



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

DEPARTAMENTO DE POSGRADOS

“Ieducate, Plataforma de Streaming Educativo.”

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de
Magíster en Administración de Empresas

Autor:

Edisson Leonel Rodas Avila

Director:

Phd. Fernando Córdova León

Cuenca – Ecuador

2023

RESUMEN

Ieducate, Plataforma de Streaming Educativo es una idea de negocio que busca ofrecer una plataforma en línea para la interacción educativa. Los usuarios pueden compartir sus conocimientos en diversas materias a través de videollamadas o streaming. La plataforma está dirigida a estudiantes de colegio y universidad en Latinoamérica. La segmentación se realiza por edad y ciclo de vida, centrándose en jóvenes de 14 a 30 años. La propuesta de valor se basa en permitir a los estudiantes aprender solo la parte específica que necesitan, evitando la búsqueda general de información. Se implementará una estrategia de precios con una oferta gratuita inicial y luego un servicio premium. La promoción se llevará a cabo en sitios educativos y redes sociales, destacando la ventaja competitiva de la plataforma. El proyecto muestra rentabilidad positiva que concluye en la factibilidad de su implementación.

Palabras Clave: Plataforma de streaming educativo; Interacción educativa; Aprendizaje personalizado.

ABSTRACT

Ieducate, Educational Streaming Platform is a business idea that aimed at providing an online platform for educational interaction. Users can share their expertise in various subjects through video calls or streaming. The platform was targeted towards high school and university students in Latin America. The segmentation was done based on age and life cycle, focusing on young people aged 14 to 30. The value proposition was to allow students to learn only the specific part they need, avoiding the general search for information. A pricing strategy was implemented with an initial free offering and later a premium service. The promotion was carried out on educational sites and social media, highlighting the platform's competitive advantage. This research project demonstrated positive profitability, which led to the feasibility of its implementation.

Keywords: Educational streaming platform; Educational interaction; Personalized learning.



Firmado digitalmente por:
DIANA ANDREA
GOMEZ SIGSIG

Contenido

Introducción	1
Descripción de la empresa (Plataforma Streaming).....	1
Problemática Detectada y análisis del Contexto	1
Justificación para la creación de la Plataforma de Streaming Educativo.....	4
Objetivos	5
Objetivo general:.....	5
Objetivos específicos	5
Breve Descripción de IEDUCATE.....	6
Modelo de Negocio.....	6
Plan Estratégico	6
Plan de Marketing	7
Plan Financiero	7
Capítulo 1: Planteamiento de la Idea de negocio de iEDUCATE	8
Capítulo 2: Planteamiento del esquema Comercial	9
Capítulo 3: Plan Estratégico.....	11
Capítulo 4. Plan Financiero.....	12
CONCLUSIONES	14
RECOMENDACIONES	17
BIBLIOGRAFÍA	19

Introducción

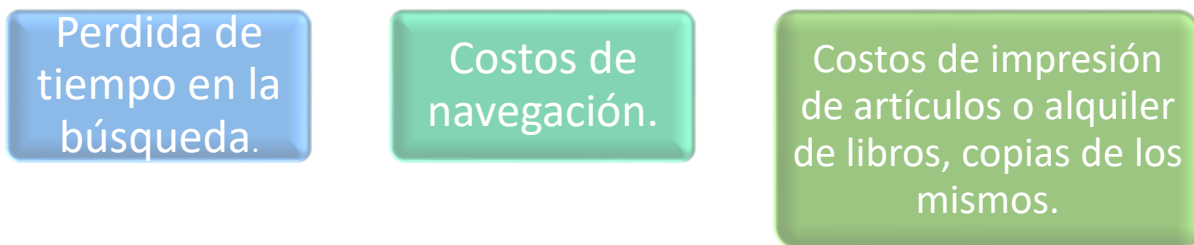
Descripción de la empresa (Plataforma Streaming)

iEDUCATE es una plataforma online de interacción educativa, en la cual cada miembro puede impartir una materia, tema, asunto o idioma en lo cual disponga un amplio conocimiento. Por lo cual, cualquier miembro registrado puede buscar o Streamear a otro miembro, el cual disponga del dominio o experticia en el tema y escribirle vía mensaje indicándole si talvez puede conectarse y compartir dicho conocimiento, todo esto bajo el esquema de videollamada o streaming.

La idea nace con la necesidad de aprender, repasar o validar ciertos conocimientos lo necesitan inmediatamente o en un corto plazo y buscan a conocidos o amigos. La propuesta se basa en usar una plataforma de streaming en lugar de buscar a pocos conocidos que manejan del tema.

Problemática Detectada y análisis del Contexto

Los estudiantes de colegio y universitarios buscan siempre temas muy concretos y delimitados, lo cual conlleva que primero tenga que realizar una búsqueda del tema en general y después ir a lo que realmente buscan, lo cual genera:



Además de esto, mediante la técnica de observación se detecta que los estudiantes prefieren buscar a alguien que tenga dominio del tema o mayor conocimiento, por lo cual eligen a compañeros de ciclos superiores, otros docentes, o alumnos dentro del mismo curso, pero con mejores calificaciones. Esto conlleva a que dichas tutorías sean presenciales o virtuales, sin mencionar otros aspectos como la exigencia de remuneraciones, número de horas de las tutorías, número de estudiantes u otros aspectos que pueden influir.

La búsqueda de alternativas de estudiar online alguna materia o curso conlleva opciones que son generalmente de gratis y de pago, un análisis demostró las siguientes opciones que tienen los estudiantes:

- Youtube: Temas, cursos gratuitos.
- Coursera ofrece cursos gratuitos y pagados. Los precios de los cursos pagados varían según el curso y la institución.
- Udeemy ofrece cursos gratuitos y pagados. Los precios de los cursos pagados varían según el curso y la institución.
- edX ofrece cursos gratuitos y pagados. Los precios de los cursos pagados varían según el curso y la institución.
- LinkedIn Learning ofrece una suscripción mensual que cuesta \$ 29.99 por mes.
- Skillshare ofrece una suscripción mensual que cuesta \$ 15 por mes.

Otro detonante para la propuesta de la plataforma de Streaming Educativo fue el Covid-19, que incremento exponencialmente el uso de plataformas educativas, la adaptación a la educación online de muchos países, su mejora en la infraestructura para ser proveedores de Internet de banda Ancha, la apertura a nuevas modalidades de enseñanza y aprendizaje.

Análisis Pestal para La Plataforma de Streaming Educativo

¿Cómo pueden el gobierno y otros factores políticos afectar nuestra organización?

Político

Políticas gubernamentales Postcovid en America Latina

- Impuestos a la salida de Divisas
- Los ingresos tributarios crecieron un 20%
- Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y



Inestabilidad política en America Latina



Clima político del país, épocas de cambios y elecciones

¿Qué tendencias económicas podrían tener un impacto en nuestra organización?

Económico

Crecimiento económico, tasas de inflación, tipos de cambio

- Crecimiento Económico del 2,7% para 2022
- Nivel de inflación (8,8%)
- Incremento del 10,7% en depósitos



Disponibilidad de crédito, tasas de interés en el Sector Financiero en Ecuador.

- Incremento del 21% en la cartera de créditos



Tasas de desempleo en America Latina

- 9,3% en 2022 y a 8,8% en 2023, de acuerdo
- 28,8 millones de desempleados en América

What are emerging social and demographic trends?

Social

Cambios en la demografía (edad, tasa de crecimiento, nivel educativo, etc.)

- Envejecimiento Poblacional
- Edad media de la fecundidad Mujeres (27,6)



Inmigración/emigración

- Emigran hacia USA y Europa, en forma ilegal



Manifestaciones Sociales

¿Qué innovaciones tecnológicas podrían afectar nuestro mercado?

Tecnológico

Tecnologías emergentes (AI, Big Data)



Automatización

- Automatización de Social Media



Ciberseguridad

- Ataques de ransomware
- Pérdida y corrupción de datos



¿Qué aspectos ecológicos influyen en nuestro entorno empresarial?

Ambiental

Cambios climáticos, desastres naturales en Centro America



Reutilización y el Reacondicionamiento de Tecnología



Economía Circular en Auge en el sector Tecnológico

¿Qué cambios en la legislación podrían afectar a nuestra organización?

Legal

Leyes de protección (datos, trabajo, medio ambiente, propiedad intelectual, consumidor)

- Legislación de protección de datos personales



Leyes de Impuestos



Leyes de empleo

- Trabajo remoto transfronterizo



Fuente :Elaboración Propia. Diseño bsedesiner

Justificación para la creación de la Plataforma de Streaming Educativo

Como lo indica Luis Javier Cabeza en su artículo Posibilidades Educativas de las plataformas de videojuegos Streaming, con la popularidad que están alcanzando este tipo de servicios, la investigación aún es muy limitada, únicamente en su revisión de la literatura se detectó un documento que exploraba el aprendizaje en este tipo de plataformas, por lo tanto la ausencia de un vasto registro documental al respecto pone de relieve su potencial de cara al futuro, además tal y como señalaron Payne et al. (2017), otras plataformas como Adobe Connect, GoToMeeting, WebEx y YouTube Live ya se están utilizando en diferentes contextos educativos y organizacionales. Sin embargo, plataformas como Twitch representan un nuevo e inexplorado paradigma en el ámbito educativo actual, donde la formación on-line y la adquisición de competencias gana relevancia. Los servicios en vivo de videojuegos tienen capacidad para establecerse en el futuro cercano como innovación docente.

Como lo indica Luz Rodríguez en su artículo abriendo las plataformas de Streaming a un ámbito académico, la falta de la inclusión educativa que existe en las plataformas de streaming actuales constituye un vacío relevante a futuro por parte de las empresas que las manejan, en las podrían incorporar material académico a dichas plataformas. Por otra parte, Martel Díaz, M. (2018), en su publicación el streaming como recurso educativo, detalla que el streaming puede ser un modelo ajustado a la formación educativa de adolescentes y jóvenes dentro un ecosistema digital.

Accesibilidad: Una plataforma de streaming educativo podría hacer que la educación sea más accesible para un público más amplio. Con una plataforma en línea, los estudiantes pueden acceder a los materiales educativos desde cualquier lugar y en cualquier momento, lo que les permite estudiar a su propio ritmo y en su propio horario.

Flexibilidad: Una plataforma de streaming educativo puede ofrecer flexibilidad en la forma en que se presenta la información. Los estudiantes pueden elegir qué contenido desean ver,

cuándo y en qué orden. Esto puede ayudar a que el proceso de aprendizaje sea más atractivo y personalizado.

Interactividad: Las plataformas de streaming educativo pueden incorporar herramientas interactivas, como pruebas, juegos educativos, foros de discusión y otras actividades que involucren al estudiante en el proceso de aprendizaje. Esto puede ayudar a los estudiantes a retener la información de manera más efectiva.

Economía: Una plataforma de streaming educativo puede ser una opción más económica para los estudiantes y educadores. Los costos de la educación tradicional pueden ser prohibitivos para algunos estudiantes, mientras que los costos de los cursos en línea pueden ser más asequibles.

Alcance global: Una plataforma de streaming educativo puede llegar a un público global. Los estudiantes de cualquier lugar del mundo pueden acceder a la plataforma y tomar cursos. Esto puede ayudar a las instituciones educativas a ampliar su alcance y aumentar su presencia en el mercado global.

Objetivos

Objetivo general:

1. Ofrecer una propuesta para la experiencia de aprendizaje en línea que sea accesible, flexible y personalizada para los estudiantes/suscriptores/streamers.

Objetivos específicos

1. Diseñar la Estrategia comercial para IEDUCATE, incluyendo el mix de Marketing
2. Definir las fuentes de financiamiento de IEDUCATE, así como las fuentes de ingresos económicos.
3. Definir la viabilidad Financiera de la propuesta de Negocio.

Breve Descripción de IEDUCATE

Modelo de Negocio

El modelo de negocio de una plataforma de Streaming educativo se basa en ofrecer contenido educativo a través de una plataforma en línea, donde los usuarios pueden acceder a los diversos contenidos que en ese momento se encuentren disponibles mediante una conexión a Internet. El sector educativo ha visto un aumento en la demanda de contenido en línea debido a la pandemia de COVID-19 y a la necesidad de educación a distancia.

Las fuentes de ingreso en el modelo de negocio para una plataforma de Streaming educativo pueden incluir publicidad, suscripciones, patrocinios, ventas de productos y donaciones. La publicidad en la plataforma puede ser ofrecida por empresas que deseen promocionar sus productos y servicios a los usuarios de la plataforma tanto en la página web o como en la app móvil. Las suscripciones pueden ser ofrecidas para acceder a contenido exclusivo y herramientas adicionales de aprendizaje. Los patrocinios pueden ser buscados para apoyar la plataforma y la marca, y para promover productos y servicios relacionados con la educación. Por último, las donaciones pueden ser aceptadas como una forma de apoyo a la plataforma y a los esfuerzos educativos.

Plan Estratégico

1. Análisis de la situación: Realizar un análisis exhaustivo del mercado de la educación en línea, identificar las tendencias, las oportunidades y las amenazas, así como los competidores clave en el sector, desarrollo de matrices.
2. Objetivos estratégicos: Definir objetivos estratégicos específicos a largo plazo, como aumentar el número de usuarios, mejorar la calidad del contenido, aumentar la retención de usuarios y diversificar la oferta de cursos.
3. Público objetivo: Identificar y definir los segmentos de mercado objetivo, analizar sus necesidades y preferencias de aprendizaje, y desarrollar estrategias de marketing para llegar a ellos.

Plan de Marketing

Análisis del mercado: se analizó la competencia tanto directos como sustitutos dentro de la educación online, además se establece la proyección de demanda de suscriptores tanto Premium como gratis, tomando en cuenta a la plataforma más parecida que es Twitch, y una tasa de crecimiento del sector.

Definición del público objetivo: se identificó y definió el público objetivo de la plataforma. Esto incluye a los estudiantes, educadores milennialls, y otros grupos interesados en la educación en línea.

Desarrollo de la marca: se estableció una identidad de marca clara y coherente, que refleje los valores de la plataforma. Esto incluyo la creación de un logotipo, un sitio web y una asociación con perfil en redes sociales.

Estrategias de publicidad y promoción: se desarrolló una estrategia de publicidad y promoción para llegar al público objetivo. Esto incluye publicidad en línea, publicidad en redes sociales, publicidad en motores de búsqueda, marketing de contenidos. Así como la propuesta de valor a reflejarse en los medios fijados.

Plan Financiero

Ingresos y costos: La plataforma de streaming educativo obtiene ingresos de tres fuentes; publicidad y suscripciones premium y donaciones. Los costos principales de la plataforma de streaming educativo son de desarrollo y mantenimiento de la plataforma, los costos de marketing y publicidad, los costos de alojamiento y almacenamiento de contenidos, los costos de licencias de software y el pago de salarios y beneficios a los empleados.

Se realizó proyecciones financieras detalladas, incluyendo ingresos y gastos previstos, con el fin de prever su situación financiera a corto y largo plazo mediante flujos de caja libre. IEDUCATE obtiene financiamiento de dos fuentes, que son el inversionista y préstamos bancarios cada uno teniendo un costo o rentabilidad esperada.

Los resultados obtenidos indicaran si el proyecto es rentable, además se contará con una descripción de la composición del Costo promedio del capital, el nivel de apalancamiento o endeudamiento y otros indicadores financieros claves para la toma de decisiones estratégicas una vez que se dé el inicio de operaciones de Ieducate.

Capítulo 1: Planteamiento de la Idea de negocio de iEDUCATE

El capítulo presenta la idea de negocio de una plataforma de Streaming Educativo en la cual los miembros o suscriptores pueden impartir materias, temas, asuntos o idiomas en los que tengan amplio conocimiento. Los usuarios pueden buscar a otros miembros que posean dominio en un tema específico y conectarse con ellos para recibir asesorías, prácticas de idiomas o consejos.

La motivación para crear esta plataforma surge de la necesidad de encontrar conocimientos inmediatos o a corto plazo, vista en los perfiles de los estudiantes. La propuesta consiste en utilizar la plataforma como un medio para aprender, conectar, socializar con personas expertas o con un buen conocimiento en determinados temas, de manera que los usuarios puedan adquirir conocimientos de forma más rápida y efectiva.

La misión de la plataforma es proporcionar una experiencia única de aprendizaje en vivo, donde cada suscriptor puede contribuir y compartir sus conocimientos de manera personalizada. La visión es ser una plataforma educativa y profesional que va más allá de los métodos convencionales y tradicionales de la educación.

Los valores corporativos de la plataforma se basan en la comunidad inclusiva, adaptabilidad, pasión por el trabajo, respeto y diversión. Los objetivos estratégicos incluyen mejorar el crecimiento educativo y profesional de los miembros de la comunidad, establecer alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas para compartir conocimientos, y desarrollar un modelo de negocio atractivo para emprendedores y freelancers.

El análisis FODA identifica las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades del proyecto. Algunas debilidades incluyen tener solo una línea de negocio y una inversión inicial limitada. Sin embargo, las fortalezas se centran en el personal con formación en marketing y operaciones, la disponibilidad de la comunidad para compartir conocimientos y el enfoque del modelo de negocio en freelancers y estudiantes.

El análisis de la competencia muestra que YouTube es el competidor más cercano, ya que ofrece tanto entretenimiento como contenido educativo. La facilidad de entrada de nuevos competidores es un factor a considerar, pero también puede ser aprovechado si se enfoca en un segmento de mercado específico. Otros competidores como Edx se centran en ofrecer cursos y diplomas con pago. En resumen, la plataforma de Stream Educativo propuesta busca ofrecer una forma rápida y personalizada de adquirir conocimientos a través de una comunidad inclusiva. Aunque enfrenta competencia en el mercado, la propuesta se diferencia por su enfoque en el aprendizaje en vivo y su modelo de negocio orientado a freelancers y estudiantes.

Capítulo 2: Planteamiento del esquema Comercial

En este capítulo de la tesis se aborda la estrategia de segmentación y posicionamiento para el servicio de streaming educativo. Se parte de una segmentación demográfica por edad y ciclo de vida, enfocada en jóvenes estudiantes de 14 a 30 años generalmente sin ingresos económicos. Luego, se realiza una segmentación conductual por beneficio buscado, que se centra en aprender las materias o temas específicos que necesitan.

La propuesta de valor se establece como "Aprender solo la parte que necesita el estudiante sin abordar el tema en general". El posicionamiento buscado se enfoca en permitir a los estudiantes seleccionar y aprender de manera personalizada los contenidos que les interesan. Se identifican los touchpoints clave, es decir, los momentos de contacto desde antes hasta después del uso de la plataforma de streaming, que son fundamentales para brindar un excelente servicio.

En cuanto a la estrategia de las 4P (producto, precio, promoción y plaza), se presentan los resultados del afiche realizado en clases, donde se señala que no se determinó si era un producto o un servicio, el precio no fue entendido por nadie y la estrategia de comunicación necesita ser más clara. Se detallan los cambios realizados en base a las sugerencias de compañeros de maestría y consumidores finales, los cuales ayudaron a desarrollar el prototipo final.

Se presenta un prototipo, que incluye la marca, logotipo y diseño de servicio. Además, se define la estrategia final de las 4P. En el caso del producto, se establecen los atributos del servicio, la marca, el slogan y la ventaja competitiva. En cuanto a la promoción, se incorporan el slogan y la propuesta de posicionamiento en la publicidad y promoción en sitios de interés educativo y redes sociales, siguiendo una estrategia pull. En relación al precio, se implementa una estrategia de penetración inicial con un valor de 0 y luego se introduce la estrategia de servicio premium. En cuanto a la plaza, se utiliza un canal directo con distribución selectiva a través de internet.



Capítulo 3: Plan Estratégico

Este capítulo del plan estratégico se centra en los objetivos, procedimientos y políticas de tres áreas clave: financiera, marketing y TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación).

En el área financiera, los objetivos son captar recursos económicos antes del lanzamiento de la aplicación y página web, así como aumentar las fuentes de ingreso. Las políticas incluyen utilizar solo fuentes de ingreso lícitas, precancelar recursos obtenidos a crédito si la situación financiera lo permite y mantener un apalancamiento financiero acorde a la industria. Además, se permiten pagos por tarjeta de débito/crédito y PayPal.

En cuanto al área de marketing, el objetivo es establecer una campaña de marketing digital y generar reconocimiento de marca a corto plazo. Las políticas incluyen mantener la presencia de marketing digital en sitios web y redes sociales relacionados con la educación, dirigir los anuncios y la publicidad al segmento objetivo, y evitar asociaciones con deportes, videojuegos y alimentación para no perder el posicionamiento de la marca.

En el área de TIC, los objetivos son gestionar el aprendizaje en streaming y los datos en la página web y aplicaciones, así como automatizar tareas y procesos. Las políticas incluyen mantener el correcto funcionamiento de los servidores, contar siempre con un servidor de respaldo para gestionar el streaming y recopilar datos, establecer una guía de robotización de tareas y procesos, y considerar los errores en los procesos como actividades críticas a resolver.

Para lograr los objetivos en cada área, se definen estrategias específicas. En el área financiera, se plantea el aporte de capital por parte del emprendedor, apalancamiento con deuda en una institución Financiera, ingresos por publicidad dentro de la aplicación y página web, y la opción de membresía o suscripción premium. En marketing, se propone generar contenido enfocado al segmento, posicionamiento en buscadores (SEO), marketing en buscadores (SEM) y campañas de inbound marketing para atraer nuevos usuarios. En TIC, se recomienda contratar servidores dedicados, diseñar procesos de automatización y establecer un servidor

virtual privado para alojamiento compartido y ejecución de funciones, además de mantener un hosting y servidor cloud siempre operativo.

Los procedimientos detallados se centran en cada área. En el área financiera, se evalúa el apalancamiento por crédito en una institución Financiera Ecuatoriana, así como se establecen presupuestos y medidas de control. En marketing, se desarrolla una identidad de marca basada en resultados de grupos de enfoque y observaciones de los profesores, se realiza un plan piloto y se llevan a cabo encuestas de satisfacción y mediciones de reconocimiento de marca. En TIC, se particiona el servidor virtual privado, se establece un manual de procesos para contingencias y se asignan responsables de resolución de problemas y mejora continua. También se incluye el mantenimiento preventivo de servidores y copias de seguridad. Estos objetivos, políticas, estrategias y procedimientos delineados en el capítulo contribuirán a lograr una gestión financiera efectiva, una estrategia de marketing sólida y un enfoque tecnológico adecuado para el éxito de la aplicación y página web.

Capítulo 4. Plan Financiero.

Se tomaron dos fuentes de financiamiento para el proyecto, la primera fuente es el capital propio del emprendedor, que asciende a \$20,000, representando el 36% de la mezcla de capital y un costo ponderado del 9% (3.27%). La segunda fuente es un préstamo de \$35,000 de la entidad financiera Produbanco, con una tasa de interés efectiva del 11.26%. El costo ponderado de esta fuente es del 7.17%. En conjunto, el capital inicial del proyecto es de \$55,000, con un costo ponderado del 10.44%.

COSTO PROMEDIO DEL CAPITAL				
FUENTE	VALOR	MEZCLA CAPITAL	COSTO	PONDERADO
Emprendedor	\$ 20.000,00	36%	9%	3,27%
Préstamo Produbanco	\$ 35.000,00	64%	11,26%	7,17%
TOTAL CAPITAL INICIAL	\$ 55.000,00	100%	20%	10,44%

Fuente: Elaboración propia

Se determino que tiene dos fuentes de ingresos económicos principales. La principal fuente de ingresos son los suscriptores premium, que pagan un valor de \$3.99 mensuales. Se proyecta que el 13% de los suscriptores serán premium y el 87% serán suscriptores freemium. La segunda fuente de ingresos es la publicidad ligada en aplicaciones móviles para suscriptores freemium.



Fuente: Elaboración Propia

El costo de oportunidad del emprendedor se establece en un 9%, el WACC del proyecto es del 10.44%. La TIR del proyecto es del 22.35%, lo que indica que el proyecto es rentable y tiene una tasa de rendimiento mayor que el costo de oportunidad y el costo de capital. El valor presente neto (VPN) del proyecto es de \$44,996.33, lo que sugiere una rentabilidad positiva después de tener en cuenta el costo de capital. Se evaluaron varios indicadores financieros, en liquidez se observa una mejora significativa en la capacidad del proyecto para cubrir sus obligaciones a corto plazo a partir del año 2026. En indicadores de operación se observó una mejora en la gestión de cuentas por cobrar y por pagar a lo largo del tiempo. Sobre rentabilidad se obtuvo un margen bruto alto, indicando una buena capacidad para generar ingresos y controlar costos. En conclusión, los indicadores financieros muestran una mejora en la rentabilidad y gestión del proyecto a lo largo del tiempo, respaldando la viabilidad y rentabilidad del mismo.

CONCLUSIONES

En este capítulo de conclusiones y recomendaciones, se resumirán los aspectos más relevantes de cada capítulo previo y se proporcionarán fundamentos sobre la importancia de la idea de negocio de la plataforma de Streaming Educativo, así como los potenciales beneficios del mismo. A continuación, se presentarán las conclusiones y recomendaciones correspondientes:

Planteamiento de la Idea de negocio:

En el primer capítulo, se planteó la idea de negocio de una plataforma de Streaming Educativo que permite a los usuarios aprender de forma rápida y efectiva a través de conexiones con expertos en diversos temas. La plataforma ofrece una experiencia única de aprendizaje en vivo y se diferencia por su enfoque en el aprendizaje personalizado y la conexión entre miembros de la comunidad. El potencial radica en la expansión que están sufriendo las plataformas de Streaming visto como una oportunidad en la Matriz FODA, a su vez como amenaza más importante, son las barreras de entrada de la competencia al sector del Streaming las cuales no existen, por lo cual la proliferación y copia del modelo de negocio planteada es muy grande. El análisis de la competencia concluyo que el competidor más cercano es YouTube, ya que no solo es considerada una plataforma de entretenimiento sino también educativa y cultural, además que mantiene un libre acceso a cualquier usuario, contenido en cualquier idioma, subtítulos y presencia de grandes referentes académicos con canales propios con contenido continuo en la plataforma.

Planteamiento del esquema Comercial

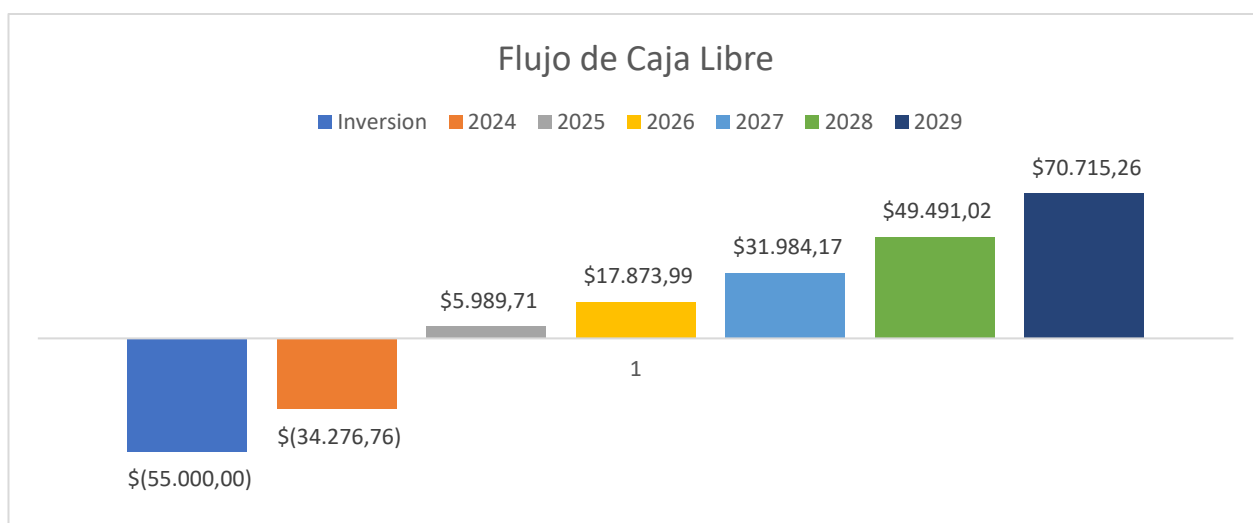
En el segundo capítulo, se abordó la estrategia de segmentación y posicionamiento para el servicio de streaming educativo. Se identificó el público objetivo como jóvenes estudiantes de 14 a 30 años, centrándose en aprender materias o temas específicos. Se determinó que la propuesta de valor se basa en permitir a los suscriptores aprender solo la parte que necesitan,

de manera personalizada. La propuesta comercial realizada en base a las sugerencias de los entrevistados y docentes de la maestría, se concluye que el mercado meta está bien definido, además del desarrollo del Mix de Marketing está acorde al mismo, el prediseño o bosquejo inicial tanto del sitio web y la aplicación web generó una comprensión más rápida del servicio que oferta Ieducate. Se concluyó con una estrategia de precios que permite tener dos tipos de suscriptores los cuales serán la fuente de ingresos; los suscriptores premium y la suscripción gratuita, en la cual los principales beneficios de ser premium, radica en la prioridad en mensajes en lives, sin publicidad en las apps, calidad de video en HD. La estrategia de promoción y publicidad se definió únicamente en sitios de interés educativo, así como redes sociales, todo esto mediante un esquema de estrategia pull.

Plan Estratégico:

En el capítulo del plan estratégico, se establecieron las áreas: financiera, marketing y TIC como las de principal enfoque con sus objetivos, políticas, estrategias y procedimientos, proporcionando una guía clara y estructurada para la gestión financiera, la promoción de la marca y el uso adecuado de las tecnologías de la información y comunicación. Los desafíos en el plan estratégico a corto plazo incluyen la captación de recursos económicos para el financiamiento de Ieducate antes del lanzamiento y la estrategia de Suscripciones Premium para generar una fuente de ingresos estable. La decisión de Comprar o alquilar los servidores es un factor clave en el giro del negocio formando parte del análisis estratégico, así como también el diseño del sitio web con un valor de \$3396,80 y a la aplicación que en base a la información obtenida está en un valor de \$20460 con un tiempo de elaboración previsto de 3 a 6 meses, por los detalles funcionales de las apps que son; login, creación de perfil de suscriptores, botón de pagos, app réplica del sitio web.

Plan Financiero Ieducate



Costo oportunidad Emprendedor	9%
WACC Ada Modar (Sector)	8,94%
WACC Proyecto	10,44%
TIR	22,35%
VPN	\$ 44.996,33

Fuente: elaboración propia

En el capítulo del Plan Financiero se realizaron Proyecciones financieras, los resultados obtenidos indican que el proyecto es viable, con una composición del Costo promedio del capital cercano al 11%, con un Vpn positivo y una Tir superior al costo del capital, tomando en cuenta que la variable más sensible es la cantidad de suscriptores premium ya que una disminución en de este genera que los Flujos de caja libre sean negativos indicando que el proyecto no es rentable, se proyectó que del total del usuarios únicamente el 13% serian Premium tomando una actitud conservadora, mas no optimista.

Además, se concluye que el costo de venta es constante ya que se optó por la opción de alquiler de Servidores cloud en vez de compra física de los servidores físicos y de Streaming, aun que el precio ronda los \$1900 a \$2400 según Amazon y Walmart estos conllevan gastos en: espacio

físico, tasas de importación, tasas aduana, personal capacitado, mantenimiento, soporte y actualizaciones, pago de energía eléctrica. Por tanto, los Servidores cloud no necesitan esto ya que el proveedor incurre en estos gastos y están disponibles 24/7, por lo tanto, es conveniente tener estos costos los más homogéneos posibles sin incurrir en más costos ya que disminuyen el beneficio para el proyecto.

En conclusión, la idea de negocio de la plataforma de Streaming Educativo presenta un enfoque innovador y prometedor para satisfacer las necesidades de aprendizaje de los suscriptores. La personalización del contenido y la conexión entre la comunidad en diversos temas brindan ventajas significativas sobre otras opciones disponibles en el mercado que aún no explorara la opción del Streaming educativo. Los beneficios como el acceso gratuito, la oportunidad de contar con un amplio catálogo de contenido generado por los mismos suscriptores se sustentan en la propuesta de valor claramente definida.

RECOMENDACIONES

Con base en las conclusiones anteriores, se realizan las siguientes recomendaciones:

Test - pruebas piloto: Antes del lanzamiento de la plataforma a gran escala, se recomienda realizar 2 tipos de pruebas; prueba tipo alfa únicamente para personal involucrado en el desarrollo para recopilar errores, y la prueba tipo beta dirigida a betatesters con el afán de recopilar información sobre su usabilidad, comportamiento de uso, errores y sugerencias.

Realizar alianzas estratégicas: con la finalidad de fortalecer la oferta de contenidos y aumentar la visibilidad de la plataforma, se recomienda establecer alianzas con expertos en diferentes áreas temáticas, instituciones educativas y empresas relacionadas. Estas asociaciones pueden generar acceso a contenido exclusivo con suscripciones premium, incrementando el número de los mismos, por tanto, se puede generar mayores ingresos a corto plazo que permitan realizar una mayor inversión en publicidad y estrategias de marketing digital.

Analizar a posteriori, el lanzamiento de Ieducate en el mercado europeo, así como en el asiático con una evaluación tanto financiera, técnica y legal, que permita conocer la factibilidad y rentabilidad a esperar en estos mercados, así como posibles cambios en base a las preferencias de los potenciales suscriptores.

Diseñar e Implementar un sistema de retroalimentación: Para mejorar continuamente la plataforma y adaptarse a las necesidades de los usuarios, es importante implementar un sistema de retroalimentación que permita a los usuarios evaluar tanto la app, web page y los servicios dentro de la plataforma para poder generar contenido de mayor calidad percibida por los suscriptores.

Ofertar diversas opciones de suscripción: Para adaptarse a las preferencias de los suscriptores, se recomienda ofrecer diferentes opciones de suscripción, como planes mensuales, anuales o por vida si aplicara. Además, considerar la posibilidad de ofrecer una prueba gratuita o períodos de acceso limitado para permitir a los suscriptores, evaluar los potenciales beneficios antes de comprometerse a una suscripción Premium.

Implementar estrategias de SEO y SEM: Para aumentar la visibilidad y atraer a nuevos usuarios, es fundamental implementar estrategias de marketing digital. Esto incluye la creación de contenido relevante y de calidad, el uso de las redes sociales para promocionar la plataforma, el empleo de técnicas de SEO (optimización para motores de búsqueda) para mejorar la visibilidad en los resultados de búsqueda y la colaboración con influyentes o expertos en el sector educativo.

Analizar el mercado constantemente y mantenerse actualizado con las últimas tendencias y tecnologías: La educación y el aprendizaje en línea están en constante evolución. Es importante mantenerse actualizado con las últimas tendencias y tecnologías, como el aprendizaje adaptativo, la realidad virtual o el aprendizaje móvil, y evaluar regularmente la incorporación de nuevas características o funcionalidades en la plataforma.

Como última recomendación, plantear la venta de Ieducate mediante una valoración económica de la empresa proyectando los flujos de caja libre traídos a valor presente para discutir si es recomendable la opción de venta, con precedentes que el mercado es muy incierto y la plataforma no está teniendo el crecimiento planeado, y se desea una recuperación del capital invertido, el pago de los créditos recibidos, y un beneficio mínimo esperado por el emprendedor.

Estas recomendaciones tienen como finalidad fortalecer la propuesta de valor de Ieducate, plataforma de Streaming Educativo, atraer y fidelizar a suscriptores, y garantizar una experiencia de aprendizaje efectiva y satisfactoria. Realizar un seguimiento y análisis constante del mercado y las necesidades de los suscriptores serán clave para el éxito de la plataforma.

BIBLIOGRAFÍA

Ramírez, L. J. C. (2020). Posibilidades educativas de las plataformas de videojuego en streaming. In *Actas del II Congreso Internacional de Innovación Docente e Investigación en Educación Superior: avanzando en las Áreas de Conocimiento: 11, 12 y 13 de noviembre de 2020* (p. 114). Asociación Universitaria de Educación y Psicología (ASUNIVEP).

Buitrago, Á., Martín García, A., & Torres Ortiz, L. (2022). Trabajemos juntos: Coworking online y sincrónico en Twitch como muestra del potencial colaborativo del live-streaming. *Revista de Comunicación*, 21(1), 49-65.

Payne, K., Keith, M. J., Schuetzler, R. M., & Giboney, J. S. (2017). Examining the learning effects of live streaming video game instruction over Twitch. *Computers in Human Behavior*, 77, 95-109.

Collioud, L. R. (2021). Abriendo las plataformas de streaming a un ámbito académico audiovisual. *Actas de Diseño*, (37).

Martel Díaz, M. (2018). Transmisión de eventos formativos en vivo: el streaming como recurso educativo.

Gitman, Lawrence, (2003) Principios de la administración financiera, México, Editorial Pearson, Décima Edición.

Serrano, Javier y Villarreal, Julio (2001) Fundamentos de finanzas. Colombia: Mc Graw Hill. Segunda edición.

Redondo Piñas, C. (2018). Comportamiento de los consumidores de plataformas de vídeo en streaming.