

# ZIBERBI

Rabia Akbar, Fiza Dilawar, Laura Hermida y Aitziber Martínez

2º Higiene Bucodental

I.E.S. Francisco de Vitoria

2022-2023

Fecha de entrega: 13/01/2023

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>1. PROPUESTA DE VALOR</b>	<b>4</b>
<b>2. SEGMENTACION DE CLIENTES</b>	<b>5</b>
<b>3. CANALES</b>	<b>6</b>
<b>4. RELACIÓN CON CLIENTES</b>	<b>7</b>
<b>5. FUENTES DE INGRESO</b>	<b>8</b>
<b>6. RECURSOS CLAVE</b>	<b>9</b>
<b>7. ACTIVIDADES CLAVE</b>	<b>10</b>
<b>8. SOCIOS CLAVE</b>	<b>11</b>
<b>9. ESTRUCTURA DE COSTES</b>	<b>12</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>13</b>

# INTRODUCCIÓN

El grupo ZIBERBI nace de un grupo de estudiantes de la Formación Profesional de 2º de higiene bucodental en el colegio Francisco de Vitoria, en Vitoria-Gasteiz. Éste está compuesto por Aitziber Martínez, Laura Hermida, Fiza Dilawar y Rabia Akbar que ven la necesidad de crear una aplicación la cual ayude a los estudiantes.

Esta aplicación cubrirá las necesidades de los usuarios facilitándoles el método de estudio a la hora de preparar un examen. El objetivo es que los alumnos dispongan de más seguridad a la hora de realizar las pruebas. Además, se quiere conseguir la disminución de cortisol y ansiedad.

# 1. PROPUESTA DE VALOR

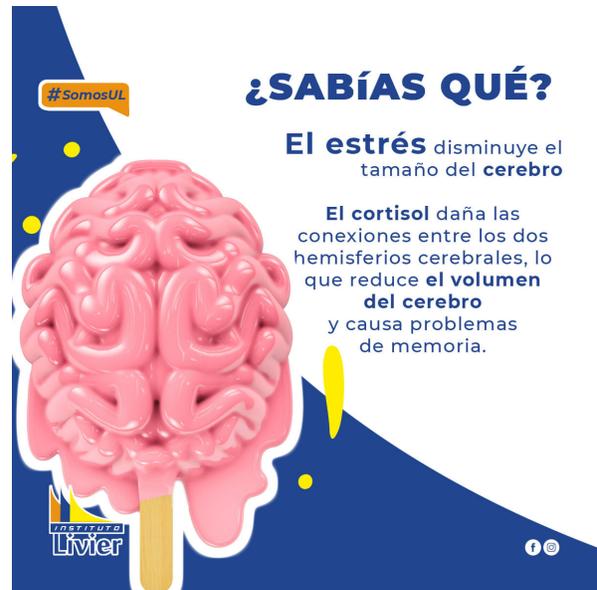
La ansiedad ante los exámenes es algo muy común entre los estudiantes. En el año 2008 se realizó un estudio con el objetivo de analizar el impacto de algunas variables socio-personales (sexo, cursos suspensos, nivel de estudios de la madre y del padre, número de hermanos y notas en matemáticas) sobre la ansiedad ante los exámenes y de ésta sobre el comportamiento de postergación. Se han llevado a cabo dos estudios con dos muestras independientes y los resultados obtenidos en ambos estudios muestran cierta relación entre dichas variables, aunque el tamaño del efecto es muy pequeño. Todas las variables contempladas en ambos estudios, y que se han tomado como predictoras de la ansiedad ante los exámenes, únicamente explican un 16,8% de la varianza total de la ansiedad en el primer estudio y un 12,6% en el segundo. Por tanto, hay que indicar que, aún siendo importantes estas variables a la hora de predecir la ansiedad ante los exámenes, existen otros factores no contemplados en estas investigaciones que realmente son cruciales para explicar dicha ansiedad como, por ejemplo, el cortisol.

El cortisol es una hormona glucocorticoide que ayuda al cuerpo a responder ante situaciones de estrés. Cuando estamos nerviosos porque tenemos que hacer frente a una prueba, se suele decir “tengo los nervios a flor de piel” y es que los sentidos se activan, intentando percibir cualquier estímulo que ayude a identificar la amenaza intuida.

La memoria es muy sensible a los niveles de cortisol. El hipocampo es la zona del cerebro responsable del aprendizaje y de la memoria, y se ve afectada directamente por cambios en los niveles de cortisol. Seguro que alguna vez has llegado a un examen que llevabas medio preparado pero el día del examen te levantas muy nervioso y a la hora de hacer el examen te quedas en blanco. Explicado de forma sencilla: lo que te ha sucedido es que has bloqueado tu hipocampo por culpa de un aumento súbito de cortisol. Esos nervios anticipatorios, cuya fuente es un «y si suspendo, qué va a pasar, no me acuerdo, seguro que me preguntan lo que no me sé...», bloquean el hipocampo

y la memoria, provocando que nuestros temores, inicialmente infundados, se hagan realidad.

El cerebro, por lo tanto, altera profundamente nuestro equilibrio interior. Cuando pensamos en cosas que nos preocupan, esos pensamientos tienen un impacto similar a la situación real. Y es que el cerebro no distingue lo real de lo imaginario. Cada vez que imaginamos algo que nos agobia, se activa en el organismo el mismo sistema de alerta, y se libera el cortisol que sería necesario para hacer frente a esa amenaza.



El objetivo del grupo ZIBERBI es hacer frente al problema anteriormente mencionado.

El sueño de cualquier estudiante es tener un simulacro de examen en casa con la materia que ha dado. Por ello, la finalidad de la aplicación es que todos los usuarios suban sus apuntes mediante fotos o PDF para que ésta cree un examen en base a esa información. Los exámenes podrán ser de dos tipos: desarrollo y/o test.

La aplicación consiste en la realización de modelos de examen en base a tus apuntes o los apuntes de tu modalidad de estudio.

## 1. CÓMO FUNCIONA

- Registrarse en la app.
- Selecciona tu modalidad de estudios.
- Escanea tus apuntes.
- La aplicación realizará un examen en base a los apuntes escaneados.

## 2. MODALIDAD DE ESTUDIO

- Los usuarios tendrán acceso a los apuntes y exámenes, que hayan realizado estudiantes que se encuentren en la misma modalidad de estudio.

## 3. VERSIÓN GRATUITA VS VERSIÓN PREMIUM

Aunque la descarga de la aplicación sea gratuita, ésta va a tener dos versiones. Una versión gratuita y una versión premium.

La versión gratuita consiste en que el usuario va a poder tener acceso a apuntes y exámenes de otros usuarios, además de que puede crear su propio examen con sus propios apuntes. Sin embargo, la aplicación sólo le va a facilitar hacer un examen y notificar si ha aprobado o suspendido el examen. No podrá saber cuales son los fallos.



La versión premium va a contar con las mismas características que la versión gratuita pero la aplicación le va a facilitar hacer más de un examen y el usuario va a poder saber cuales son los fallos de su examen.

En ambas versiones se puede notificar a la aplicación de que hay información relevante en los apuntes para que ésta lo tenga en cuenta a la hora de hacer el examen.

VERSIÓN GRATUITA	VERSIÓN PREMIUM
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Realización de un examen tipo test el cual nos dice si el usuario ha aprobado o suspendido el examen sin enseñar las soluciones.</li> <li>● Se puede notificar a la aplicación que hay información relevante en los apuntes para que ésta lo tenga en cuenta a la hora de hacer el examen.</li> <li>● Ver apuntes de otras personas que estén o hayan cursado la misma modalidad.</li> <li>● Tener acceso a exámenes de otras personas que estén o hayan cursado la misma modalidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Realización de varios exámenes tipo test y/o desarrollo con la corrección del examen.</li> <li>● Se puede notificar a la aplicación que hay información relevante en los apuntes para que ésta lo tenga en cuenta a la hora de hacer el examen.</li> <li>● Ver y/o descargar apuntes de otras personas que estén o hayan cursado la misma modalidad.</li> <li>● Tener acceso a exámenes de otras personas que estén o hayan cursado la misma modalidad.</li> </ul>

## 2. SEGMENTACION DE CLIENTES

Nuestra segmentación de clientes, principalmente se basa en estudiantes.

Los estudiantes son los que tienen mayor carga de trabajo, presión y menos tiempo para preparar un examen y conseguir una alta calificación. Por ello, para facilitar el acceso de la aplicación a todos los estudiantes que la necesiten, hemos decidido ponerla en Play Store y App Store.

En los estudiantes, nos podemos encontrar tres niveles de educación para los cuales estaría destinada la aplicación.

ESO	BACHILLER	UNIVERSITARIO
<p>Estudiantes de 12 - 16 años.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Descargan la app porque necesitan refuerzo en alguna asignatura.</li> <li>• No tienen ninguna motivación ni objetivo claro.</li> <li>• Aprenden a gestionar la memoria y las responsabilidades.</li> </ul>	<p>Estudiantes de 16 - 18 años.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Descargan la app por interés propio.</li> <li>• Tienen capacidad de establecer metas a corto y largo plazo.</li> <li>• Tratan de cuidar su salud mental.</li> <li>• Tienen la memoria desarrollada.</li> </ul>	<p>Estudiantes mayores de 18 años.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Descargan la app por interés propio.</li> <li>• Tienen capacidad de establecer metas a corto y largo plazo.</li> <li>• Tratan de cuidar su salud mental.</li> <li>• Tienen la memoria desarrollada.</li> </ul>

Las razones por las que se han elegido son las siguientes:

- Prácticamente todos los estudiantes disponen de un dispositivo electrónico (teléfono móvil, tablet, ordenador, portátil, etc).
- Independientemente de la situación económica de cada persona, la aplicación es totalmente gratuita.
- Acceso fácil, es decir, será fácil de descargar por haberlo puesto en Play Store y App Store. Ya que las aplicaciones que se descargan de google u otras fuentes muchas veces corren el peligro de dañar el dispositivo.

### 3. CANALES

Los canales de distribución de nuestra aplicación, serán el vehículo por el cual haremos que llegue nuestro contenido a los usuarios interesados en el mismo, como son la appstore en el caso de IOS o la playstore para el caso de android, los cuales serán el medio hacia el determinado grupo social al que queremos llegar.

En este punto la distribución del contenido puede darse mediante métodos de pago, o bien de manera autónoma.

Sin embargo los canales de distribución de contenidos digitales más utilizados y los que mejor resultados ofrecen actualmente son:

- Redes sociales, ya que son uno de los canales de distribución más utilizados debido a su eficacia versatilidad y bajo coste a la hora de satisfacer las necesidades de los usuarios y construir relaciones de valor con estos.
- Página Web, actualmente es uno de los métodos más empleados para difundir la información de un producto, debido a que aporta muchas ventajas como son la captación de tráfico a la página web, confianza del usuario entre otras.
- ADS

Por ende el otro canal de darnos conocer nuestro producto, serán medios electrónicos, ya que en la actualidad es el medio que más se mueve en la sociedad, además de que la mayoría de las personas tienen acceso a un smartphone, u ordenador desde donde podrán descargar nuestra aplicación.

La difusión de dicha aplicación, se verá determinada por el enfoque de distribución o por una combinación de enfoques que cumplan las necesidades de la empresa,

buscando llegar tanto a usuarios que la conocen con anterioridad como a usuarios nuevos, haciendo así ofrecer más contenido interesante y útil para ellos.

## 4. RELACIÓN CON CLIENTES

Teniendo en cuenta el rango de edad de los clientes a los que nos vamos a dirigir, hemos decidido que la relación con los clientes será mediante redes sociales, anuncios y correo electrónico, con el fin de atraer así la mayor cantidad de jóvenes y estudiantes que necesiten ayuda a la hora de la preparación de exámenes

La estrategia para relacionarse con estos es mantenerlos informados de cómo funciona la aplicación, cuáles son sus ventajas y objetivos, y mantener en buen funcionamiento la app y la página web, intentando así reducir cualquier imprevisto que pueda surgir con estas, ya que mantener una buena relación con el cliente es esencial para que las ventas y el cierre de acuerdos salgan de manera favorable.

Es por esto que cada vez más las aplicaciones usan el llamado marketing relacional el cual consiste en tácticas y acciones que mejoran la comunicación con los clientes potenciales, guiándolos a través del proceso de compra y con los clientes actuales para continuar fomentando la lealtad con este.

Las redes sociales son cualquier herramienta digital que permite a los usuarios interactuar con personas del otro lado del mundo; crear, compartir y distribuir contenido rápidamente con la comunidad o público; mantenernos informados para descubrir nuevas noticias, etc. Actualmente, se han convertido en una herramienta de ocio y entretenimiento que la mayoría de la población usa diariamente; y que por tanto, se han convertido en un medio clave. Además, el 80% de los profesionales de marketing han considerado que éstas son una gran fuente para generar oportunidades de venta.

Otra manera de relacionarnos con clientes, es también darnos a conocer en academias de clases de apoyo, ya que, ellos pueden difundir la app entre su alumnado.

## 5. FUENTES DE INGRESO

Las fuentes de ingreso es el factor más importante para llevar a cabo adelante una empresa que comercializa su producto o servicio. En este caso, se ha decidido colaborar con MasterD que es el centro de referencia en formación a distancia y preparación de oposiciones a nivel nacional. A través de dicha academia, se ofrece a los participantes la opción de preparar su examen, exactamente relacionado con sus temarios, antes de presentarse a una oposición.

Otra de las fuentes de ingreso serían los anuncios que saldrán en la versión gratuita, puesto que sólo se genera un examen y la app sólo le comunica al usuario si ha aprobado o suspendido el examen. De esta manera, el usuario tendrá que ver un vídeo publicitario para saber los errores del examen. Este dinero se recibirá cada vez que se muestre dicho anuncio en la aplicación ZIBERBI (pago por impresión), por hacer clic en el anuncio o cuando un usuario instala la aplicación anunciada. Además, el usuario de la plataforma deberá pagar por determinadas funcionalidades, es decir, la versión premium.

También se ha decidido desbloquear las funciones no por el pago directamente sino existe la otra opción que es la siguiente: el usuario tendrá que ver videos de anuncios para facilitar la función premium y el pago se recibirá de la empresa del anuncio y no por el usuario.

Las fuentes de ingreso se obtendrán de los videos publicitarios de los cuales se sacará un beneficio de 400€ aproximados por anuncio.

Por otro lado, la aplicación ZIBERBI tendrá otra fuente de ingreso que será la versión premium de ésta. Se obtendrá un beneficio de 65 euros anuales por cada estudiante que se suscriba.

## 6. RECURSOS CLAVE

Este módulo representa los activos más importantes para que el modelo de negocio funcione correctamente. Al tratarse de un aplicación, los recursos claves van ser los siguientes:

- **Intelectuales**: se refiere a base de datos que es un software informático que permitirá almacenar grandes cantidades de información, es decir, los apuntes que subirán los usuarios, de una forma organizada y accesible para poder crear el formato del examen.
- **Humanos**: se representa el valor humano (personas especializadas en programación) que ayuda a crear y funcionar la aplicación, solucionar los problemas técnicos y seguir avanzando en la mejora del app.

## 7. ACTIVIDADES CLAVE

Las actividades clave están relacionadas con los recursos clave, ya que consiste en todo lo que se puede realizar con los recursos que contamos y organizar las actividades de mayor a menor importancia para la empresa y cómo desarrollarlas con los recursos que se disponen.

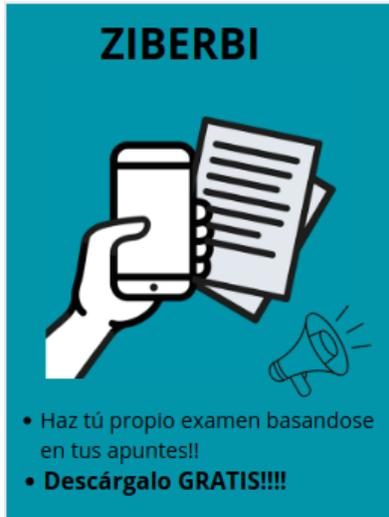
Las actividades clave tienen relación con la propuesta de valor, ya que debemos fijar cuales son los procesos fundamentales que la empresa realiza para ofrecerles a los clientes el producto o servicio.

Lo ideal para este bloque es tener en consideración los elementos más destacados que aportan valor directamente a los bloques del área de mercado/cliente, es decir, teniendo en cuenta toda la cadena desde la creación del producto hasta la entrega al cliente.



Entre las actividades clave de la empresa, está la creación de una aplicación móvil y web, el medio en el cual va a funcionar la app y las bases de datos y metadatos que va a utilizar, como la red que va a usar, la solución de problemas que le puedan surgir al usuario, además de la satisfacción de necesidades de este con respecto a nuestra app.

Además de esto, y como actividad fundamental, es llevar a cabo el marketing y publicidad de la aplicación. Se optará por el marketing multicanal, centrándose por un lado, en la campaña de búsqueda que permitirá llegar a los usuarios que buscan intencionadamente el app en play store. Por otro lado, se captará a los clientes a través de la campaña de display que permitirá llamar la atención de los jóvenes con anuncios visualmente atractivos en los diferentes sitios web, aplicaciones como YouTube, instagram, tiktok...etc. Esta actividad es muy importante ya que, como hemos comentado anteriormente, ziberbi no solo busca la preparación de un examen sino ayudar a reducir los niveles de cortisol y la ansiedad en estudiantes, ayudando así a la salud escolar.



## 8. SOCIOS CLAVE

Los socios claves son importantes ya que son los que trabajan para desarrollar en esta aplicación ZIBERBI.

- Empresas informáticas.
- Programadores de aplicaciones.

Se han elegido estos dos para desarrollar la aplicación ya que son las personas expertas en la programación y el desarrollo de las aplicaciones. Son los que se encargan de gestionar el ciclo de vida de las aplicaciones, desde su concepción hasta su alineamiento en el mercado. Su objetivo es obtener buenos resultados del producto, siguiendo los estándares de calidad y seguridad, y ajustándose a los objetivos, costes y plazos establecidos al inicio del proyecto (la aplicación ZIBERBI).

Las funciones pueden variar, debido a las características y preferencias de la aplicación a desarrollar, por ende en la creación de la aplicación, influyen dos puntos

El ciclo de vida de la app, desde la creación de la aplicación hasta la puesta en venta en el mercado.

- Estipulación de las características de la app, se analizaron las necesidades, requerimientos, funcionalidad, diseño, tipo de lenguaje tecnológico lo cual permitirá una mejor programación.
- Seguimiento de procesos de la app (roadmap), desde su puesta en el mercado, garantizando que se satisfagan todas las necesidades y lo que le hemos ofrecido al clientes, haciendo así que se cumpla la misión y objetivos de la app, siempre centrándose en los estudiantes.

- La creación y desarrollo de las dos aplicaciones tanto para IOS como para Android, mediante el uso de lenguajes de programación.
- Creación, diseño y uso de las bases de datos.
- Resolución de problemas técnicos que puedan surgir durante la iniciación de la aplicación.
- Creación de documentación técnica de mantenimiento y de usuario para la app.

## 9. ESTRUCTURA DE COSTES

La estructura de costes es la que nos va a permitir visualizar de manera específica cuánto cuesta el producto o servicio que se va a ofrecer, teniendo en cuenta todos los gastos y costes de producto o servicio.

Además, los salarios de los programadores, el pago de subida de aplicación en play store, el coste de marketing y la versión premium por año van a ser los gastos principales para llevar a cabo la aplicación.

Respecto a la mano de obra, ZIBERBI va a invertir 14.000€ aproximadamente en los salarios de los programadores que van a crear y programar esta aplicación. Como se ha mencionado anteriormente, la subida de la aplicación a Play Store y App Store tendrá un coste de 100€ por cada plataforma. Al ser una herramienta para estudiantes es muy importante la manera en la que se va a promocionar nuestro producto. Por ello, se van a destinar 2000€ mensuales durante un año para dar a conocer nuestra aplicación en las redes sociales.

Informáticos.....	14.000€ TOTAL
Subida de aplicación.....	200€ TOTAL
Promoción del <u>App</u> .....	24.000€ TOTAL

## CONCLUSIONES

Mediante este trabajo hemos aprendido a crear una empresa teniendo en cuenta las necesidades de un determinado grupo social.

El grupo social del cual queremos cubrir una necesidad son los jóvenes, debido a que pertenecemos al mismo, además de que en estas edades nuestro cerebro es más vulnerable o tiende a desarrollar enfermedades de tipo mental o que afectan al aparato digestivo, entre otros.

Teniendo en cuenta lo anterior, hemos aprendido de primera mano el significado literal de ser emprendedor. Un buen emprendedor asume riesgos y desarrolla ideas para llevarlas a cabo. Nuestro grupo desde el comienzo ha tenido la idea clara de crear una empresa que nazca con el principal objetivo de mejorar un aspecto concreto en la sociedad, es decir, mejorar la calidad de estudio de los estudiantes.

Además, dicho proyecto nos puede servir de ayuda si en un futuro queremos crear una empresa sabiendo qué es lo que se tiene que tener en cuenta, es decir, los pasos que se tienen que seguir desde el principio.

El grupo ZIBERBI está satisfecho con el proyecto realizado ya que al pertenecer a este grupo social es una aplicación que nos hubiera gustado tener desde un primer momento en el ámbito educativo.

## BIBLIOGRAFÍA

[https://www.infocop.es/view\\_article.asp?id=2152](https://www.infocop.es/view_article.asp?id=2152)

<http://repositorio.esepf.pt/bitstream/20.500.11796/2697/1/3523.pdf>

<https://blog.servilia.com/la-importancia-de-la-publicidad-en-las-redes-sociales/>

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4796327.pdf>

[Opciones de distribución alternativas | Google Play | Android Developers](#)

[Canales de distribución de contenidos digitales más demandados \(semrush.com\)](#)

<https://www.masterd.es/oposiciones>

<https://tangramconsulting.es/noticias/como-puedo-rentabilizar-una-aplicacion-movil>

<https://resources.esmartia.com/blog/redes-sociales-que-son>

<https://www.saludvital.cl/preguntas/cuales-han-sido-los-logros-de-las-redes-sociales/>

<https://josedavidfernandez.com/actividades-clave-modelo-canvas/>