# Competencias directas o indirectas

Las competencias directas son plataformas que se enfocan en la impartición de clases y la gestión del aprendizaje. Estas herramientas pueden atraer a los usuarios de nuestro proyecto y, por lo tanto, impactar directamente en nuestra audiencia. Entre ellas tenemos:

* **Classroom**: Plataforma de Google diseñada para facilitar la creación y gestión de clases en línea, permitiendo la interacción entre profesores y estudiantes.
* **Teams**: Microsoft Teams ofrece un entorno colaborativo que combina videoconferencias, chat y almacenamiento de archivos, ideal para la educación a distancia.
* **Meet**: Otra herramienta de Google, enfocada en videoconferencias, que permite a los educadores realizar clases en línea de manera sencilla.
* **Zoom**: Muy popular para videoconferencias, ofrece funciones interactivas como salas de grupos, encuestas y chat en vivo, que son útiles en un contexto educativo.
* **Edmodo**: Plataforma que combina la gestión del aula con características de redes sociales, permitiendo a los educadores interactuar con los estudiantes en un entorno seguro.

**Competencias Indirectas**

Las competencias indirectas son herramientas que, aunque no están diseñadas específicamente para la educación, pueden ser utilizadas para facilitar la enseñanza o el aprendizaje a través de la colaboración y el intercambio de información. Algunas de ellas son:

* **Slack**: Originalmente creado para la comunicación empresarial, Slack puede ser adaptado para grupos de estudio o clases informales, permitiendo la creación de canales temáticos y la integración de otras aplicaciones educativas.
* **Discord**: Plataforma de comunicación que se ha popularizado entre comunidades de gamers, pero que también puede ser utilizada para crear aulas virtuales, permitiendo la interacción en tiempo real y la discusión de temas específicos.
* **YouTube**: Aunque no es una plataforma educativa per se, ofrece una vasta cantidad de tutoriales y contenido educativo en video que puede complementar el aprendizaje. Los educadores pueden crear canales para compartir recursos, lecciones y materiales de apoyo.

**Conclusión**

La presencia de competencias directas como Classroom y Zoom plantea un desafío significativo para nuestro proyecto, dado que ya están bien establecidas en el mercado educativo. Sin embargo, las competencias indirectas como Slack y Discord representan una oportunidad para innovar en la manera de impartir clases, creando un entorno más colaborativo y dinámico. Aprovechar plataformas como YouTube también puede enriquecer la experiencia de aprendizaje, brindando recursos adicionales a nuestros usuarios

# Estrategias del marketing

**Segmentación de Audiencia**

* **Identificación de Usuarios**: Dirigir la aplicación a estudiantes, profesionales en busca de re-skilling, freelancers y empresas que deseen capacitar a su personal.
* **Segmentación por Nivel de Experiencia**: Clasificar a los usuarios en principiantes, intermedios y avanzados, así como por áreas de interés (ciberseguridad, desarrollo web, aplicaciones, etc.).
*  **Atracción de Usuarios**: Ofrecer un periodo de prueba gratuito de 30 días para permitir que los usuarios experimenten la plataforma sin compromisos.
*  **Promociones**: Anunciar esta oferta en redes sociales y plataformas educativas, destacando los beneficios de la aplicación.
* **Encuestas y Opiniones**: Implementar encuestas dentro de la aplicación para recoger datos sobre los intereses de aprendizaje y la experiencia del usuario.
* **Análisis de Datos**: Utilizar la información recopilada para mejorar las clases y adaptar la oferta a las necesidades de los usuarios.
* **Recomendaciones de Clases**: Desarrollar un sistema de recomendaciones que sugiera clases según el nivel de experiencia y las áreas de interés del usuario.
* **Rutas de Aprendizaje**: Crear trayectorias de aprendizaje que guíen a los usuarios desde su nivel actual hacia el siguiente, fomentando la retención.
* **Campañas en Redes Sociales**: Crear campañas segmentadas en plataformas como Facebook, Instagram y LinkedIn, resaltando las ventajas de la aplicación y testimonios de usuarios.
* **SEO y SEM**: Optimizar el contenido de la aplicación para motores de búsqueda y utilizar publicidad pagada para captar usuarios interesados en aprender programación.

Buscamos implementar nuevas ideas para comenzar a llamar la atención de profesores y alumnos que quieran aprender a programar, fomentando un ambiente de enseñanza y poder orientar en proyectos que se quieran realizar.