



**MUCLA**

**Alejandro Mula Madrid  
Sergio Martínez Tormo**

## Indice

Proposición de valor.....	4
Problema y novedad .....	6
Factores clave.....	8
Segmentos de mercado .....	9
El cliente.....	10
Socios clave .....	11
Agentes y roll.....	13
Fuentes de ingreso.....	15
Inversión.....	18
Canales .....	20
Vías de comunicación y distribución .....	21
Relación con el cliente.....	22
Recursos clave .....	24
Actividades clave .....	26
Estructura de costes .....	28
Valoración global .....	30

### **Como se nos ocurrió esta idea.**

Un día tuvimos la necesidad de encontrar un profesor de inglés para mejorar académicamente. Fue entonces cuando escuchamos que mucha gente hablaba de que tenían el mismo problema, que conocían o sabían de otros compañeros que daban clases, pero que la mayoría eran particulares sin más tiempo para tener nuevos alumnos o que no coincidíamos en horarios o lugares.

De esta manera, con la boca a boca, encontramos a nuestra profesora de inglés, una chica nativa con tiempo libre por las tardes que se ofrecía a ayudar a los alumnos de la academia con la materia sin saber ella como funcionábamos dentro de las clases, pero si con conocimientos sobre la asignatura y enfocado todo a las necesidades que nos interesaban.

### **¿Por qué clases particulares?**

Porque aun estando atento en clase y entendiendo en todo, siempre cabe la posibilidad de estar más seguro el día del examen si repasas con un profesor que entienda de la materia y te sirva como método de mejora en la carrera por los estudios. Nosotros al fin y al cabo lo que queríamos era adaptar un método de enseñanza convencional de los últimos años a las nuevas tecnologías y que mejor método que informatizando y con libre acceso al mercado mediante una plataforma de internet.