,600. (20%) Por 12 meses: 348 estudiantes, \$125,280. Total: \$545,880. 50% al plan trimestral (\$70) 3504 estudiantes. 80/20 Pareto para determinar si estarán suscritos todo el año o solo en periodo de clases: (80%) Por 3 trimestres: 2803 estudiantes, \$588,630. (20%) Por 4 trimestres: 701 estudiantes, \$196,280. Total: \$784,910. 25% al plan anual (\$250) 1752 estudiantes, \$438,000. Total: \$438,000. <p style="text-align: right;">TOTAL SUSCRIPCIÓN: \$1,768,790.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Cuánto gasta el estudiante por curso? \$110. ✓ ¿Cuántos estudiantes utilizarían la plataforma durante las vacaciones? Según 80/20 de Pareto: 1,401 estudiantes, \$154,110 anuales). ✓ ¿Qué porcentaje percibe Clever Academy? 20% (\$30,822 anuales)
TOTAL		\$2.2 millones

Las cifras presentadas a continuación se obtuvieron de *Indicadores educativos de Guatemala* de la organización Empresarios por la Educación.

Guatemala		
Ingresos por clases de matemáticas de maestros y tutores	Ingresos por suscripción	Ingresos por clases en vacaciones
<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Cuánto gasta un estudiante por clase (en promedio)? \$6.50 ✓ ¿Con qué frecuencia utilizarían la plataforma? 4 clases al mes (\$260 al año en 10 meses de periodo de clases). ✓ ¿Cuántos estudiantes hay entre noveno grado y bachillerato en colegios privados? 378,823 estudiantes (\$98,493,980 anuales). ✓ ¿Qué porcentaje de estudiantes presenta deficiencia en matemáticas? Aproximadamente, el 80% (303,058 estudiantes = \$78,795,080 anuales). ✓ ¿Cuántos estudiantes deficientes usarían Clever Academy? Según 80/20 de Pareto, 60,612 estudiantes (\$15,759,120 anuales.) ✓ ¿Qué porcentaje de ingresos percibe Clever Academy? 20% (\$3,151,824 anuales). 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Cuál es la proyección de suscripción para los distintos planes? 25% al plan mensual (\$25). 15,153 estudiantes. 80/20 Pareto para determinar si estarán suscritos todo el año o solo en periodo de clases: (80%) Por 10 meses: 12,122 estudiantes, \$3,030,500. (20%) Por 12 meses: 3,031 estudiantes, \$909,300. Total: \$3,939,800. ----- 50% al plan trimestral (\$60) 30,306 estudiantes. 80/20 Pareto para determinar si estarán suscritos todo el año o solo en periodo de clases: (80%) Por 3 trimestres: 24,245 estudiantes, \$4,364,100. (20%) Por 4 trimestres: 6,061 estudiantes, \$1,454,640. Total: \$5,818,740. ----- 25% al plan anual (\$230) 15,153 estudiantes, \$3,485,190. Total: \$3,485,190. ----- TOTAL SUSCRIPCIÓN: \$13,243,730. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Cuánto gasta el estudiante por curso? \$100. ✓ ¿Cuántos estudiantes utilizarían la plataforma durante las vacaciones? Según 80/20 de Pareto: 12,122 estudiantes, (\$1,212,200 anuales). ✓ ¿Qué porcentaje percibe Clever Academy? 20% (\$242,440 anuales)
TOTAL		\$16.6 millones

Las cifras presentadas a continuación se obtuvieron de *Informe sistema educativo hondureño en cifras periodo académico 2014-2016* de la Secretaría de Educación de Honduras.

Honduras		
Ingresos por clases de matemáticas de maestros y tutores	Ingresos por suscripción	Ingresos por clases en vacaciones
✓ ¿Cuánto gasta un estudiante por clase (en promedio)? \$7.50	✓ ¿Cuál es la proyección de suscripción para los distintos planes? 25% al plan mensual (\$30). 5,128 estudiantes. 80/20 Pareto para determinar si estarán suscritos todo el año o solo en periodo de clases: (80%) Por 10 meses: 4,102 estudiantes, \$1,230,600. (20%) Por 12 meses: 1,026 estudiantes, \$369,360. Total: \$1,599,960.	✓ ¿Cuánto gasta el estudiante por curso? \$110. ✓ ¿Cuántos estudiantes utilizarían la plataforma durante las vacaciones? Según 80/20 de Pareto: 4,103 estudiantes, \$451,330 anuales).
✓ ¿Cuántos estudiantes hay entre noveno grado y bachillerato en colegios privados? 146,537 estudiantes (\$43,961,100 anuales).	50% al plan trimestral (\$70) 10,258 estudiantes. 80/20 Pareto para determinar si estarán suscritos todo el año o solo en periodo de clases: (80%) Por 3 trimestres: 8,206 estudiantes, \$1,723,260. (20%) Por 4 trimestres: 2,052 estudiantes, \$574,560. Total: \$2,297,820.	✓ ¿Qué porcentaje percibe Clever Academy? 20% (\$90,266 anuales)
✓ ¿Qué porcentaje de estudiantes presenta deficiencia en matemáticas? Aproximadamente, el 70% (102,576 estudiantes = \$30,772,800 anuales).	25% al plan anual (\$250) 5,128 estudiantes, \$1,282,000. Total: \$1,282,000.	
✓ ¿Cuántos estudiantes deficientes usarían Clever Academy? Según 80/20 de Pareto, 20,515 estudiantes (\$6,154,500 anuales.)	TOTAL SUSCRIPCIÓN: \$5,179,780.	
TOTAL	\$6.5 millones	

Las cifras presentadas a continuación se obtuvieron de *Plan estratégico de educación 2017-2021* del Ministerio de Educación de Nicaragua.

Nicaragua		
Ingresos por clases de matemáticas de maestros y tutores	Ingresos por suscripción	Ingresos por clases en vacaciones
<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Cuánto gasta un estudiante por clase (en promedio)? \$5 ✓ ¿Con qué frecuencia utilizarían la plataforma? 4 clases al mes (\$200 al año en 10 meses de periodo de clases). ✓ ¿Cuántos estudiantes hay entre noveno grado y bachillerato en colegios privados? 114,000 estudiantes (\$22,800,000 anuales). ✓ ¿Qué porcentaje de estudiantes presenta deficiencia en matemáticas? Aproximadamente, el 65% (74,100 estudiantes = \$14,820,000 anuales). ✓ ¿Cuántos estudiantes deficientes usarían Clever Academy? Según 80/20 de Pareto, 14,820 estudiantes (\$2,964,000 anuales.) ✓ ¿Qué porcentaje de ingresos percibe Clever Academy? 20% (\$592,800 anuales). 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Cuál es la proyección de suscripción para los distintos planes? <ul style="list-style-type: none"> 25% al plan mensual (\$20). 3,705 estudiantes. 80/20 Pareto para determinar si estarán suscritos todo el año o solo en periodo de clases: <ul style="list-style-type: none"> (80%) Por 10 meses: 2,964 estudiantes, \$592,800. (20%) Por 12 meses: 741 estudiantes, \$177,840. Total: \$770,640. <hr/> 50% al plan trimestral (\$50) 7,410 estudiantes. 80/20 Pareto para determinar si estarán suscritos todo el año o solo en periodo de clases: <ul style="list-style-type: none"> (80%) Por 3 trimestres: 5,928 estudiantes, \$889,200. (20%) Por 4 trimestres: 1,482 estudiantes, \$296,4000. Total: \$1,185,600. <hr/> 25% al plan anual (\$190) 3,705 estudiantes, \$703,950. Total: \$703,950. <hr/> <p>TOTAL SUSCRIPCIÓN: \$2,660,190.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Cuánto gasta el estudiante por curso? \$80. ✓ ¿Cuántos estudiantes utilizarían la plataforma durante las vacaciones? Según 80/20 de Pareto: <ul style="list-style-type: none"> 2,964 estudiantes, \$237,120 anuales). ✓ ¿Qué porcentaje percibe Clever Academy? 20% (\$47,424 anuales)
TOTAL		\$3.3 millones

TAM	El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua	28.6 millones.
SAM	El Salvador y Guatemala	18.8 millones.
SOM	El Salvador	2.2 millones.

Referencias bibliográficas

Empresarios por la educación. (2016). *Indicadores educativos de Guatemala*. Recuperado de:

http://www.empresariosporlaeducacion.org/sites/default/files/Contenido/Recursos/Documentos/Documentos%20Guatemala/indicadores_educativos_de_guatemala_2016_0.pdf

Ministerio de Educación Ciencia y Tecnología. (2019). *Indicador: matrícula por nivel educativo*.

Recuperado de:

<https://www.mined.gob.sv/EstadisticaWeb/indicadores/3.%20COBERTURA%20MATRICULAR/3.1%20Matr%C3%ADcula%20por%20nivel.pdf>

Ministerio de Educación de Nicaragua. (2017). *Plan estratégico de educación 2017-2021*.

Recuperado de:

https://www.siteal.iiep.unesco.org/sites/default/files/sit_accion_files/6353.pdf

Secretaría de Educación de Honduras. (2017). *Informe sistema educativo hondureño en cifras periodo académico 2014-2016*. Recuperado de:

https://www.se.gob.hn/media/files/articles/201711_usinieh_informe_estadistico_2014_2016_hbha1lq.pdf