



Disponible
en Video-caso



Buscando a EDU

El difícil paso de levantar capital

En 2012 Cristóbal Matte, en ese momento estudiante de Ingeniería Comercial, tiene una gran idea: generar un videojuego educativo que mezclara todas las cosas que le gustaban en su infancia. Es así como nace Buscando a EDU, que como proyecto de innovación social recibe un financiamiento inicial para desarrollar un Producto Mínimo Viable y testearlo. Las pruebas arrojan resultados prometedores y existe un gran interés por el juego desde colegios y liceos, pero es tiempo de dar el siguiente paso y convertir todo lo anterior en un negocio rentable, por lo que aún está ajustando su modelo de negocio en la búsqueda de financiamiento.

“El resultado fue excelente. Los niños dejaron de lado lo que estaban haciendo y se quedaron más de dos horas jugando en el videojuego, respondiendo preguntas de manera grupal y compitiendo por quien sabía más”.

Un poco de historia

Cristóbal, hoy ingeniero comercial, estudió una carrera antes de encontrar aquella que lo llenara por completo. En 2006 entró a estudiar Arquitectura, donde cursó tres semestres sin mayores problemas, demostrando muchas habilidades con las herramientas tecnológicas utilizadas, ya que desde el colegio se interesó por el diseño digital, aprendiendo el uso de programas como Photoshop, Freehand, y programas de edición de videos y modelación 3D, de manera autodidacta. A tal punto que sus compañeros le pagaban por realizar fotomontajes e

ilustraciones digitales para las presentaciones de tareas arquitectónicas. Todo iba bien excepto un problema: no sentía la pasión de otros compañeros por los proyectos de taller (el curso más complicado y exigente durante toda la carrera), por lo cual decide abandonar la carrera y entrar a estudiar ingeniería comercial.

Estando en esta nueva carrera Cristóbal logra adaptarse fácilmente al área visual del marketing y la publicidad, por lo cual sigue destacando por la presentación de sus proyectos y, nuevamente. Mientras tanto participa en todos los concursos posibles relacionados con el diseño y los videos, con los cuales gana algunos implementos que lo ayudan a mejorar la producción del que hasta entonces lo consideraba un hobby.

Esta habilidad para mezclar lo visual con lo comercial se convirtió en la clave de lo que sería de aquí en adelante su propio negocio, demostrando que distintas áreas de especialidad, y campos muy diversos, pueden unirse para generar un gran producto final.

La incursión en el mundo de la educación

En 2011 Cristóbal se integra a un equipo conformado por compañeros de universidad, los cuales realizaban clases entretenidas de emprendimiento en establecimientos educacionales nacionales. Es así como se embarca en una travesía por Puerto Montt, donde conoce de cerca la motivación de los profesores de liceos municipales por innovar y activar la sala de clases. Luego de esta

experiencia, donde participó generando material educativo y apoyando audiovisualmente al equipo, cree que puede aportar a la innovación en la educación con su pasión por el diseño y lo digital.

Es así como entra a trabajar en el Centro de Enseñanza y Aprendizaje de su Facultad, en el cual aprende bastante sobre metodologías para la innovación en la sala de clases, especialmente sobre el uso de tecnologías en la educación.

El concurso de innovación social

A finales de 2012 Cristóbal participa en un concurso de innovación social presentado por el Instituto Nacional de la Juventud y la ONG Techo, llamado Socialab, el cual apunta a solucionar problemas relacionados con el círculo de la pobreza. Ante este llamado decide tomar su experiencia en educación y mezclarlo con su hobby. Era hora de darle cuerpo a aquellas ideas que nacieron a partir de la observación de los problemas que veía en las salas de clases.

Después de identificar el problema de la poca integración de los medios informáticos en el aula, un canal que tiene cautivos a los jóvenes y la poca atención que ponen los estudiantes de la era digital a una clase tradicional, decide mezclar la tecnología de bajo costo con el reforzamiento de contenidos educativos a través de de un videojuego disponible para móviles de gama baja. Así nace Buscando a Edu, un software que sigue la lógica de otros videojuegos como Pokemon o The Legend of Zelda (La Leyenda de Zelda), donde se plantea un viaje por Chile y el mundo buscando completar objetivos y enfrentando desafíos intelectuales relacionados con las materias que se estudian en clases, mientras conocen los secretos de las ciudades que visitan.

La idea tiene buena acogida, por lo cual el concurso financia la realización de un Producto Mínimo Viable (MVP), con un presupuesto de 2,5 millones pesos, con el cual se validen los hitos que originan el proyecto. Luego de reuniones con los inventores del concurso deciden "pivotar" la idea y llevarla directamente a una herramienta web, debido al alto nivel de acceso a Internet en las escuelas chilenas, gracias al proyecto Enlaces .

Para dar vida a este proyecto Cristóbal se asocia con un amigo, con quien trabajó realizando clases de emprendimiento en Puerto Montt, para desarrollar los

contenidos del videojuego. De las gráficas se encargó Cristóbal, aprovechando sus aptitudes en diseño digital, y la programación corrió por parte de una empresa externa, también de un amigo de universidad.

Al tener listo el prototipo fueron a testearlo a una villa de escasos recursos, donde habían trabajado antes como voluntarios de una fundación. El resultado fue excelente, los niños dejaron de lado lo que estaban haciendo y se quedaron más de dos horas jugando. Los alumnos prefirieron incluso utilizar esta herramienta por sobre una visita al cine que tenían preparada.

El producto en terreno

Después de la validación de la herramienta los socios se reúnen con profesores para mostrar el juego y sus cualidades. Estos vieron que podían tener acceso a los resultados de los estudiantes, por lo cual recibían una constante retroalimentación sobre los contenidos vistos en clase, permitiendo reforzar aquellas materias que tuvieran más errores en las respuestas. Luego de varias vueltas, y gracias al ingreso de un programador especialista en aplicaciones y soluciones digitales, logran optimizar el producto desarrollando una plataforma donde el profesor puede crear sus propias pruebas y guías en los escenarios del juego, permitiéndoles tomar una evaluación de manera más entretenida y obteniendo los resultados de manera instantánea.

El problema

El equipo detrás del proyecto sabe que cuenta con un producto innovador y que se diferencia de las herramientas disponibles en el mercado. Pero llega el momento de transformar el proyecto en algo más, en una compañía que genere ingresos que mantengan al equipo con sueldos competitivos. Hoy en día no cuentan con los recursos económicos para levantar la empresa, sólo la convicción de que será un proyecto exitoso, por lo que dedican gran parte de su tiempo a desarrollar de mejor manera el videojuego. Es necesario tener, por lo menos, 20 millones de pesos para costear los gastos que implica la creación del juego. Cristóbal se pregunta, ¿Cómo podemos obtener estos fondos en el corto plazo?