



MI PROYECTO EMPRENDEDOR



Nombre y apellidos: Cristina Sandoval Laborde

Curso: 2ºDAM

Asignatura: IPE II

Índice

1. La Creación.....	1
Fase 1. Observación del Entorno	1
Fase 2. Identificación de la Necesidad	2
Fase 3. Generación de Ideas	3
Fase 4. Selección de la idea más adecuada.....	3
2. Modelo de Negocio	4
Fase 1. Propuesta de Valor.....	4
Fase 2. Segmento de Clientes	4
Fase 3. Canales de Distribución	4
Fase 4. Relación con Clientes.....	5
Fase 5. Recursos Clave.....	5
Fase 6. Actividades Clave.....	5
Fase 7. Ingresos	6
Fase 8. Costes	6
3. Valores éticos.....	7
4. Entorno	7
Entorno General.....	7
Entorno Específico	8
Mi Valor Diferencial	9
5. Marketing	10
Charlas en Institutos	10
Colaboraciones con "Studygrammers" y "StudyTokers"	10
Alianzas con AMPAs y Academias de Barrio	10

1. La Creación

Fase 1. Observación del Entorno

Al analizar el contexto educativo de los estudiantes de Bachillerato (entre 15 y 19 años) en la comunidad de **Andalucía**, he observado un escenario complejo marcado por una de las tasas de **abandono escolar temprano** más significativas del territorio nacional. Dentro de este entorno, he detectado los siguientes problemas críticos que lastran el rendimiento académico:

- **Dificultades de Gestión:** Los alumnos presentan una deficiente organización de sus calendarios de deberes y exámenes, lo que frecuentemente deriva en la pérdida de materiales de estudio esenciales para su progreso. La acumulación de tareas sin control genera cuadros de **nervios y estrés** tanto en 1º como en 2º de Bachillerato.
- **Uso Ineficiente de la Tecnología:** Actualmente, el teléfono móvil se percibe únicamente como una fuente de distracción que fragmenta la concentración del alumno. Existe una falta de soluciones que aprovechen la presencia constante de estos dispositivos para convertirlos en un **aliado del estudio** en lugar de un enemigo.
- **Carencia Metodológica:** Un problema central identificado es que los estudiantes **no saben cómo estudiar** de forma eficiente. No se trata de una falta de voluntad o de interés por el título, sino de un desconocimiento de las técnicas de aprendizaje que mejor se adaptan a su perfil personal.
- **Erosión de la Motivación:** Esta falta de herramientas para abordar el temario provoca una desconexión emocional con el estudio. Al no percibir resultados proporcionales al esfuerzo realizado, el alumno pierde la **motivación**, lo que alimenta el ciclo de frustración y aumenta el riesgo de abandono escolar.

Fase 2. Identificación de la Necesidad

Tras el análisis del escenario educativo en Andalucía, se concluye que los estudiantes de Bachillerato presentan una serie de necesidades urgentes que el sistema de enseñanza tradicional no está cubriendo de forma personalizada:

- **Necesidad de Autoconocimiento Metodológico:** Existe una demanda crítica de herramientas que ayuden al alumno a descubrir su "perfil de aprendizaje". La mayoría de los estudiantes se desmotivan al intentar aplicar técnicas que no encajan con su forma de procesar información (visual, auditiva, etc.). Es fundamental que el alumno sepa **cómo estudiar** antes de enfrentarse al contenido.
- **Necesidad de Centralización y Orden:** Debido a la mala organización y el extravío frecuente de materiales, el alumno requiere una solución que aglutine horario, tareas y fechas de exámenes en un solo lugar. El uso de agendas dispersas contribuye al desorden y a la pérdida de información relevante.
- **Necesidad de Reducción de la Ansiedad y el Estrés:** La acumulación de tareas genera un estado de nerviosismo constante. Se identifica la necesidad de un sistema de gestión que aporte claridad sobre la carga de trabajo, permitiendo visualizar el progreso y reducir la incertidumbre ante las evaluaciones.
- **Necesidad de Recuperación de la Motivación:** El alumno necesita recuperar el control de su aprendizaje. Al carecer de un método claro, aparece la desmotivación; por ello, se requiere un recurso que dinamice el proceso y evite que el estudiante se rinda ante la complejidad del Bachillerato.
- **Necesidad de un Aliado Digital:** Dado que el móvil es su entorno principal, el estudiante necesita que este deje de ser una distracción para convertirse en su centro de operaciones académicas. Se requiere una aplicación que integre la tecnología como una ventaja competitiva.
- **Compromiso con la Agenda 2030 (ODS 4):** El proyecto nace de la necesidad de alinearse con el **Objetivo de Desarrollo Sostenible 4: Educación de Calidad**. Específicamente, se busca cumplir con la **Meta 4.7**, que promueve que los alumnos adquieran las competencias necesarias para el desarrollo sostenible. En nuestro contexto, esto se traduce en **"enseñar a aprender"**, dotando al estudiante de una autonomía y una competencia de aprendizaje permanente que le servirá para toda su vida personal y profesional.

Fase 3. Generación de Ideas

Para abordar la problemática del abandono escolar y la falta de orientación metodológica en Andalucía, he planteado tres soluciones tecnológicas distintas:

- **Web de generador de exámenes reales:** Un portal que recopila y genera modelos de exámenes de años anteriores para que el alumno pueda practicar en un entorno similar al real. Esta idea se centraba en la preparación final, ayudando a reducir la incertidumbre ante la evaluación.
- **App para aprender a estudiar (StudyMatchKey):** Una aplicación móvil integral diseñada para que el estudiante realice un test de autoconocimiento pedagógico y reciba técnicas de estudio personalizadas según su perfil (visual, auditivo, etc.). Incluye además una agenda digital para organizar el día a día.
- **Planificador de objetivos inteligente:** Una herramienta enfocada exclusivamente en la productividad, donde el alumno establece metas académicas a corto y largo plazo, y el sistema desglosa los pasos necesarios para alcanzarlas, enviando recordatorios para evitar la procrastinación.

Fase 4. Selección de la idea más adecuada

He seleccionado la **App para aprender a estudiar (StudyMatchKey)** como la solución definitiva por ser la más completa y coherente con el **ODS 4 (Meta 4.7)**. Los motivos principales son:

1. **Ataque a la raíz del problema:** Mientras que el generador de exámenes ayuda al final del proceso y el planificador ayuda a la organización, esta app enseña **cómo aprender**, resolviendo la carencia metodológica que causa la desmotivación y el abandono.
2. **Transformación del dispositivo:** Convierte el smartphone —principal fuente de distracción de los jóvenes andaluces— en la herramienta central de su aprendizaje, facilitando que el alumno tenga su "método ideal" siempre a mano.
3. **Integralidad:** Esta idea es la más adecuada porque permite fusionar las mejores funciones de las otras propuestas: ofrece técnicas para preparar exámenes (como el generador) y permite organizar el tiempo (como el planificador), todo bajo el paraguas de la personalización pedagógica.
4. **Viabilidad técnica y escalabilidad:** El uso de una arquitectura basada en **MongoDB** permite que la app gestione de forma eficiente y segura los perfiles de miles de estudiantes, adaptándose al ritmo de cada uno de manera automatizada.

2. Modelo de Negocio

Fase 1. Propuesta de Valor

La propuesta central de StudyMatchKey es el "**Estudio Inteligente y Personalizado**". No es una simple agenda; es una herramienta que:

- Identifica el canal de aprendizaje (visual, auditivo, kinestésico) mediante un test pedagógico inicial.
- Ofrece una metodología adaptada que garantiza que el esfuerzo del alumno se traduzca en resultados reales.
- Proporciona un entorno de organización centralizado para reducir el estrés y la ansiedad académica.
- Cumple con la Meta 4.7 de la Agenda 2030 al empoderar al alumno para que sea el dueño de su propio proceso de aprendizaje.

Fase 2. Segmento de Clientes

El público objetivo está claramente definido por dos perfiles:

- **Segmento Principal:** Estudiantes de Bachillerato (1º y 2º) en Andalucía, de entre 15 y 19 años, que buscan mejorar su rendimiento y necesitan una guía para organizar su tiempo y método de estudio.
- **Segmento Secundario:** Padres y madres preocupados por la desmotivación o el nivel de estrés de sus hijos, que buscan una herramienta externa fiable para apoyarlos.

Fase 3. Canales de Distribución

Para llegar a nuestro segmento, utilizaremos una estrategia omnicanal:

- **Tiendas de Aplicaciones:** La **PlayStore** será nuestro escaparate principal para la descarga de la app.
- **Redes Sociales:** Campañas en **TikTok e Instagram**, utilizando contenido visual y dinámico que resuene con el lenguaje adolescente.
- **Entorno Educativo:** Colaboraciones o charlas informativas en institutos de Andalucía para presentar la herramienta directamente a los usuarios y orientadores.

Fase 4. Relación con Clientes

Busco una relación de acompañamiento y confianza:

- **Autoservicio Asistido:** La app ofrece soluciones automáticas basadas en los datos del usuario.
- **Soporte Técnico:** Canal directo de comunicación para resolver dudas sobre el funcionamiento de la aplicación.
- **Feedback Continuo:** Sistema de reseñas y sugerencias en la PlayStore para actualizar la app según las necesidades reales de los estudiantes.

Fase 5. Recursos Clave

Para que StudyMatchKey funcione, cuento con:

- **Infraestructura Tecnológica:** Servidores y bases de datos robustas utilizando **MongoDB** para gestionar los perfiles de los estudiantes de forma segura.
- **Algoritmo Pedagógico:** Cuento con un sistema de evaluación propio que procesa las respuestas del test de aprendizaje. Este algoritmo es el núcleo del proyecto, ya que traduce los datos del usuario en recomendaciones metodológicas personalizadas (estilo visual, auditivo, etc.).
- **Equipo Humano:** Actualmente, el proyecto es gestionado de forma integral por su **mí**, que asumo las funciones de desarrollador de software, diseñador de la interfaz y responsable pedagógico. Esta estructura permite una toma de decisiones ágil y una visión coherente y unificada de todas las áreas de la aplicación.
- **Identidad de Marca:** Más allá de los elementos visuales como el logo, mi recurso clave es el **posicionamiento único** en el mercado. StudyMatchKey se distingue por ser la solución más completa y ambiciosa disponible: no existe ninguna otra aplicación que integre en una sola interfaz el autoconocimiento pedagógico, la planificación inteligente de objetivos y la gestión de tareas, transformando el móvil de una distracción en una herramienta de éxito académico.

Fase 6. Actividades Clave

Las operaciones diarias del proyecto incluyen:

- **Desarrollo de Software:** Mantenimiento de la app y mejora de las interfaces de usuario.
- **Gestión de Datos:** Administrar la base de datos de estudiantes (altas, bajas y actualizaciones de registros).
- **Actualización de Contenidos:** Incorporar nuevas técnicas de estudio y optimizar el planificador inteligente.

- **Marketing y Captación:** Ejecución de campañas publicitarias en redes sociales.
- **Optimización de espacios publicitarios:** Gestión estratégica de los anuncios de **Google AdMob** para equilibrar la generación de ingresos con una experiencia de estudio fluida y sin distracciones.

Fase 7. Ingresos

El modelo financiero de **StudyMatchKey** es de tipo **Freemium**, combinando el acceso masivo con la monetización de funciones avanzadas:

1. **Versión Gratuita (Monetización por Publicidad):**
 - **Publicidad In-App (Google AdMob):** Generación de ingresos mediante banners y anuncios intersticiales que aparecen en transiciones naturales de la app.
 - **Rewarded Videos (Vídeos premiados):** Los usuarios pueden elegir ver un vídeo publicitario para desbloquear, de forma puntual, una técnica de estudio avanzada o una plantilla específica. Esto permite monetizar al usuario gratuito sin interrumpir su flujo de estudio.
 - **Funcionalidades:** Acceso al test de aprendizaje básico y al calendario de tareas estándar.
2. **Suscripción / Pago Único Premium:**
 - **Eliminación de Publicidad:** Experiencia totalmente limpia para maximizar la concentración del estudiante.
 - **Análisis detallado de rendimiento:** Informes estadísticos sobre la evolución del aprendizaje y el cumplimiento de metas.
 - **Contenido Exclusivo:** Acceso total a la biblioteca de técnicas de estudio avanzadas y plantillas de objetivos inteligentes (SMART) personalizadas según el perfil detectado.

Fase 8. Costes

La estructura de costes se divide en:

- **Costes Tecnológicos:** Mantenimiento de la base de datos MongoDB y servidores en la nube.
- **Marketing:** Inversión en anuncios pagados (Social Ads).
- **Comisiones:** El 30% de las ventas que retiene la plataforma intermediaria (PlayStore).
- **Desarrollo:** Horas de trabajo del equipo técnico para el soporte y nuevas funcionalidades

3. Valores éticos

En la gestión de **StudyMatchKey**, me comprometo a seguir unos principios éticos que guían cada una de mis decisiones como fundadora y desarrolladora:

- **Privacidad y Protección de Datos:** Este es mi compromiso más crítico. Al trabajar con estudiantes, muchos de ellos menores de edad, me aseguro de que toda la información personal y académica se gestione de forma privada y segura a través de mi infraestructura en **MongoDB**, cumpliendo con la ética de protección de datos en el entorno digital.
- **Compromiso en la Futura Contratación:** Aunque actualmente gestiono el proyecto de forma individual, asumo desde ya el compromiso de que, al crecer y contratar personal, basaré mi política laboral en la **igualdad de oportunidades**, la diversidad y salarios justos. Mi ética profesional rechaza cualquier tipo de discriminación y busca crear un entorno de trabajo saludable que respete la conciliación.
- **Responsabilidad Social contra el Abandono:** Dado que opero en **Andalucía**, mi ética me impulsa a luchar activamente contra la tasa de abandono escolar. No busco solo el beneficio económico, sino cumplir con la **Meta 4.7 de la Agenda 2030**, aportando una herramienta que reduzca la frustración y el estrés de los estudiantes andaluces.

4. Entorno

Para que **StudyMatchKey** tenga éxito, he analizado detalladamente el ecosistema en el que opero, dividiéndolo en el marco general que me rodea y los agentes específicos con los que interactúo directamente.

Entorno General

- **Localización:** He ubicado mi actividad principal en la comunidad autónoma de **Andalucía**. He elegido este entorno porque presenta una de las tasas de abandono escolar más preocupantes de España, lo que convierte a mi región en el lugar donde mi propuesta de "enseñar a aprender" es más necesaria y puede generar un impacto social más transformador.
- **Política:** He identificado que mi proyecto se ve afectado y respaldado por un marco normativo actual muy específico que regula tanto el ámbito educativo como el tecnológico:
 - **Ley Orgánica 3/2020 (LOMLOE):** Es la ley nacional que modifica la LOE y en la que me baso para integrar el desarrollo de la **competencia digital** y la capacidad de "**aprender a aprender**". Esta ley legitima mi propuesta al exigir que el sistema educativo garantice la plena inserción del alumnado en la sociedad digital.
 - **Ley 17/2007 de Educación de Andalucía (LEA):** Como opero en esta comunidad, esta ley es fundamental. En sus artículos 25 y 126, otorga **autonomía pedagógica** a los centros para incorporar proyectos de

innovación e investigación como el mío, y fomenta el uso de las TIC como medio didáctico preferente en el Bachillerato.

- **RGPD (UE 2016/679) y Ley Orgánica 3/2018 (LOPDGDD):** Son las leyes que rigen cómo debo tratar los datos en mi base de datos MongoDB. Es especialmente relevante el **Artículo 7 de la LOPDGDD**, que fija en **14 años** la edad para que el menor dé su propio consentimiento. Dado que mi público tiene entre 15 y 19 años, esto me permite interactuar directamente con ellos, aunque refuerzo la seguridad por tratarse de un colectivo vulnerable.
- **Ley 34/2002 (LSSI-CE):** Al ser **StudyMatchKey** una aplicación que ofrece servicios digitales y que incluye un modelo de ingresos (Freemium), estoy sujeta a esta ley de servicios de la sociedad de la información, que me obliga a ser transparente en mis condiciones de contratación y comunicaciones comerciales.
- **Económica:** Opero en el sector de la **EdTech** (tecnología educativa), un mercado en constante crecimiento. He observado que, a pesar de las fluctuaciones económicas, las familias andaluzas consideran la educación de sus hijos como una inversión prioritaria, lo que favorece la adopción de herramientas digitales que aseguren el éxito académico y reduzcan el riesgo de repetir curso.

Entorno Específico

- **Clientes:** Mis clientes directos son los estudiantes de Bachillerato de entre 15 y 19 años que sufren de estrés y falta de método. También considero clientes a sus padres y madres, quienes son los que suelen realizar la inversión en la versión Premium para asegurar que sus hijos cuenten con el mejor apoyo posible en una etapa tan crítica.
- **Proveedores:** Mi principal proveedor tecnológico es **MongoDB**, que me proporciona la infraestructura de base de datos necesaria para gestionar los perfiles de mis usuarios de forma segura y escalable. También dependo de servicios de alojamiento en la nube que permiten que mi aplicación esté disponible las 24 horas del día.
- **Competencia:**

He evaluado mis competencias directas comparando sus funcionalidades con los pilares de **StudyMatchKey** para definir mi valor diferencia

Aplicación	Brainscape	Schoolify	Easy Study	StudySmarter	StudyMatchKey
Planificación del tiempo	X	✓	✓	✓	✓
Gestión de tareas/exámenes	X	✓	✓	✓	✓
Métodos de estudio	✓ Flashcards (spaced repetition)	X	X	✓ (flashcards, quizzes)	✓ Selección del mejor método
Personalización por estilo de aprendizaje	X	X	X	X	✓
Técnicas activas	✓ Flashcards	X	X	✓	✓ Múltiples técnicas activas

Brainscape: Se centra únicamente en la memorización mediante flashcards y repetición espaciada. He identificado que su debilidad frente a mi proyecto es que no gestiona el calendario ni ayuda al estudiante a saber si este método se adapta realmente a él.

Schoolify y Easy Study: He analizado que ambas son excelentes para organizar horarios y recibir notificaciones, pero he constatado que no incorporan la dimensión pedagógica ni la personalización por estilo de aprendizaje que yo propongo.

StudySmarter: Aunque ofrece recursos y flashcards, he verificado que no adapta los métodos al estilo individual del alumno ni proporciona una guía paso a paso para aplicarlos de manera óptima.

Mi Valor Diferencial

Tras este análisis, he concluido que la mayoría de estas aplicaciones cubren aspectos parciales de la vida académica. Mi valor diferencial reside en que **StudyMatchKey** es la única que integra de manera completa la **gestión del tiempo**, la **personalización del método de estudio** y el **seguimiento activo** de las técnicas de aprendizaje para el estudiante de Bachillerato.

- **Intermediario (PlayStore):** Mi canal crítico de llegada al mercado es la **PlayStore** de Google. Actúa como mi intermediario esencial, ya que no solo es la plataforma donde mis usuarios descargan la app, sino que también gestiona de forma segura los pagos de las suscripciones y me ofrece la visibilidad necesaria para competir en el mercado de aplicaciones educativas.

5.Marketing

Charlas en Institutos

Como fundadora y responsable pedagógica del proyecto, llevaré a cabo ponencias directas en centros de Bachillerato de toda Andalucía. Esta estrategia no busca solo la captación de usuarios, sino cumplir con nuestra responsabilidad social de "enseñar a aprender" y reducir el estrés académico. El contacto directo en el aula nos permite:

- Generar confianza** con orientadores y equipos directivos.
- Demostrar en vivo** cómo transformar el smartphone de una distracción en una herramienta de éxito.
- Validar el algoritmo** pedagógico con feedback real de los estudiantes.

Colaboraciones con "Studygrammers" y "StudyTokers"

Realizaremos campañas con creadores de contenido del sector *Studygram* para que prueben la App y muestren a su comunidad cómo el **Test MatchKey** les ha ayudado a organizar su estudio.

Alianzas con AMPAs y Academias de Barrio

Estableceré convenios con academias de refuerzo y asociaciones de padres (AMPAs) en Andalucía, ofreciéndoles códigos de descuento exclusivos para la versión Premium a cambio de dar a conocer la herramienta entre sus asociados.