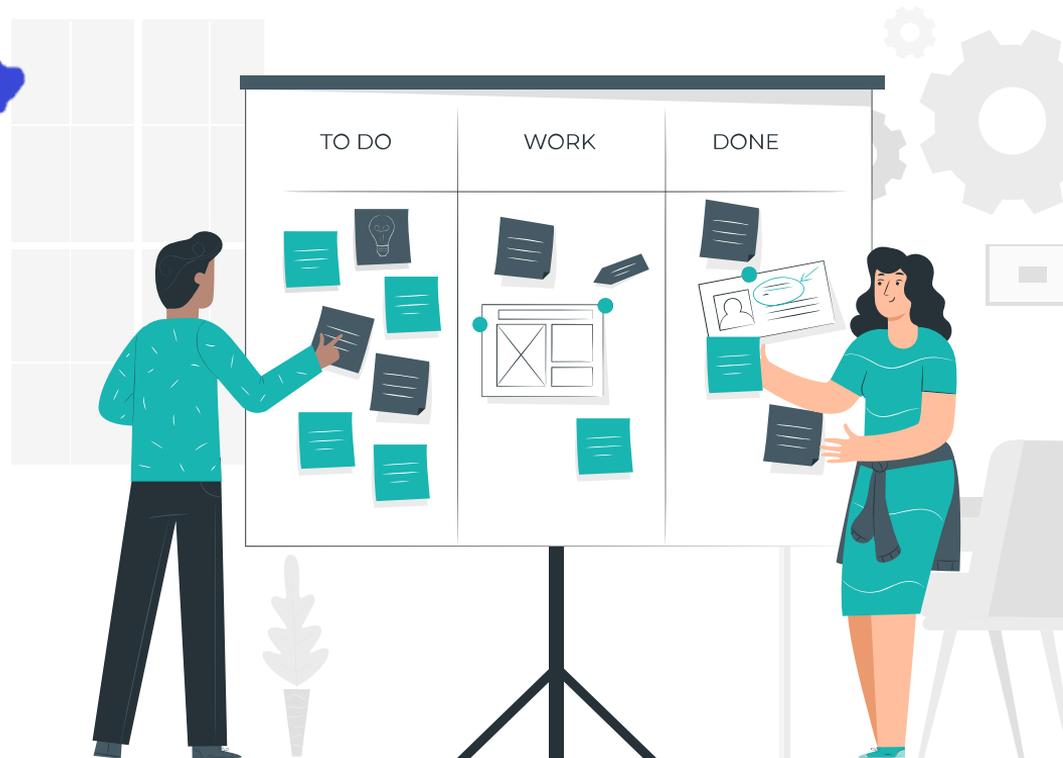


CADA  
DÍA  
CUENTA

LATAM HACKATHON  
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



# Material Sábado



# Equipo 588

## Integrantes

Jennifer González	jenygs@gmail.com
Cindy Valbuena	clvalbuenac@unal.edu.co
Laiza Schmidt	emschmidt15@gmail.com

# **1. Canvas de Propuesta de Valor**

# Observación de cliente

## 1. Tareas del cliente

**Clientes:** centros educativos privados y públicos

**Trabajo funcional:** brindar recursos/plataforma interactiva a sus docentes

**Trabajo social:** dar continuidad al respeto del derecho a la educación por medio del aprendizaje a distancia reforzado a partir de recursos/plataforma

**Tareas personales / emocionales:** capacitar a los docentes para que se sienten familiarizados con el recurso/plataforma y de esta manera se logre el objetivo final



## 2. Dolores

### Resultados problemas o característicos:

-El proceso educativo programado se corta o se modifica por situaciones adversas

### Obstáculos:

- Faltan algunos recursos tecnológicos necesarios para la implementación del recurso/plataforma  
-Falta de conocimiento tecnológico para brindar capacitaciones y apoyo a los usuarios

### Riesgos potenciales:

-Los docentes no usan los recursos/la plataforma  
- No se alcanza al público que lo necesita



## 3. Beneficios

**Mínimo:** brindar los recursos/la plataforma que permite a los docentes dinamizar y complementar sus planes de estudio y actividades educativas

**Esperado:** acceso gratuito para estudiantes y docentes a la plataforma y la tecnología requerida para usarla

**Deseado:** recursos de capacitación (módulo de ayuda / instrucciones) y que sea utilizable en dispositivos básicos y sin conexión a internet

**Inesperado:** llegar a ser utilizado por la población más alejada y con menos recursos



# Mapa de Valor

## 4. Aliviadores de dolor

-La educación virtual y dinámica a través de las tecnologías AI y realidad aumentada que se puede usar en varios dispositivos para permitir acceso según la tecnología disponible y con opción de descargar materiales para usar sin conexión (APK), incluyendo módulos de capacitación y manual de usuario para ubicar al usuario final.



## 5. Creadores de Beneficios

el recurso / plataforma con AI y realidad aumentada



## 6. Productos & Servicios

La plataforma/recurso interactivo que incorpora AI y realidad aumentada permite a los centros educativos seguir educando, esta propuesta analiza las necesidades del usuario estudiantil y ajusta la oferta educativa según las capacidades y necesidades del estudiante. Adicionalmente,

- la AI apoya a los docentes por brindar una mayor diversidad de herramientas educativas con recursos tecnológicos
- la realidad aumentada permite minimizar la carga de imágenes, el espacio requerido en el dispositivo y ayuda a dinamizar las actividades



## 6. Productos & Servicios

La plataforma/recurso interactivo que incorpora AI y realidad aumentada permite a los centros educativos seguir educando, esta propuesta analiza las necesidades del usuario estudiantil y ajusta la oferta educativa según las capacidades y necesidades del estudiante. Adicionalmente,

- la AI apoya a los docentes por brindar una mayor diversidad de herramientas educativas con recursos tecnológicos
- la realidad aumentada permite minimizar la carga de imágenes, el espacio requerido en el dispositivo y ayuda a dinamizar las actividades

## 5. Creadores de Beneficios

El recurso / plataforma con AI y realidad aumentada



## 4. Aliviadores de dolor

-La educación virtual y dinámica a través de las tecnologías AI y realidad aumentada que se puede usar en varios dispositivos para permitir acceso según la tecnología disponible y con opción de descargar materiales para usar sin conexión (APK), incluyendo módulos de capacitación y manual de usuario para ubicar al usuario final.

## 3. Beneficios

Mínimo: brindar los recursos/la plataforma que permite a los docentes dinamizar y complementar sus planes de estudio y actividades educativas  
Esperado: acceso gratuito para estudiantes y docentes a la plataforma y la tecnología requerida para usarla  
Deseado: recursos de capacitación (módulo de ayuda / instrucciones) y que sea utilizable en dispositivos básicos y sin conexión a internet  
Inesperado: llegar a ser utilizado por la población más alejada y con menos recursos

## 2. Dolores

Resultados problemas o característicos:  
-El proceso educativo programado se corta o se modifica por situaciones adversas  
Obstáculos:  
- Faltan algunos recursos tecnológicos necesarios para la implementación del recurso/plataforma  
-Falta de conocimiento tecnológico para brindar capacitaciones y apoyo a los usuarios  
Riesgos potenciales:  
-Los docentes no usan los recursos/la plataforma  
- No se alcanza al público que lo necesita

## 1. Tareas del cliente

Cientes: centros educativos privados y públicos  
Trabajo funcional: brindar recursos/plataforma interactiva a sus docentes  
Trabajo social: dar continuidad al respeto del derecho a la educación por medio del aprendizaje a distancia reforzado a partir de recursos/plataforma  
Tareas personales / emocionales: capacitar a los docentes para que se sienten familiarizados con el recurso/plataforma y de esta manera se logre el objetivo final

## **02. Canvas de Modelo de Negocios**

# 01 – Propuesta de Valor

## ¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

El elemento diferenciador de esta propuesta es el uso de tecnología avanzada como lo es AI y realidad aumentada, de modo que los recursos educativos tengan un mayor impacto, dinamismo y una mejor acogida por parte de los usuarios.

## ¿Consideraciones a tener en cuenta en contexto covid-19?

Con esta propuesta lo que se quiere es dar respuesta a la problemáticas de educación, como la falta de acceso, el poco uso de herramientas tecnológicas en la educación en las Américas y que se hicieron más visibles con la pandemia del COVID-19, fortaleciendo la oferta de herramientas educativas ya existentes.

## ¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

El objetivo principal es proteger el derecho a la educación, dando continuidad a los procesos educativos generados por centros educativos públicos y privados en favor de niños, jóvenes y adultos.

## 02 – Segmento de clientes

**¿Cuáles son las características de los consumidores/clientes? (Edad, género, ingresos, educación, profesión, residencia)**

**Clientes:** Los centros educativos de diferentes niveles de escolaridad y de sector público o privado de zonas alejadas o vulnerables.

**Consumidores:**

Docentes: en edades de 24 a 65 años, hombres y mujeres, con educación superior, de diferentes áreas de conocimiento.

Estudiantes: entre edades 4 y 65 años, hombres y mujeres, de diferentes niveles de escolaridad.

**¿Quién compra? ¿Quién usa? ¿Quién decide?**

Los compradores potenciales serán las entidades gubernamentales de zonas alejadas o vulnerables que supervisan la administración de los centros educativos que quieran optimizar los recursos/plataformas disponibles o que quieran contar con uno nuevo para dinamizar sus procesos educativos.

Los docentes harán uso de estas plataformas/recursos para fortalecer la programación y preparación de sus temáticas y los estudiantes podrán tener una mejor experiencia en sus procesos de aprendizaje durante el uso del recurso/plataforma.

**¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?**

Los clientes principales serán los administradores de los centros educativos.

Los consumidores serán docentes y estudiantes de diferentes niveles de escolaridad.

## 03 – Canales

### ¿Qué medios y formas de contacto utilizaré con el cliente para que conozca mi producto o servicio?

- Tener una estrategia marketing basada principalmente en una buena página web y excelente SEO, con testimonios (escritos / videos) y blog. No hay que tener mucho enfoque en social media (IG, FB, Twitter, etc), solo lo suficiente para establecer una presencia y competencia.
- Ofrecer versiones beta para que los clientes tengan contacto con la plataforma/recurso y puedan conocer sus aplicaciones y beneficios.
- Contacto directo con los administradores de los centros educativos.

### ¿Son estos los medios usuales en el sector?

- Los medios usuales de contacto es correo electrónico empresarial, presencial o vía telefónica.

### ¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

- Se envía un link a través del correo electrónico para la prueba inicial a los administradores de los centros educativos y/o el personal encargado o los docentes del área.

### ¿Existen restricciones comerciales para ello?

- Se ofrecerá la versión básica, durante el tiempo que no se reciba el pago por el servicio y se reactivará una vez se haya hecho el pago respectivo por la institución.

## 04 – Relación con clientes

### ¿Qué tipo de relaciones vas a establecer con tus consumidores/clientes?

La relación con el cliente será uno de proveedor de servicios y de apoyo, principalmente gestionado a través de medios digitales (correo electrónico, teléfono) lo cual permite también acceder a centros educativos más alejados. Iniciamos la relación por buscar los clientes para ofrecerles / venderles el producto (ventas outbound). Cuando se vuelve un lead por demostrar interés, se comparte demos/betas, testimonios, y plan de implementación para convencerles tomar nuestro servicio. Para nuevos clientes, ofrecemos apoyo para implementar, orientar y capacitar a los usuarios docentes del centro educativo. Durante el transcurso del uso del servicio, se ofrece asistencia a los usuario (estudiantes y docentes) por medios remotos para solucionar dificultades de uso.

### ¿Cuáles son los beneficios que influyen en el consumidor/cliente para que adquiera este producto o servicio?

Ofrecemos un servicio que facilita el acceso a recursos educativos dinámicos y tecnológicos que son fáciles de implementar y empezar a usar desde cualquier parte y con una variedad de dispositivos y conexiones.

### ¿Tu relación con el cliente va a ser: -Personal, directa y por afinidad: cara a cara, telefónica... -Automatizada (email, buzones...) -A través de terceros o representantes -Individual o colectiva -Autoservicio?

La relación empieza telefónicamente o por correo electrónico, pero con reuniones virtuales o presenciales programados para conversar cómo lograr la meta compartida de dinamizar la educación a pesar de cualquier situación en su ambiente educativo a través de nuestros servicios. Después de la implementación, se vuelve más que todo una relación virtualizada, con algunas reuniones virtuales de revisión y mantenimiento.

# 05 – Fuentes de ingreso

## ¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

Queremos hacer el servicio accesible pero autosostenible, entonces sería cobrar un costo inicial de implementación más una suscripción (o membresía) anual de bajo costo para los clientes centros educativos. También será necesario buscar alianzas con brindar otras fuentes de ingresos (subsidios gubernamentales) complementarias, pero no como fuente primaria.

## ¿Cómo nos realizarán los pagos?

Los pagos se realizarán a través de transferencia bancaria para el costo inicial de implementación que se determina por número de usuarios y adicionalmente el costo de membresía de cada año.

## ¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

Se ofrece dos versiones: versión básica y versión completa. Todos los centros educativos pagan el costo de implementación para acceder al servicio, y luego tienen la opción de escoger entre las dos versiones: la versión básica, que no genera costo anual, y la versión completa, que brinda recursos y herramientas adicionales y tiene un costo anual.

## 06 – Recursos clave

### ¿Qué personas son clave?

Se necesita personal de varios áreas:

- de ventas
- de mercadeo
- de programación y gestión técnica con conocimientos en inteligencias artificiales y realidad aumentada
- de asistencia al cliente
- con experiencia educativa / docencia y conocimiento de planeación educativa

### ¿Qué recursos materiales necesitas?

Se requiere equipos y conexión internet para desarrollar el software, y los programas de Cognii, IBM, Nuance Communications y Quantum Adaptive Learning o utilizar software libre alternativa. Adicionalmente, podrías ser necesario conseguir capital semilla para pagar los empleados durante el proceso de desarrollo y difusión y/o hacer alianzas para desarrollar de manera colaborativa y bajo costo.

### ¿Qué recursos intangibles necesitas?

Para lograr éxito en dinamizar la oferta de educación para la más gente posible, se requiere una lista de centros educativos y contactos en ellos para empezar a difundir el servicio, y también una lista de organizaciones educativas que podrían actuar como socios.

# 07 – Actividades clave

**¿Cuales son las actividades claves que requiere la propuesta de valor?**

Se requiere la programación e interacción con elementos tecnológicos.

**¿Qué roles y funciones desempeñamos claves para la ejecución de nuestra propuesta?**

Encargado de ventas, mercadeo y atención al cliente

- Buscar y contactar posibles clientes
- Realizar la publicidad y gestionar la estrategia de mercadeo
- Responder a peticiones y preguntas de clientes y usuarios
- Buscar nuevas alianzas y gestionar relaciones con socios actuales

Encargado web y desarrollador que se encarga de:

- Manejo de la plataforma virtual
- Programación de algoritmos de IA
- Realización de marcadores de Realidad Aumentada
- Realización modulo ayuda, para la autoayuda del recurso

## 08 – Socios clave

### ¿Quiénes son los proveedores clave?

El proveedor más alineado con nuestro objetivo en términos de tecnología y metas sería Microsoft, que tiene como objetivo crear y expandir el tema de herramientas educativas. Entonces ponernos en contacto con Microsoft para hacer una alianza sería un primer paso en desempeñar el proyecto.

### ¿Qué socios pueden ser clave para conseguir llegar a nuestros clientes?

Entidades encargadas de los centros educativos (ej: ONGs educativas, entidades gubernamentales, redes de centros educativos). A través del uso de redes sociales, Google, y YouTube también se puede generar conexiones con las organizaciones antes mencionadas y otras con objetivos parecidos que podrían resultar socios colaborativos.

### ¿Quiénes son mis aliados?

Nuestros aliados serían las plataformas educativas que ya se usan en los centros educativos como Google Classroom, Blackboard, Moodle, y Edmodo, entre otros. A través de trabajar con nuestros aliados, podemos ver cómo ajustar las tecnologías que tenemos que desarrollar para complementar la oferta que ya tienen y así bajar nuestros costos de desarrollo.

# 09 – Estructura de costos

## ¿Cuales son los costos principales?

Equipo de computo (especializado para la creación y manejo de video profesional):	\$1500
Adquisición de licencias para desarrollo de tecnologías IA y Realidad Aumentada	\$2000
Alojamiento en servidores (año)	\$1000
Mano de obra calificada (para la primera fase de desarrollo)	\$5000
<b>Total:</b>	<b>\$9500</b>

## ¿Recursos y actividades más costosas?

Mano de obra calificada (personal de TI y marketing) es el costo más grande.

## ¿Cual es el costo de nuestros canales?

Se planea usar los medios sociales de forma gratuita y crear y gestionar una página web con software gratuita para bajar costos, entonces el único costo para estos canales será del salario de la persona encargada.

## Alianzas clave



8

El proveedor más alineado con nuestro objetivo en términos de tecnología y metas sería Microsoft, que tiene como objetivo crear y expandir el tema de herramientas educativas.

Entidades encargadas de los centros educativos (ej: ONGs educativas, entidades gubernamentales, redes de centros educativos). A través del uso de redes sociales, Google, y YouTube también se puede generar conexiones con las organizaciones antes mencionadas y otras con objetivos parecidos que podrían resultar socios colaborativos. Nuestros aliados serían las plataformas educativas que ya se usan en los centros educativos como Google Classroom, Blackboard, Moodle, y Edmodo, entre otros.

## Actividades clave



6

Se requiere la programación e interacción con elementos tecnológicos. Encargado de ventas, mercadeo y atención al cliente. Buscar y contactar posibles clientes Realizar la publicidad y gestionar la estrategia de mercadeo. Responder a peticiones y preguntas de clientes y usuarios Buscar nuevas alianzas y gestionar relaciones con socios actuales Encargado web y desarrollador que se encarga de: Manejo de la plataforma virtual Programación de algoritmos de IA Realización de marcadores de RA.

## Recursos clave



7

Se necesita personal de varios áreas: de ventas, mercadeo, programación y gestión técnica con conocimientos en inteligencias artificiales y realidad aumentada, de asistencia al cliente con experiencia educativa / docencia y conocimiento de planeación educativa Se requiere equipos y conexión internet para desarrollar el software. Adicionalmente, podría ser necesario conseguir capital semilla.

## Propuestas de valor



2

Con esta propuesta lo que se quiere es dar respuesta a la problemáticas de educación, como la falta de acceso, el poco uso de herramientas tecnológicas en la educación en las Américas y que se hicieron más visibles con la pandemia del COVID-19, fortaleciendo la oferta de herramientas educativas ya existentes.

El objetivo principal es proteger el derecho a la educación, dando continuidad a los procesos educativos generados por centros educativos públicos y privados en favor de niños, jóvenes y adultos El elemento diferenciador de esta propuesta es el uso de tecnología avanzada como lo es AI y realidad aumentada, de modo que los recursos educativos tengan un mayor impacto, dinamismo y una mejor acogida por parte de los usuarios.

## Relación con clientes



4

La relación con el cliente será uno de proveedor de servicios y de apoyo, principalmente gestionado a través de medios digitales (correo electrónico, teléfono) lo cual permite también acceder a centros educativos más alejados. Iniciamos la relación por buscar los clientes para ofrecerles / venderles el producto (ventas outbound).

## Canales



3

Tener una estrategia marketing basada principalmente en una buena página web y excelente SEO, con testimonios (escritos / videos) y blog. No hay que tener mucho enfoque en social media (IG, FB, Twitter, etc), solo lo suficiente para establecer una presencia y competencia. Los medios usuales de contacto es correo electrónico empresarial, presencial o vía telefónica.

## Segmentos de mercado



1

Clientes: Los centros educativos de diferentes niveles de escolaridad y de sector público o privado de zonas alejadas o vulnerables.

Consumidores: Docentes: en edades de 24 a 65 años, hombres y mujeres, con educación superior, de diferentes áreas de conocimiento.

Estudiantes: entre edades 4 y 65 años, hombres y mujeres, de diferentes niveles de escolaridad.

Los compradores potenciales serán las entidades gubernamentales de zonas alejadas o vulnerables que supervisan la administración de los centros educativos que quieran optimizar los recursos/plataformas disponibles o que quieran contar con uno nuevo para dinamizar sus procesos educativos.

Los clientes principales serán los administradores de los centros educativos. Los consumidores serán docentes y estudiantes de diferentes niveles de escolaridad.

## Estructura de costes



9

Equipo de computo (especializado para la creación y manejo de video profesional)  
Adquisición de licencias para desarrollo de tecnologías IA y Realidad Aumentada  
Alojamiento en servidores (año)  
Mano de obra calificada (para la primera fase de desarrollo)  
Se planea usar los medios sociales de forma gratuita y crear y gestionar una página web con software gratuita para bajar costos, entonces el único costo para estos canales será del salario de la persona encargada.

## Fuentes de ingresos

Queremos hacer el servicio accesible pero autosostenible, entonces sería cobrar un costo inicial de implementación más una suscripción (o membresía) anual de bajo costo para los clientes centros educativos. También será necesario buscar alianzas con brindar otras fuentes de ingresos (subsidiarios gubernamentales) complementarias, pero no como fuente primaria.

Los pagos se realizarán a través de transferencia bancaria para el costo inicial de implementación que se determina por número de usuarios y adicionalmente el costo de membresía de cada año.

Se ofrece dos versiones: versión básica y versión completa. Todos los centros educativos pagan el costo de implementación para acceder al servicio, y luego tienen la opción de escoger entre las dos versiones: la versión básica, que no genera costo anual, y la versión completa, que brinda recursos y herramientas adicionales y tiene un costo anual.

## **03. SCAMPER**

## 04. Postulación final

**Nombre:** MagnifyEd

*La educación es un derecho fundamental y MagnifyEd propone expandir y mejorar el acceso a la educación a través de una plataforma educativa digital. Estas tecnologías de inteligencia artificial y la realidad aumentada de MagnifyEd dinamiza la oferta de recursos educativos, ayudando a docentes a complementar su instrucción presencial por modo virtual y ajustando actividades educativas a la medida de los estudiantes. Con varias versiones disponibles, los centros educativos tienen la opción de proporcionar MagnifyEd según sus necesidades particulares y los dispositivos disponibles a sus docentes y estudiantes. Con MagnifyEd, la calidad y acceso a la educación no faltará ni durante una pandemia.*

