



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

Facultat d'Informació  
i Mitjans Audiovisuals

# Máster en Gestión de Contenidos Digitales

Trabajo de Final de Máster

Conceptualización y diseño de un prototipo de  
Marketplace para talleres y cursos en línea

**Curso: 2023-2024**

**Convocatoria: segundo semestre**

**Data de presentación: 6 de septiembre**

**Tutora: Iolanda Mora**

**Alumna: Laura Calaf Gómez**

# Sumario

<b>1. Resumen ejecutivo.....</b>	<b>4</b>
<b>2. Marco teórico.....</b>	<b>7</b>
2.1. Tendencias y evolución de la industria de eventos en línea.....	7
2.1.1. Definición de conceptos relacionados.....	7
2.1.2. Perspectivas de crecimiento.....	8
2.1.3. Factores que han influenciado en el crecimiento del mercado.....	10
2.2. Tipología de eventos online.....	14
2.3. El mercado de streaming de vídeo en la nube.....	16
2.3.1. Modelos de financiación de servicios OTT.....	17
2.4. El auge de la formación y educación en línea.....	18
<b>3. Introducción.....</b>	<b>21</b>
3.1. Justificación del proyecto.....	21
3.2. Alcance del proyecto.....	22
3.3. Objetivos.....	22
<b>4. Metodología.....</b>	<b>25</b>
4.1. Revisión bibliográfica.....	25
4.2. Benchmarking.....	25
4.3. Análisis de usuarios.....	25
4.4. Business Model Canvas.....	26
4.5. DAFO.....	26
4.6. Card Sorting.....	26
4.7. Herramientas para el desarrollo del prototipado.....	26
4.8. User personas y escenarios.....	27
4.9. Test de usuarios.....	27
4.10. Diagrama de Gantt.....	27
<b>5. Análisis externo.....</b>	<b>29</b>
5.1. Formatos para la formación en línea.....	29
5.2. Selección de referentes.....	30
5.2.1. Competencia directa.....	30
5.2.2. Competencia indirecta.....	31
5.3. Benchmarking.....	33
5.3.1. Udemy.....	34
5.3.2. Domestika.....	47
5.3.3. Teachlr.....	60
5.4. Conclusiones del análisis de referentes.....	70
<b>6. Análisis Interno.....</b>	<b>74</b>
6.1. Estudio de mercado.....	74
6.2. Modelo de negocio.....	77
6.2.1. Business Model Canvas.....	77
6.2.2. Funcionalidades del marketplace de cursos y talleres en línea.....	77

6.2.3. Modelos de monetización.....	80
6.3. Públicos objetivos.....	81
6.4. Personas y escenarios.....	83
6.5. DAFO.....	87
<b>7. Conceptualización y prototipado.....</b>	<b>89</b>
7.1. Card Sorting.....	89
7.2. Arquitectura de la información.....	93
7.3. Características y tecnologías requeridas para el desarrollo del proyecto.....	95
7.4. Diseño e identidad de marca.....	100
7.4.1. Nombre de marca.....	100
7.4.2. Personalidad y valores de marca.....	100
7.4.3. Guía de estilo.....	101
7.5. Wireframes de baja fidelidad.....	104
7.6. Pantallas finales y wireflows.....	104
7.6.1. Página de Inicio.....	104
7.6.2. Página de categoría de curso.....	109
7.6.3. Página de producto / curso individual.....	112
7.6.4. Página perfil personal.....	116
7.6.5. Página del plan de suscripción.....	118
7.6.6. Pantallas del proceso de compra.....	120
<b>8. Test de usuarios.....</b>	<b>124</b>
8.1. Metodología.....	125
8.2. Tareas del test de usuarios.....	127
8.3. Resultados del test de usuarios.....	128
8.3.1. Resultados cuantitativos.....	129
8.3.2. Resultados cualitativos.....	130
8.3. Propuesta de mejoras.....	135
<b>9. Plan de difusión.....</b>	<b>144</b>
9.1. Objetivos del plan de difusión.....	144
9.2. Definición y segmentación del público objetivo.....	145
9.3. Estrategias de difusión.....	148
9.3.1. SEO (Search Engine Optimization).....	148
9.3.2. Marketing de contenidos.....	150
9.3.3. Redes sociales.....	151
9.3.4. Email Marketing.....	153
9.3.5. Publicidad en línea (PPC).....	155
9.3.6. Colaboraciones y alianzas estratégicas.....	156
9.3.7. Marketing de afiliados.....	158
9.4. Plan de acción y calendario.....	160
9.5. Embudo de conversión (Inbound Marketing).....	163
<b>10. Plan de evaluación.....</b>	<b>166</b>
<b>11. Planificación.....</b>	<b>171</b>

11.1. Recursos.....	171
11.1.1. Recursos humanos.....	171
11.1.2. Recursos materiales y tecnológicos.....	172
11.2. Presupuesto.....	172
11.3. Diagrama de Gantt.....	178
<b>12. Conclusiones.....</b>	<b>181</b>
<b>13. Bibliografía.....</b>	<b>184</b>
<b>14. Anexos.....</b>	<b>189</b>
14.1. Anexo 1 - Guión de la encuesta.....	189
14.2. Anexo 2 - Resultados de la encuesta.....	191
14.3. Anexo 3 - Wireframes de baja fidelidad.....	194
14.4. Anexo 4 - Guión test de usuarios.....	199
14.5. Anexo 5 - Grabaciones del test de usuarios.....	202

# 1. Resumen ejecutivo

El presente proyecto tiene como objetivo conceptualizar y diseñar un marketplace de cursos y talleres en línea, que ofrezca tanto clases en vivo como pregrabadas. A través de esta plataforma, los usuarios podrán acceder a una amplia variedad de actividades, que van desde el aprendizaje de idiomas hasta la práctica de deportes o la exploración de nuevos hobbies, todo dentro de un entorno unificado.

## **Oportunidad de mercado**

El crecimiento del mercado de eventos en línea, servicios de streaming y formación online, junto con el auge de los modelos de suscripción, ha creado una oportunidad única. Según estudios recientes, el mercado de eventos virtuales podría alcanzar los 617,33 mil millones de dólares en 2030, mientras que el streaming en directo lideró el mercado en 2023 con un 62,28% de ingresos. La industria del e-Learning también ha experimentado un crecimiento considerable, incrementándose un 900% desde el año 2000.

## **Objetivo y alcance del proyecto**

El proyecto busca desarrollar un prototipo de marketplace que facilite la promoción, creación y venta de talleres y cursos en línea. La plataforma estará diseñada para satisfacer las necesidades de dos públicos diferenciados: los instructores que publican los cursos y los usuarios finales que los consumen. El foco del prototipo se centra en la experiencia del usuario final, optimizando la interfaz para la versión desktop debido a la complejidad y funcionalidad requerida.

Esta marca de nueva creación se posiciona como una plataforma de referencia en el mercado de la educación y el desarrollo de habilidades, abarcando tanto las profesionales como las relacionadas con aficiones, proporcionando entretenimiento y enriquecimiento personal.

## **Metodología**

El proyecto se ha desarrollado mediante una combinación de metodologías, incluyendo la revisión bibliográfica, el análisis de referentes, la encuesta a usuarios potenciales, y la conceptualización y prototipado de la plataforma. Se han realizado pruebas de usuario para optimizar el prototipo y asegurar una experiencia de usuario óptima. Finalmente, se ha creado una planificación que detalla las diferentes fases y tareas, además de los recursos necesarios para llevar a cabo el desarrollo y puesta en marcha del marketplace.

### **Propuesta de difusión y evaluación**

Se ha confeccionado una estrategia de difusión centrada en medios digitales, incluyendo campañas de marketing, estrategia de redes sociales, SEO, y colaboraciones con influencers. La evaluación del impacto y éxito de la plataforma se realizará mediante A/B testing y el análisis de métricas clave, como la tasa de conversión, participación en clases, y satisfacción del usuario.

### **Principales hitos de planificación**

- **Fase 1: Investigación** y planificación (Mes 1-2)
- **Fase 2: Diseño del prototipo** (Mes 3-4)
- **Fase 3: Desarrollo del sitio web del marketplace** (Mes 5-8)
- **Fase 4: Pruebas de usuario y ajustes** (Mes 9-10)
- **Fase 5: Lanzamiento inicial y monitoreo** (Mes 11 en adelante)

### **Coste estimado**

La inversión total estimada para el desarrollo y lanzamiento de la plataforma es de 962.400 euros. Este presupuesto cubrirá desde el desarrollo inicial hasta el marketing y el mantenimiento en los primeros meses post-lanzamiento. Se considera el uso de un Producto Mínimo Viable (MVP) para lanzar la plataforma con funciones básicas e ir escalando conforme se añadan nuevos cursos y crezca la base de usuarios e instructores.

**2.**

**MARCO  
TEÓRICO**

## 2. Marco teórico

### 2.1. Tendencias y evolución de la industria de eventos en línea

Varios análisis de mercado e investigaciones han confirmado el fenómeno de la creciente demanda de eventos en línea. En primer lugar, definiremos los conceptos fundamentales para comprender la explicación basada en las numerosas investigaciones realizadas dentro de este campo.

#### 2.1.1. Definición de conceptos relacionados

**Eventos virtuales:** Los eventos virtuales o en línea, permiten la interacción remota desde distintos lugares a través de teléfonos inteligentes, ordenadores portátiles o de escritorio y tabletas. Su demanda global está en alza, siendo utilizados para seminarios web, transmisiones en vivo, ferias comerciales, clases en línea, lanzamientos de productos, reuniones corporativas y visitas guiadas virtuales.

**Marketplace:** Un marketplace es una plataforma en línea donde múltiples vendedores ofrecen sus productos o servicios a través de un sitio web centralizado. Los usuarios pueden explorar diferentes opciones y realizar compras directamente desde la plataforma.

**Videoconferencias:** Son reuniones en las que los participantes se comunican entre sí a través de video y audio utilizando herramientas de conferencia en línea. Esto permite la interacción virtual entre personas ubicadas en diferentes lugares.

**Contenido de streaming:** Se refiere a la difusión instantánea de contenido multimedia, como videos, a través de Internet. Los usuarios pueden disfrutar del contenido sin necesidad de descargarlo previamente, lo que les brinda una experiencia en tiempo real y sin interrupciones durante su visualización.

**Servicio OTT:** El término "Over the Top" o OTT se utiliza para describir servicios de transmisión de contenido que funcionan a través de Internet sin depender de operadores tradicionales. Solo necesitas tener un dispositivo o aplicación compatible y estar conectado a Internet para poder utilizar estos servicios.

**Soluciones de colaboración y comunicaciones unificadas (UC&C):** Se refiere a la agrupación de distintos canales y tecnologías de comunicación en una única plataforma, brindando así una experiencia completa y sin interrupciones. Al proporcionar un solo lugar con voz, vídeo, mensajería y herramientas de colaboración, se logra mejorar la colaboración y aumentar la productividad. Además, se espera un crecimiento constante gracias a la integración con tecnologías en la nube, inteligencia artificial y otras innovaciones (Imarc Group, 2023)<sup>1</sup>.

**CDN:** Una red de entrega de contenido (CDN) acelera la entrega de contenido al distribuirlo desde servidores cercanos al usuario. Consiste en servidores dispersos globalmente que almacenan copias locales de contenido, mejorando la eficiencia de la entrega (Rodríguez, P. 2011)<sup>2</sup>.

**VOD:** Son las siglas de “*Video on Demand*” (vídeo bajo demanda). El video bajo demanda ofrece contenido almacenado disponible las 24 horas del día a través de internet, permitiendo a los espectadores acceder en cualquier momento y lugar. A diferencia del video en vivo, que se produce y transmite en tiempo real, el VOD está grabado y editado previamente.

**LMS:** Significa “*Learning Management System*” (sistema de gestión de aprendizaje). Es una plataforma de software diseñada para la administración, documentación, seguimiento, reporte, automatización y entrega de cursos educativos, programas de capacitación o programas de aprendizaje y desarrollo.

## 2.1.2. Perspectivas de crecimiento

Según un estudio de Straits Research (2022)<sup>3</sup>, el tamaño del mercado de eventos virtuales a nivel mundial, se valoró en 110,21 mil millones de dólares en 2021 y se prevé que alcance los 617,33 mil millones de dólares en 2030. Se prevé una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 21,1% de 2022 a 2030 (figura 1).

---

<sup>1</sup> Imarc Group (2023) - Unified Communications Market Report by Component (Solution, Services), Product (On-premises, Hosted), Organization Size (Small and Medium-sized Enterprises, Large Enterprises), End User (Enterprises, Education, Government, Healthcare, and Others), and Region 2024-2032.

<sup>2</sup> Rodríguez, P. (2011) - “Content Delivery Network (CDN): Qué es, para qué sirve y por qué no rompe con la Neutralidad de la Red”. *Xataka Móvil*.

<sup>3</sup> Straits Research (2022) - Virtual Events Market Size, Share & Trends Analysis Report



Figura 1. Fuente: Straits Research (2022) - Virtual Events Market Size, Share & Trends Analysis Report.

Un estudio más reciente de IMARC (2024)<sup>4</sup> estima que el mercado global de eventos virtuales tendrá un crecimiento anual compuesto del 19,5% durante el período comprendido entre los años 2024 y 2032. Según la investigación, el mercado mundial de eventos virtuales se valoró en 171.400 millones de dólares en 2023 y se espera que el mercado alcance los 889.000 millones de dólares en 2032.

Por otra parte, el estudio de Mordor Intelligence (2023)<sup>5</sup> proyecta que el mercado de eventos virtuales alcance los 657,45 mil millones de dólares para el año 2029, con un crecimiento anual compuesto del 24,92% durante el período previsto (2024-2029), partiendo de una estimación de 216,12 mil millones de dólares en 2024.

De acuerdo con el informe de Mordor Intelligence, hay una fuerte competencia en el mercado de eventos virtuales debido a la presencia de diversos participantes tanto regionales como globales. En la industria, diversos proveedores ofrecen una amplia gama de soluciones y servicios para abordar diferentes aspectos de los eventos virtuales. Estas soluciones incluyen plataformas, software, servicios de streaming y herramientas de gestión.

<sup>4</sup> Imarc Group (2024) - Virtual Events Market Report

<sup>5</sup> Mordor Intelligence (2023) - Tamaño del mercado de eventos virtuales y análisis de participación tendencias de crecimiento y pronósticos (2024-2029)

## Tamaño del mercado de eventos virtuales

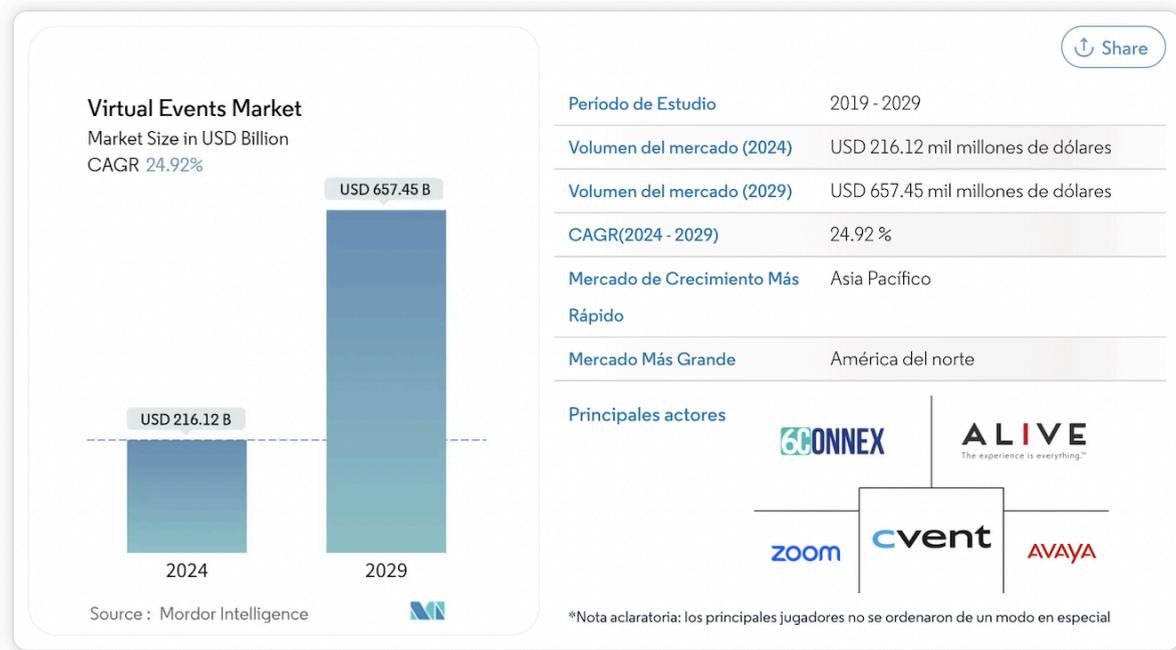


Figura 2. Fuente: Mordor Intelligence (2023) - Tamaño del mercado de eventos virtuales y análisis de participación tendencias de crecimiento y pronósticos (2024-2029)

### 2.1.3. Factores que han influenciado en el crecimiento del mercado

#### La pandemia

La pandemia de COVID-19 aceleró la adopción de eventos virtuales como alternativa a las grandes reuniones y viajes, lo que ha llevado a una mayor aceptación de esta modalidad. Según el estudio de Straits Research (2022)<sup>6</sup>, la pandemia ha impulsado enormemente el mercado global de la transmisión en vivo como una alternativa eficaz a eventos y presentaciones en persona.

#### Soluciones basadas en la nube

La adopción de soluciones basadas en la nube está en auge y está permitiendo ampliar el alcance de los contenidos de video. Las soluciones de streaming en la nube son plataformas que permiten crear, gestionar y distribuir contenidos utilizando tecnología en la nube en lugar de hardware físico. Según un artículo de Cinedeck (s./f.)<sup>7</sup>, estas soluciones tecnológicas incluyen sistemas de gestión de contenidos para organizar y buscar, herramientas de

<sup>6</sup> Straits Research (2022) - Virtual Events Market Size, Share & Trends Analysis Report

<sup>7</sup> Cinedeck (s./f.). - How Cloud Video Solutions are Transforming the Broadcast Industry

codificación para compatibilidad y calidad, y redes de distribución para alcanzar una audiencia global.

Las soluciones basadas en la nube permiten acceso desde cualquier lugar y dispositivo con conexión a Internet, facilitando la colaboración y la distribución global de contenidos. Además, ofrecen ahorro de costes al eliminar la necesidad de hardware costoso, mayor escalabilidad y seguridad mejorada gracias a centros de datos seguros.

### **Innovación tecnológica e inteligencia artificial**

Los avances tecnológicos, como la tecnología blockchain y la Inteligencia Artificial (IA), están mejorando la calidad de los contenidos de vídeo y contribuyendo al crecimiento del mercado. La innovación en tecnologías como el streaming de vídeo en 360 grados y la realidad virtual (RV) también están abriendo nuevas oportunidades en el mercado.

En general, los avances tecnológicos han simplificado la organización de eventos virtuales, con plataformas de videoconferencia confiables y herramientas de networking mejoradas. Las empresas aprovechan estas tecnologías para crear experiencias inmersivas e interactivas para sus audiencias. Además, la inteligencia artificial (IA) y el aprendizaje automático, permiten conectar rápidamente a la audiencia con intereses similares dentro de las plataformas de redes de eventos virtuales, optimizando el tiempo de interacción.

Un estudio de Informes de Expertos (2023)<sup>8</sup> indica que los avances tecnológicos impulsan cambios positivos en la industria de eventos, desde eventos virtuales e híbridos hasta software de gestión y aplicaciones móviles. Estas innovaciones atraen al público y mejoran la experiencia, impulsando la demanda de eventos y exposiciones.

### **Dispositivos multimedia**

El crecimiento del mercado se ve respaldado por la creciente demanda de dispositivos multimedia digitales, como teléfonos inteligentes y tabletas, que representan una parte significativa del mercado. Se espera que los televisores inteligentes también registren un crecimiento significativo, ya que ofrecen una experiencia completa de canales de televisión junto con servicios de streaming de vídeo como Netflix.

---

<sup>8</sup> Informes de Expertos (2023) - Industria Global de Eventos

## **Nuevas tendencias de aprendizaje en línea**

La pandemia mundial de COVID-19 también ha contribuido a la aceleración de la educación en línea, llevando consigo un aumento significativo en el uso de aplicaciones móviles para el aprendizaje remoto. Ante la necesidad de adaptarse a las restricciones de distanciamiento social y los cierres de escuelas, las aplicaciones móviles y las videoconferencias se convirtieron en una herramienta indispensable para estudiantes de todas las edades.

Por otra parte, la facilidad de acceso y la portabilidad de los dispositivos móviles han permitido que los usuarios accedan a contenido educativo en cualquier momento y lugar. Esto ha democratizado el acceso a la educación, especialmente para aquellos que viven en áreas remotas o con recursos limitados, según explica el artículo de Forbes (2023)<sup>9</sup>.

Además, las aplicaciones móviles ofrecen una amplia gama de funcionalidades que mejoran la experiencia de aprendizaje, como la interactividad, la personalización del contenido y el seguimiento del progreso del estudiante. Estas características han contribuido al crecimiento y la popularidad del aprendizaje en línea, transformando la forma en que se accede y se consume el conocimiento.

Estas tendencias han llevado a popularizar plataformas de tecnología educativa en línea como Coursera, Udemy y EdX, las cuales han impulsado el concepto de "aprendizaje permanente", que se perfila como una necesidad en un mundo donde la tecnología avanza rápidamente. Este enfoque requiere una actualización constante de habilidades, facilitada por nuevos modelos como el microaprendizaje y el nano-aprendizaje.

En resumen, las aplicaciones móviles y plataformas de educación en línea han sido un factor clave en la expansión del sector de la educación en línea, proporcionando métodos accesibles y flexibles para el aprendizaje remoto en un mundo cada vez más digitalizado.

## **Tendencia de eventos y reuniones virtuales en empresas**

La creciente adopción de eventos virtuales por empresas, es otro factor que está impulsando el mercado. Son altamente interactivos, con opciones de chat en vivo y descarga, y satisfacen la demanda de flexibilidad laboral y participación global. Se emplean para mejorar la lealtad a la marca, atraer clientes y gestionar contenidos y marketing en redes sociales, así como para cohesionar a los empleados y generar *employment branding*.

---

<sup>9</sup> Forbes (2023) - Estas son las cinco principales tendencias en educación de 2023

El uso cada vez mayor de eventos virtuales para ofrecer sesiones interactivas de alta calidad y aumentar la conciencia de marca también contribuye al impulso del mercado, según el estudio de IMARC (2024)<sup>10</sup>.

Además, los eventos virtuales proporcionan análisis detallados de datos que permiten a las empresas evaluar el éxito de sus eventos y tomar decisiones informadas. Estos datos incluyen la participación de los asistentes, la popularidad de las sesiones y las oportunidades de venta generadas en tiempo real.

Cabe destacar, que el crecimiento del mercado de eventos online también está siendo impulsado por la creciente adopción de plataformas de marketing digital, según el estudio de Straits Research (2022)<sup>11</sup>. En la última década, ha habido un aumento significativo en el número de eventos en los sectores del deporte, los juegos y el entretenimiento, así como un uso cada vez mayor de la tecnología para optimizar la gestión de eventos de principio a fin. Esta tendencia es un factor clave que impulsa el crecimiento del mercado.

### **Cambio en el comportamiento de los consumidores**

Cómo último factor influyente en el auge del mercado de eventos en línea se encuentra el cambio en el comportamiento y hábitos de los consumidores. Este cambio está estrechamente relacionado con los anteriores, siendo una consecuencia directa de los demás factores.

Si bien es cierto que la pandemia de COVID-19 actuó como un catalizador para acelerar este proceso, las estadísticas mencionadas anteriormente indican que la tendencia de consumir vídeos y eventos en línea perdurará y continuará en ascenso.

Además, considerando que las nuevas generaciones están creciendo inmersas en estas tendencias, es más creíble que los estudios mencionados predigan que tanto el consumo de eventos en línea como el mercado del streaming, se consoliden aún más con el tiempo. Así pues, las nuevas preferencias de los consumidores son el factor más determinante que respalda este crecimiento en el sector.

---

<sup>10</sup> Imarc Group (2024) - Virtual Events Market Report

<sup>11</sup> Straits Research (2022) - Virtual Events Market Size, Share & Trends Analysis Report

## 2.2. Tipología de eventos online

La creciente demanda de plataformas de comunicación impulsa el mercado, especialmente en sectores como educación, finanzas, sanidad y hostelería. El estudio de Straits Research (2022)<sup>12</sup> indica que el sector empresarial será el principal adoptante de eventos virtuales en el futuro, seguido de la sanidad.

Los eventos virtuales, incluyendo reuniones en línea, videoconferencias, videollamadas y chats en tiempo real, tienen una alta demanda. Por una parte, la telemedicina y las consultas médicas en línea han contribuido al crecimiento del mercado, especialmente debido a la pandemia. Por otra parte, se están popularizando las sesiones de entrenamiento y/o meditación en plataformas virtuales para satisfacer las diferentes necesidades de los usuarios.

En función del uso final, el mercado mundial de eventos virtuales puede dividirse en corporativo, educativo, sanitario, financiero y bancario, gubernamental y otros. Entre ellos, el sector corporativo muestra actualmente un claro dominio del mercado.

Dentro del dinámico mercado de eventos en línea y **enfocándonos en los cursos y talleres virtuales**, ciertas temáticas destacan con mayor prominencia:

- **Clases con profesores particulares en línea:** Actualmente, hay una gran oferta de clases en línea para el refuerzo de asignaturas. Esta oferta ha supuesto la creación de plataformas que abordan múltiples funcionalidades, como las clases en línea en la misma plataforma, pizarra digital, la posibilidad de compartir documentos, etc. Algunas de las empresas con este modelo de negocio son [Gostudent](#) o [Profe.com](#). Por otra parte, también existen plataformas que funcionan como marketplace de profesores en línea, como es el caso de [Tus clases particulares](#) o [Superprof](#).

Gracias al crecimiento de este tipo de negocios, ser profesor particular en línea se ha convertido en uno de los trabajos preferidos para aquellos estudiantes que quieren ganar un dinero extra.

- **Cursos en línea para aprender idiomas:** Del mismo modo que las clases de refuerzo, las clases de idiomas por internet también han tenido un considerable crecimiento. Las plataformas que han surgido a partir de esta tendencia, demuestran que tomar cursos en línea para aprender idiomas seguirá funcionando. Algunos casos de empresas dedicadas a ofrecer estos servicios son [Preply](#) o [Lingoda](#).

---

<sup>12</sup> Straits Research (2022) - Virtual Events Market Size, Share & Trends Analysis Report

- **Entrenadores y coaches en línea:** La integración de la tecnología también ha transformado el ámbito del bienestar, brindando plataformas sofisticadas que ofrecen asesoramiento en salud. Estos espacios digitales son fundamentales para conectar a profesionales de la salud con personas que buscan mejorar su bienestar, ofreciendo experiencias personalizadas basadas en datos y accesibilidad remota. Los programas virtuales han revolucionado el coaching de bienestar en línea, expandiendo las oportunidades para interacciones personalizadas sin eliminar el contacto personal.

Por otra parte, el entrenamiento personal en línea ha ganado popularidad como una alternativa para ejercitarse desde casa. La facilidad de acceso a Internet y diversas herramientas ha llevado a más personas a elegir el coaching a distancia para mejorar su bienestar físico y mental. Un ejemplo de ello son las plataformas reconocidas como [Better Naked Club](#) y [Workout Online](#), que ofrecen suscripciones para recibir entrenamientos grabados y personalizados, junto con acceso a recetas de alimentación.

- **Cursos creativos en línea:** la oportunidad de enseñar en remoto a otros a desarrollar su creatividad en diversas áreas ofrece un amplio abanico de posibilidades. Entre estas se encuentran la narración y escritura (incluyendo novelas, poemas y blogs), el dibujo, la ilustración y el arte digital, la producción audiovisual, la fotografía, las técnicas de interpretación, la composición musical, el diseño de interiores, así como la costura y el tejido.
- **Aprendizaje de habilidades:** Según el artículo de Forbes (2023)<sup>13</sup>, las competencias interpersonales, que incluyen habilidades como comunicación, trabajo en equipo, pensamiento creativo y resolución de problemas interpersonales, son esenciales en un mundo donde la IA asumirá muchas tareas técnicas. Estas habilidades humanas serán cada vez más valoradas por los empleadores y la industria. Esto ha provocado que se impulse el crecimiento de cursos en línea para adquirir habilidades blandas o “*soft skills*” el término en inglés. Por otra parte, tal y como cuentan en el artículo del periódico digital RRHHDigital<sup>14</sup>, la formación online no solo ofrece flexibilidad, sino también acceso a programas especializados en diversos sectores. Desde marketing digital hasta gestión de proyectos, estos cursos te permiten adquirir habilidades altamente demandadas en el mercado laboral actual. Estos cursos se venden con el objetivo de prepararse para ascender en tu trabajo actual, cambiar de sector

---

<sup>13</sup> Forbes (2023) - Estas son las cinco principales tendencias en educación de 2023

<sup>14</sup>RRHH Digital (2023) - Desarrollo profesional a través de la formación online: tendencias y oportunidades.

profesional o incluso emprender tu propio negocio con éxito en un mercado digitalizado.

## 2.3. El mercado de streaming de vídeo en la nube

La pandemia del COVID-19 desencadenó un aumento en la demanda de servicios de streaming de vídeo y entretenimiento en línea, con un aumento del 10% en el número de espectadores. Según el informe de Grand View Research (2023)<sup>15</sup>, esto ha impulsado el crecimiento del mercado global de streaming de vídeo, valorado en 106,83 mil millones de dólares en 2023 y con una proyectada tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 21,5% de 2023 a 2030. Según este informe, **el streaming en directo lideró el mercado con un 62.28% de ingresos durante el 2023**, impulsado por la creciente demanda de dispositivos multimedia y acceso rápido a Internet. Factores como la diversidad de contenidos, la ausencia de publicidad y la visualización móvil también contribuyeron a su éxito. Además, continúan surgiendo aplicaciones disruptivas que transforman sectores existentes y crean nuevos mercados.

**Para sostener streamings simultáneos** de manera eficiente y escalable, **es necesario considerar servidores de medios (media servers) o servicios de streaming en la nube** que puedan manejar múltiples conexiones de usuarios de forma simultánea. El presente proyecto busca crear un negocio que planea escalar, por lo que necesita una solución de streaming que pueda adaptarse al crecimiento del número de usuarios y la demanda de contenido. Las opciones basadas en la nube suelen ser más adecuadas ya que **ofrecen escalabilidad automática**, lo que significa que pueden ajustar dinámicamente los recursos de acuerdo con la carga de trabajo en tiempo real, sin necesidad de que el usuario gestione la infraestructura subyacente. Entre las principales empresas líderes en el mercado de streaming de vídeo con la mayor cuota de mercado se encuentran, Akamai Technologies, Amazon Web Services, Inc., Apple Inc., Cisco Systems, Inc., Google LLC, Kaltura, Inc., Netflix, Inc., International Business Machine Corporation (IBM Cloud Video), Wowza Media Systems, LLC y Hulu.

### Tipos de streaming de video

El mercado de streaming de video, se divide en dos categorías principales, tomando como referencia el estudio de mercado de streaming que facilita Grand View Research (2023).

#### **Transmisión de vídeo en directo y transmisión no lineal.**

---

<sup>15</sup> Grand View Research (2023) - Video Streaming Market Size To Reach \$416.84 Billion By 2030

- La **transmisión en directo** implica la visualización de contenido en tiempo real a través de una conexión a Internet, siendo especialmente relevante para eventos deportivos y musicales.
- Por otro lado, la **transmisión no lineal**, o vídeo a la carta, permite la visualización de contenido en cualquier momento, sin necesidad de estar en directo. Se espera que ambas categorías experimenten un crecimiento significativo en los próximos años, con un enfoque particular en el vídeo a la carta debido a su comodidad y la popularidad de las series.

Sin embargo, **estas dos modalidades son complementarias**, por lo que la creación de eventos virtuales está ganando popularidad debido a la posibilidad de reutilizar sesiones grabadas en el futuro.

### 2.3.1. Modelos de financiación de servicios OTT

Los servicios OTT, es decir, los servicios de libre transmisión de contenido, suelen financiarse a través de sistemas de suscripción o mediante la inclusión de publicidad en ellos. Tomando como referencia el reportaje de Adsl Zone (s.f.).<sup>16</sup>, los diferentes modelos de financiación ha llevado a clasificar los servicios OTT en tres categorías principales:

En primer lugar, están los **servicios de suscripción (SVOD)**, donde los usuarios pagan una cuota periódica, generalmente mensual, para acceder al contenido. Ejemplos populares incluyen Spotify, Netflix, Disney + y HBO Max.

Por otro lado, están los **servicios respaldados por publicidad (AVOD)**, donde el acceso al contenido es gratuito, pero los usuarios deben ver anuncios publicitarios durante la reproducción del contenido. Entre los servicios AVOD se encuentran Tubi, VEVO y PlutoTV.

Finalmente, están los **servicios OTT transaccionales (TVOD)**, donde el acceso a la plataforma es gratuito, pero los usuarios deben comprar o alquilar contenido específico.

En 2022, el **modelo de suscripción** fue el principal generador de ingresos en el mercado de streaming de vídeo, según el informe de Grand View Research (2022)<sup>17</sup>, consiguiendo más del 44,5% de la cuota de mercado. Este crecimiento se atribuye al aumento global de suscripciones a servicios de streaming.

---

<sup>16</sup>Adsl Zone (s.f.). - Servicios OTT en España y todo lo que debes saber de ellos.

<sup>17</sup> Grand View Research. (2023). Video Streaming Market Size, Share & Trends Analysis Report

## 2.4. El auge de la formación y educación en línea

En los últimos años, la formación en línea ha experimentado un notable crecimiento, tanto en la demanda como en la oferta de cursos disponibles. Promover cursos en línea se ha vuelto común debido a la conveniencia que ofrecen, permitiendo a los usuarios estudiar desde casa o cualquier ubicación (Web del Maestro, 2023)<sup>18</sup>.

Se espera que el aumento del uso de vídeos en la formación corporativa y el impacto del streaming de vídeo en la educación impulsen el crecimiento del mercado en la formación online, también llamada “e-Learning”. Según estadísticas publicadas en Skill Scouter (2023)<sup>19</sup>, la industria del e-Learning ha experimentado un **incremento del 900% desde el año 2000**. La mayor parte de esta industria se concentra en los Estados Unidos y Europa, representando conjuntamente el 70% del mercado mundial del e-Learning.

Además, estadísticas publicadas en Statista (2023)<sup>20</sup> afirman que **España se situó en la cuarta posición** del ranking del porcentaje de población por países de la Unión Europea que **han consumido cursos online en el 2022**. Según las estadísticas, España cuenta con más del 25% de habitantes formándose vía Internet.

### **Herramientas y tecnologías para la formación en línea**

Las nuevas tecnologías están revolucionando la educación y la formación laboral al optimizar el proceso de aprendizaje. Según un artículo publicado en ITC (2023)<sup>21</sup>, estas herramientas facilitan el acceso a diversos contenidos y recursos educativos, promoviendo la interacción entre docentes y estudiantes y fomentando el aprendizaje colaborativo. Además, permiten la personalización de la enseñanza para adaptarse a las necesidades individuales de cada estudiante, lo que promueve un aprendizaje más efectivo y estimula el desarrollo de habilidades digitales.

Estas son algunas de las nuevas tecnologías más destacadas que están revolucionando la educación y formación en línea:

**Aprendizaje móvil y microaprendizaje:** Combina la división de contenidos en pequeñas partes con el acceso a recursos educativos en cualquier momento y lugar, optimizando así la retención y la flexibilidad de estudio.

---

<sup>18</sup> Web del Maestro (2023) - El auge de la formación online.

<sup>19</sup> Skill Scouter (2023) - 79+ Staggering Online Learning Statistics! (All You Need To Know!)

<sup>20</sup> Statista (2023) - Porcentaje de población que ha usado Internet para realizar cursos online en la Unión Europea

<sup>21</sup> Instituto tecnológico del cantábrico (ITC) (2024) - Tecnologías en auge para la Formación Continua en 2024

**Realidad aumentada y virtual:** Estas tecnologías ofrecen experiencias interactivas e inmersivas que mejoran la comprensión y la práctica de habilidades, siendo cada vez más populares en la educación y la formación profesional.

**Inteligencia artificial y personalización del aprendizaje:** La IA facilita la personalización del aprendizaje adaptándolo a las necesidades individuales de cada estudiante, incluso mediante chatbots para resolver dudas.

**Big Data en la formación:** El análisis de grandes cantidades de datos permite identificar patrones y tendencias, optimizando el proceso educativo para todas las partes involucradas.

**Análisis predictivo para cursos personalizados:** Utilizando datos sobre el rendimiento y las preferencias de los estudiantes, se pueden crear cursos específicos y recomendaciones de estudio individualizadas.

**Seguimiento y mejora del rendimiento del aprendizaje:** El Big Data permite un seguimiento detallado del progreso de los estudiantes, incluyendo notas, tiempos de estudio, y rendimiento en diferentes materias, proporcionando información valiosa para mejorar los resultados educativos.

# 3.

# INTRODUCCIÓN

## 3. Introducción

El presente proyecto del trabajo final de máster está centrado en conceptualizar un marketplace de cursos y talleres en línea. A partir del análisis de las fuentes bibliográficas y la elaboración del marco teórico, se han identificado diversas oportunidades para destacar en un mercado en crecimiento, centrado en eventos y formación en línea.

### 3.1. Justificación del proyecto

La justificación del presente proyecto se fundamenta en las siguientes oportunidades:

1. **Enfoque exclusivo en eventos en línea:** A diferencia de otros negocios similares, el proyecto se centra únicamente en eventos en línea. Esto nos permite ofrecer una mayor variedad de eventos en una sola plataforma, lo que resulta atractivo para los usuarios en busca de diversas experiencias virtuales.
2. **Facilidades para vendedores y promotores:** El sitio web del marketplace proporciona herramientas y recursos para aquellos que deseen vender y promocionar sus eventos y servicios. Esta combinación de facilidades junto con la variedad de cursos y talleres en línea disponibles facilita el crecimiento de la comunidad tanto para los proveedores como para los usuarios. Los proveedores de eventos o formaciones en línea se sentirán atraídos por la oportunidad de formar parte de la plataforma sin necesidad de promocionar sus servicios, mientras que los usuarios encontrarán más fácilmente cursos y talleres que se adapten a sus intereses y necesidades.
3. **Espacio de referencia para cursos y talleres en línea:** El objetivo es convertir el marketplace en el principal espacio de referencia para la comercialización de cursos y talleres online. Se buscará satisfacer la creciente demanda de eventos virtuales y del mercado e-Learning y ofrecer una plataforma integral para organizadores y participantes.
4. **Crecimiento de formadores independientes en línea:** La creciente competencia en el ámbito de las formaciones en línea exige un esfuerzo considerable en promoción. La plataforma ofrece una solución eficaz al proporcionar un espacio dedicado a profesores o instructores que busquen vender sus cursos en línea.

## 3.2. Alcance del proyecto

El objetivo de este trabajo final de máster es la conceptualización y diseño de un prototipo de sitio web para un **marketplace de talleres en línea que combine clases en vivo y cursos pregrabados**. En este proyecto, se da prioridad a la creación de wireframes y **prototipos para la versión desktop**, considerando la complejidad y funciones que requiere la interfaz de clases online. De esta forma, se prioriza el estudio y diseño de una experiencia de usuario óptima y adecuada para participar en los talleres.

Aunque el desarrollo final del proyecto no está contemplado, se han incluido las fases completas del desarrollo en la planificación del proyecto, lo que abarca desde la conceptualización hasta el lanzamiento y promoción del mismo.

Existen **dos públicos diferenciados para este proyecto**, los que publican los cursos y talleres en línea en la plataforma (**instructores**) y los que compran y consumen los cursos (**usuarios finales**). En el presente proyecto, se ha decidido acortar el target para **enfocar el prototipado a las necesidades e intereses de los usuarios que van a consumir los talleres y cursos**. Así pues, el test de usuarios sí que irá únicamente dirigido al público consumidor final. Sin embargo, al tratarse de talleres y cursos de múltiples temáticas, también existe una gran variedad de públicos debido a los diferentes intereses temáticos, lo que aumenta los segmentos del target. Para realizar una óptima prueba de usuarios, se ha decidido abordar una muestra concreta de temáticas de interés, con la idea de aumentarlo a más temáticas en fases posteriores del proyecto.

## 3.3. Objetivos

### **Objetivo General**

*Diseñar y conceptualizar un marketplace para cursos y talleres en línea, con el propósito de facilitar la promoción, creación y venta de talleres y cursos en línea con funcionalidades seleccionadas tras el análisis de las necesidades de los diferentes públicos objetivos y de los diversos referentes existentes en el mercado.*

### **Objetivos específicos**

- Realizar una investigación de mercado para detectar las oportunidades y localizar insights que permitan definir el proyecto.

- Analizar sitios web referentes para detectar buenas prácticas para el marketplace de cursos y talleres en línea.
- Realizar un estudio del comportamiento de los usuarios y preferencias del público objetivo para adaptar la propuesta del prototipo a sus necesidades.
- Definir las funcionalidades óptimas para el servicio de talleres en línea y diseñar la arquitectura de la información de la interfaz.
- Diseñar la identidad visual de la marca.
- Diseñar wireframes de baja fidelidad y una propuesta de prototipo final.
- Realizar un test de usuarios para analizar posibles mejoras en el prototipo con el fin de mejorar el diseño y la experiencia de usuario de las principales pantallas.
- Diseñar un plan de marketing digital abarcando canales orgánicos y canales de pago (SEO y SEM).
- Definir los indicadores clave para evaluar el rendimiento del marketplace y establecer posibles mejoras.
- Realizar una planificación definiendo las fases, tiempos y recursos que se requieren para llevar a cabo el proyecto.



**4.**

# **METODOLOGÍA**

## 4. Metodología

### 4.1. Revisión bibliográfica

Para el correcto desarrollo del proyecto se ha recopilado información de estudios, tendencias, casos de uso, y ejemplos relevantes en el ámbito de los marketplace o sitios web de talleres y cursos en línea.

La revisión bibliográfica se ha utilizado para conocer en profundidad las tendencias y la evolución del mercado de cursos en línea, así como para establecer un pensamiento crítico y objetivo sobre los sitios webs que ofrecen clases en línea y sus modelos y métodos de monetización. También se han investigado los requisitos técnicos para el desarrollo del sitio web, incluyendo la elección del servidor de streaming y otras tecnologías.

Todas las fuentes se podrán consultar en el [apartado 13. Bibliografía](#).

### 4.2. Benchmarking

Con el fin de conceptualizar y diseñar una plataforma de marketplace alineada con los intereses de los diferentes públicos objetivos que consumen cursos y talleres en línea, se ha realizado un estudio de otras páginas web referentes para analizarlas y detectar buenas prácticas. Se ha examinado su funcionamiento y características clave, así como los contenidos y patrones de diseño utilizados en la oferta de talleres en línea.

Se ha evaluado la arquitectura de la información y las funcionalidades que ofrecen, con el objetivo de extraer mejores prácticas para el uso de funciones como pueden ser el filtrado de talleres por tema, fecha, instructor, etc.

También se ha analizado el diseño de la interfaz de cada competidor para valorar la usabilidad y accesibilidad de los sitios web y recoger los patrones de diseño centrado en el usuario.

Por otra parte, al tratarse de una nueva marca, también se realiza un análisis de referentes para conocer su propuesta de valor, el posicionamiento y la cuota del mercado.

### 4.3. Análisis de usuarios

Se ha realizado una encuesta a usuarios de diferentes edades e intereses a través de Google Forms para conocer sus preferencias a la hora de consumir cursos, clases o talleres en línea.

## 4.4. Business Model Canvas

“Business Model Canvas” es una herramienta que permite visualizar y diseñar de manera clara y concisa el modelo de negocio. Se trata de nueve bloques que representan aspectos clave del negocio, incluyendo segmentos de clientes, fuentes de ingresos, recursos, actividades y socios clave y estructura de costos.

Se ha elaborado la definición del modelo de negocio con la herramienta Canvas para conseguir plasmar con claridad lo que el negocio de nueva creación ofrece al mercado, cómo se hará, a quién va dirigido, cómo se venderá y cómo se generarán ingresos.

## 4.5. DAFO

Se ha escogido el análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) como herramienta estratégica para evaluar la situación interna y externa del proyecto planteado.

El análisis DAFO lo usamos para identificar factores que pueden influir en el éxito o fracaso del sitio web, permitiendo desarrollar estrategias adaptadas a las circunstancias del entorno y las capacidades internas. Maximizando las fortalezas y oportunidades y minimizando las debilidades y amenazas.

## 4.6. Card Sorting

La técnica de investigación Card Sorting ha sido escogida para detectar cómo los usuarios perciben y organizan la información y proponer la arquitectura de la información del sitio web. Se trata de una técnica centrada en conocer cómo escogen agrupar y estructurar los contenidos.

A partir del resultado, se ha definido la primera versión de la arquitectura de la información alineada con las expectativas de los usuarios.

## 4.7. Herramientas para el desarrollo del prototipado

Por una parte, se ha escogido [Balsamiq](#) como herramienta para el desarrollo de los wireframes de baja fidelidad. Y para simular los flujos de navegación, realizar un prototipo interactivo y desarrollar el diseño final se ha utilizado [Figma](#), herramienta que facilita la creación de mockups más aproximados al resultado final.

De esta manera, el prototipo refleja la experiencia del usuario, incluyendo la navegación, el proceso de compra y la interacción con los diferentes elementos de las páginas.

Se ha centrado en el flujo que siguen los usuarios que compran cursos y talleres en línea, diseñando interfaces de usuario intuitivas y atractivas que faciliten la búsqueda y compra de talleres.

## **4.8. User personas y escenarios**

Tras identificar las necesidades y preferencias del público objetivo, se han definido los escenarios y personas para posteriormente concretar la manera de llegar a los usuarios.

Se han definido los dos perfiles de usuario que interactuarán con el marketplace: los usuarios que visitan y compran talleres y los instructores que imparten talleres dentro de la plataforma. Sin embargo, tal y como se menciona en el alcance del proyecto, se ha estudiado solamente el perfil del consumidor final, considerando las funcionalidades más demandadas por su parte.

## **4.9. Test de usuarios**

Tras crear la propuesta del prototipo de las diferentes pantallas principales, se ha realizado una prueba de usuarios para identificar áreas de mejora. Se han seleccionado 3 usuarios representando diferentes perfiles que se han definido previamente en el apartado del público objetivo. Las tareas planteadas en el test de usuarios, sirven para comprobar la usabilidad y facilidad para navegar por las pantallas así como para definir las mejoras en los flujos de usuario que guíen desde la navegación inicial hasta la compra de un taller.

Posteriormente a la consecución de tareas, se ha entregado una última pregunta para conocer el NPS, (Net Promoter Score), un indicador clave para conocer la satisfacción de los usuarios que mide las probabilidades de que un usuario recomiende un servicio o producto.

## **4.10. Diagrama de Gantt**

El diagrama de Gantt ha sido escogido para representar las fases y tareas del proyecto desde la investigación inicial hasta el lanzamiento y difusión del marketplace. Se han tenido en cuenta los plazos y los recursos humanos y materiales.

**5.**

## **ANÁLISIS EXTERNO**

## 5. Análisis externo

### 5.1. Formatos para la formación en línea

El mercado de la formación en línea presenta diversos formatos a la hora de impartir lecciones. Es importante considerar los siguientes conceptos y los formatos que están siendo utilizados para el aprendizaje en línea antes de abordar un análisis más detallado de los referentes.

- **Sesiones en vivo:** Son transmisiones en tiempo real donde los participantes pueden interactuar con el instructor a través de chat, preguntas y respuestas en directo, encuestas u otros.
- **Webinars:** Similar a las sesiones en vivo, los webinars son presentaciones en línea que pueden incluir una combinación de audio, video y presentaciones de diapositivas. A menudo, los participantes pueden hacer preguntas al final de la presentación. Se pueden usar plataformas como [Zoom](#), [Google Meet](#) o [Microsoft Teams](#) para organizar e impartir webinars.
- **Cursos grabados:** Los cursos pregrabados ofrecen a los participantes la flexibilidad de aprender a su propio ritmo y en el momento que más les convenga. A menudo vienen con material adicional para descargar, como documentos de lectura o ejercicios prácticos. Se pueden crear videos tutoriales o lecciones y alojarlos en plataformas como YouTube, Vimeo o en un sitio web propio.
- **Plataformas de clases particulares en línea:** Existen dos modalidades principales. La primera ofrece sesiones individuales directamente integradas en la plataforma, como es el caso de [GoStudent](#) o [Preply](#). La segunda se enfoca en un modelo de marketplace, donde la plataforma actúa como intermediaria para conectar a los estudiantes con profesores particulares de diversas áreas. Sin embargo, en esta modalidad, las clases no se realizan dentro del mismo sitio web. Ejemplos de plataformas de este tipo incluyen [Superprof](#) y [Tusclasesparticulares](#).
- **Clases en vivo a través de redes sociales:** Transmisión en vivo a través de Facebook Live, Instagram Live o YouTube Live. Interactúan con los estudiantes en tiempo real y responden a sus preguntas.
- **Juegos educativos y cuestionarios interactivos:** Herramientas como [Kahoot](#), [Quizz](#) o [Jeopardy](#) para hacer que el aprendizaje sea divertido y participativo.

- **Plataformas de gestión del aprendizaje (LMS):** Utilizan sistemas como [Moodle](#) o [Blackboard](#) para organizar y administrar los cursos en línea.
- **MOOC:** Un curso online masivo y abierto (MOOC) es un tipo de curso en línea que ofrece educación a través de internet a un gran número de participantes. Estos cursos son impartidos por expertos en el tema y suelen ser gratuitos o de bajo coste.

## 5.2. Selección de referentes

El análisis de referentes desempeña un papel crucial en la comprensión del panorama actual y las tendencias dentro de un sector específico. En el contexto del proyecto de creación de un marketplace de cursos y talleres en línea, es esencial examinar los diversos modelos de negocio adoptados por las plataformas existentes en el mercado.

El análisis de referentes del proyecto **se ha dividido en competidores indirectos y directos**. Se han investigado todos los competidores mencionados para extraer buenas prácticas. Sin embargo, **para un análisis más detallado y mayor recopilación de buenas prácticas**, se han seleccionado **tres referentes principales** que se encuentran en el apartado del [5.3. benchmarking](#).

### 5.2.1. Competencia directa

A continuación, se presentan los negocios que ofrecen servicios similares, abordando la intención de búsqueda de crear y/o comprar cursos y talleres en línea.

#### **Principales competidores directos**

- **Udemy:** Una de las plataformas más grandes de cursos en línea, que ofrece una amplia variedad de temas, desde desarrollo de software y negocios hasta arte y música. Aunque no ofrece transmisiones en vivo, es líder en cursos en línea con una amplia diversidad de temas y profesores.
- **Coursera:** Ofrece cursos de universidades y organizaciones de renombre, abarcando una amplia gama de temas académicos, profesionales y técnicos. Aunque no cuenta con transmisiones en vivo, proporciona grados, certificados y cursos en línea gratuitos en colaboración con más de 260 instituciones líderes.

- **edX:** Similar a Coursera, ofrece cursos en línea gratuitos de instituciones académicas prestigiosas como Harvard y MIT.
- **Skillshare:** Una comunidad de aprendizaje en línea centrada en clases creativas y prácticas, como diseño, ilustración, fotografía y marketing. En su sitio web mencionan una versión beta que redirige a Eventbrite, una plataforma para experiencias en vivo.
- **MasterClass:** Plataforma de aprendizaje en línea que ofrece clases magistrales impartidas por expertos en diversas áreas. Destaca por el valor añadido de sus expertos en cada campo, abarcando una variedad de temas como escritura, interpretación, cocina y música.
- **Domestika cursos:** Se especializa en cursos creativos, como diseño gráfico, ilustración y fotografía, creando una gran comunidad de creativos.
- **Aprender Gratis:** Plataforma de enseñanza virtual que agrega una amplia variedad de recursos educativos, principalmente en formato de clases grabadas.
- **Formación Online:** Funciona como un repositorio de cursos grabados, ofreciendo una amplia selección de temas y disciplinas para el aprendizaje en diferentes áreas.
- **Teachlr:** Plataforma de aprendizaje en línea con funcionalidad para clases en vivo que ofrece una amplia variedad de temas y clases en tiempo real, funcionando como un marketplace donde los usuarios pueden buscar y comprar cursos en línea.

Por otra parte, cabe destacar que existen sitios web de cursos en línea que imparten clases en línea especializadas en temáticas concretas, como por ejemplo:

- **Cursos de yoga**
- **Clases deportivas**
- **Cursos de cocina**
- **Cursos creativos**
- **Cursos tecnológicos**

### 5.2.2. Competencia indirecta

Aunque no compiten directamente, existen alternativas que pueden satisfacer necesidades similares de manera diferente. Estos competidores indirectos son valiosos referentes, ya que

ofrecen soluciones alternativas a las mismas necesidades que nuestra plataforma, y nos permiten analizar sus estrategias, propuestas de valor y enfoques para aprender de buenas prácticas y diferenciarnos de manera efectiva.

En este apartado, se destacan los negocios que abordan las necesidades de los dos tipos de público objetivo definidos en el proyecto, instructores y usuarios finales. Además, **algunos de estos referentes podrían considerarse para establecer alianzas estratégicas** que faciliten la entrada del marketplace en el mercado.

Para comprender adecuadamente los diferentes tipos de referentes, hemos dividido a los competidores indirectos en las siguientes categorías:

### **Plataformas de gestión de eventos**

Pueden servir para crear los cursos y talleres en línea. Algunos ejemplos son:

- [Eventbrite](#): Reconocida por su versatilidad en la organización de eventos de todo tipo, Eventbrite también ofrece herramientas para la creación y promoción de cursos en línea. Su plataforma intuitiva facilita la planificación y gestión de eventos virtuales, brindando a los creadores de contenido la oportunidad de lanzar sus cursos en línea.
- [Airbnb Online Experiences](#): Como una extensión de su plataforma de alojamiento, Airbnb ofrece experiencias en línea que permiten a los anfitriones compartir sus conocimientos y habilidades con una audiencia global. Esta plataforma ofrece también la oportunidad de crear y alojar cursos y talleres virtuales, aprovechando la reputación y la red global de Airbnb para llegar a nuevos usuarios.

### **Plataformas de gestión de aprendizaje (LMS)**

Se trata de plataformas SaaS (Software as a Service) diseñadas para crear y vender cursos en línea.

- [Thinkific](#): Aunque no ofrece una funcionalidad integrada para clases en vivo, algunos instructores utilizan herramientas externas para ofrecer clases en directo. Los cursos en directo pueden ser listados y vendidos en la misma plataforma, redirigiendo a los estudiantes a herramientas externas para acceder a las clases en vivo.

- [Teachable](#): Similar a Thinkific, no cuenta con funcionalidades integradas para clases en vivo, pero algunos instructores utilizan herramientas externas como Zoom o Google Meet para ofrecer clases en tiempo real a través de sus cursos en Teachable.
- [Kajabi](#): Plataforma todo en uno que ofrece la capacidad de crear, almacenar e impartir clases en vivo, permitiendo a los instructores programar y ofrecer clases en tiempo real a sus estudiantes.

### **Servicios de videoconferencia para impartir clases en vivo**

- [Zoom, Google Meet, Adobe Connect, Cisco Webex y BigBlueButton](#): Aunque no son específicamente plataformas de cursos en línea, estas herramientas de videoconferencia son utilizadas para impartir clases en vivo. Ofrecen funciones avanzadas para la organización de seminarios web y clases en línea en tiempo real, facilitando la interacción entre instructores y estudiantes. Además, algunos de los referentes mencionados en la competencia directa a menudo utilizan estas herramientas externas con el fin de ofrecer también clases en vivo dentro de sus sitios web.

## **5.3. Benchmarking**

Tras explorar una amplia gama de referentes directos e indirectos en el mercado de cursos y talleres en línea, se ha realizado un análisis detallado de tres sitios web competidores que destacan por su relevancia en el sector. Para este estudio, se han excluido aquellos competidores que se enfocan exclusivamente en cursos gratuitos, centrándonos en plataformas que ofrecen una combinación de cursos gratuitos y de pago, alineándose con el modelo de negocio propuesto.

Dado que el mercado ofrece diversos modelos de negocio, es crucial analizar y adoptar las mejores prácticas de las plataformas existentes que más se asemejan en términos de modelo de negocio, público objetivo y tipo de contenidos. De este modo, se han seleccionado plataformas que facilitan la venta de cursos y clases dentro de un mismo portal, acorde con el enfoque del proyecto.

Por otra parte, el análisis se ha limitado a la experiencia del usuario final, sin considerar la perspectiva del proveedor e instructor de cursos.

Los referentes seleccionados para el benchmarking son los siguientes:

- **Udemy**<sup>22</sup>, elegido como referente de marketplace debido a su liderazgo en el sector de cursos en línea.
- **Domestika**<sup>23</sup>, elegido por su reconocimiento a nivel nacional y seleccionado por sus características distintivas, como la oportunidad de participar en una red de creativos con opciones de networking.
- **Teachlr**<sup>24</sup> ha sido seleccionado como uno de los competidores para el análisis del proyecto debido a su enfoque en la oferta de clases en línea integradas en su plataforma. Al considerar Teachlr, se espera obtener información valiosa sobre cómo una plataforma similar ofrece cursos y clases en línea de múltiples temáticas.

Se han examinado los modelos de negocio, funcionalidades, diseño, integraciones de pago, y experiencia de usuario de estas plataformas, así como sus estrategias de promoción y captación de estudiantes. Este estudio ha permitido identificar las mejores prácticas y áreas de mejora clave para el desarrollo del marketplace.

### 5.3.1. Udemy

Udemy, con sede en San Francisco (Estados Unidos) y fundada en 2010, se ha establecido como la plataforma líder en e-Learning, según el artículo de Skill Scouter (2023)<sup>25</sup>. Con más de 20.000 creadores de contenido y 12 millones de estudiantes, Udemy ha alcanzado un nivel de popularidad incomparable en el ámbito del aprendizaje electrónico.

Esta **plataforma de aprendizaje en línea ofrece una amplia selección de más de 213.000 cursos en línea** y ha llegado a un público de más de 62 millones de estudiantes en todo el mundo. La razón principal por la cual se selecciona Udemy como referente para este proyecto radica en su funcionamiento, que guarda similitud con el prototipo que se pretende desarrollar: un marketplace donde los usuarios pueden acceder a una amplia variedad de ofertas, desde cursos gratuitos hasta programas completos de formación. Ofrece una amplia variedad de temas, desde programación hasta marketing, ciencia de datos y más.

---

<sup>22</sup> <https://www.udemy.com/>

<sup>23</sup> <https://www.domestika.org/es/courses>

<sup>24</sup> <https://teachlr.com/>

<sup>25</sup> Skill Scouter (2023) - 79+ Staggering Online Learning Statistics! (All You Need To Know!)

La plataforma emplea principalmente un formato de cursos en vídeo bajo demanda (VOD), proporcionando flexibilidad en el acceso a los contenidos. Además, los estudiantes tienen la oportunidad de prepararse para certificaciones reconocidas por la industria, lo que añade un valor adicional a su experiencia de aprendizaje.

Con opciones de planes de suscripción, para equipos y para empresas, Udemy se adapta a las necesidades de diferentes tipos de usuarios. Los planes para equipos y empresas incluyen funcionalidades avanzadas como análisis e informes de adopción, lo que hace que Udemy sea una opción atractiva tanto para el aprendizaje individual como para la formación corporativa.

### **Propuesta de valor**

El sitio web de Udemy se caracteriza por su enfoque en la variedad de cursos, la personalización y la facilidad de uso. Los usuarios pueden encontrar cursos relevantes, aprender a su propio ritmo y **acceder a herramientas prácticas para el desarrollo profesional**. Además, Udemy abarca una gran parte del mercado de formación empresarial, ofreciendo planes y amplias opciones para satisfacer las necesidades de individuos y organizaciones.

En cuanto al posicionamiento de marca, Udemy se presenta como un impulsor del empoderamiento a través del aprendizaje, ofreciendo a los estudiantes la oportunidad de avanzar en sus carreras con **más de 7.000 cursos y certificaciones profesionales**.

### **Análisis del sitio web**

#### ➤ **La cabecera:**

**La cabecera** del sitio web de Udemy brinda una experiencia de navegación intuitiva y accesible. Por una parte, el logotipo de Udemy, situado en la esquina superior izquierda, funciona como un enlace directo, facilitando el retorno a la página de inicio desde cualquier otra sección del sitio. Situado justo al lado del logotipo, encontramos el **menú de navegación principal desplegable** (figura 3). Cuando pasamos el cursor por encima de "Categorías" se despliega el menú ofreciendo hasta **tres niveles de navegación**, lo cual permite a los usuarios explorar fácilmente las distintas categorías y subtemáticas de cursos. Han dedicado el espacio del menú de navegación exclusivamente a las diversas temáticas de cursos, lo que refuerza la impresión de que se trata de una tienda en línea que ofrece una amplia gama de

cursos. Esta organización por categorías ayuda a los usuarios a encontrar rápidamente cursos que se alineen con sus intereses y necesidades de aprendizaje.

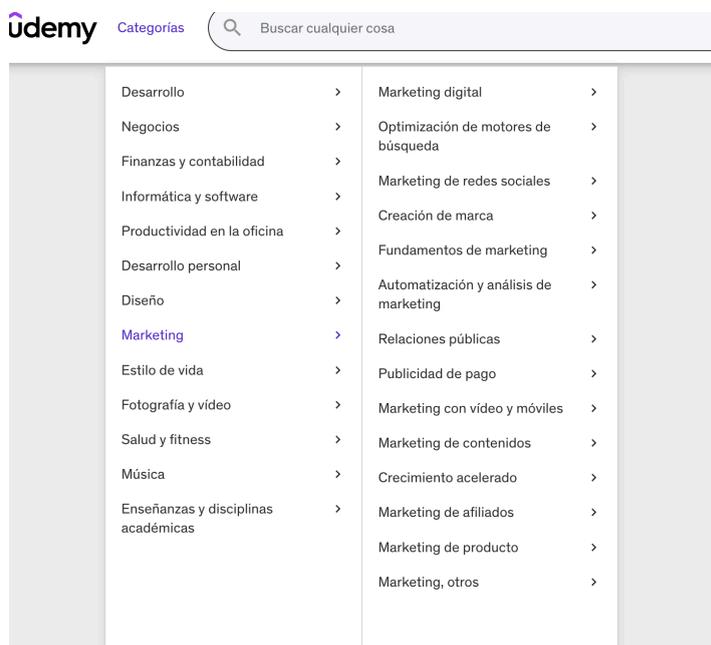


Figura 3: Menú principal desplegable del sitio web *Udeemy*

Además de la navegación por categorías, Udeemy ofrece la opción de buscar cursos específicos a través de la **barra de búsqueda**. Esta barra, que es parte de la cabecera, permite a los usuarios acceder directamente a cursos particulares que puedan estar buscando o explorar aún más las opciones disponibles en la plataforma.

En la cabecera también se destacan las opciones "Udeemy Business" y "Enseña en Udeemy", dirigidas a empresas y a instructores que desean crear y vender cursos en la plataforma. A la derecha, se encuentran el **acceso al carrito de compras, representado por un icono de cesta**, y los **botones para iniciar sesión y registrarse**, destacados en negro para enfatizar la opción de registro.

Es importante señalar que, **al hacer scroll por la página, la cabecera desaparece**, lo que **puede dificultar el acceso rápido a la navegación principal**. Sería beneficioso que el logo y el menú global permanecieran visibles y accesibles para mejorar la experiencia de usuario y facilitar la navegación.

#### ➤ **Página de inicio:**

Justo debajo de la cabecera, encontramos el **primer módulo formado por un carrusel giratorio** que ocupa todo el ancho de pantalla. Para navegar de una sección a otra, es necesario hacer clic en las flechas situadas en cada extremo para avanzar.

Las diapositivas presentan **taglines que refuerzan los valores diferenciales** de la marca, destacando la importancia de adquirir habilidades relevantes para el presente y el futuro laboral, con frases como “Un aprendizaje interesante”, “Consigue las habilidades que necesitas para lograr tus objetivos y garantizar la competitividad”, o como podemos ver en la figura 4, "Habilidades para todo y todos".

Cabe destacar que a lo largo de la navegación por las distintas páginas principales de Udemy, **la plataforma refuerza constantemente su posicionamiento de marca**, centrado en el desarrollo de habilidades profesionales.

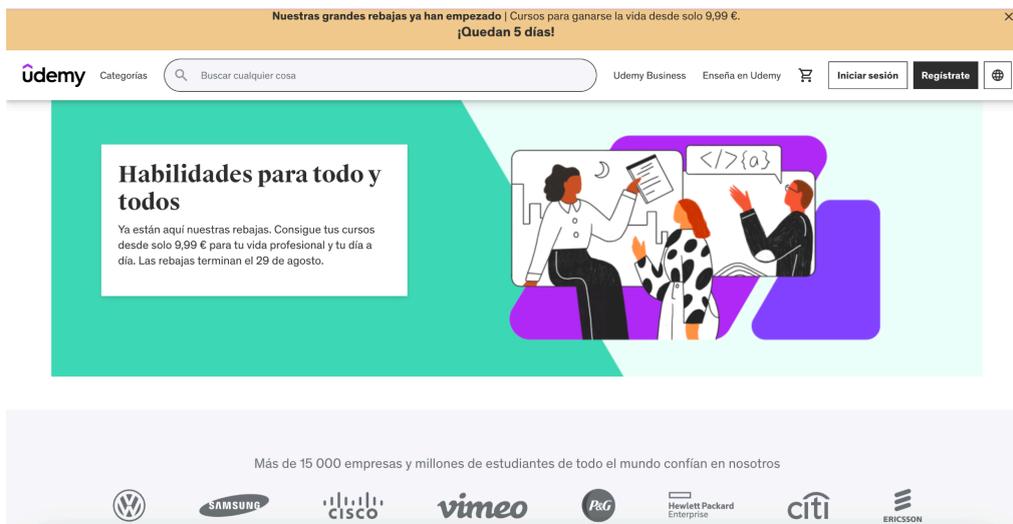


Figura 4: Primer módulo de la página de inicio de Udemy.

**La estructura y la jerarquía de los contenidos de la página de inicio están enfocadas en la exposición de cursos**, incluyendo mensajes persuasivos y ofertas destacadas en el módulo principal. Incluso en páginas que no son específicamente de cursos, como la página del plan de suscripción, se utiliza el espacio para mostrar carruseles con una selección de cursos. Esta estrategia de venta cruzada (cross-selling) asegura que los cursos sean el punto central de atención en todas las páginas, reforzando el propósito principal de la plataforma de aprendizaje en línea.

## Una amplia selección de cursos

Elige entre más de 210.000 cursos de vídeo en línea con nuevo contenido cada mes

Python Excel Desarrollo web JavaScript Ciencias de la información Amazon AWS Dibujo

### Amplía tus oportunidades profesionales con Python

Tanto si trabajas en el segmento del aprendizaje automático o de las finanzas como si deseas desarrollar tu carrera en ciencias de datos o desarrollo web, Python es una de las habilidades más importantes que puedes aprender. La sencilla sintaxis de Python es especialmente adecuada para equipos de escritorio, web y...

Explorar Python



Curso	Instructor	Puntuación	Precio
Python Practicando. Desde 0 hasta Desarrollador en Python	Alvaro Chirou	4,6 (20.943)	99,99 €
Universidad Python - De Cero a Experto Más Completo +71...	Global Mentoring Inc. Ubaldo Acosta	4,6 (15.481)	99,99 €
Python para no matemáticos: De 0 hasta reconocimiento...	Codigo 369, Academia Apps	4,5 (3295)	94,99 €
Curso Python - Desde cero para principiantes	DataBoosters Academy	4,5 (3381)	69,99 €
Curso Maestro de Python: De Cero a Programador...	Héctor Costa Guzmán	4,7 (23.889)	99,99 €

Figura 5: Segundo módulo de la página de inicio de UdeMy.

El siguiente módulo (figura 5) muestra una selección de cursos divididos por temáticas concretas **haciendo uso de las pestañas para alternar entre distintas temáticas populares de cursos**. Una buena práctica para optimizar y aprovechar el espacio de la interfaz al mismo tiempo que se destaca el valor añadido de ofrecer una gran variedad. Según nos desplazamos con la flecha situada al lado derecho de cada carrusel, encontramos algunos cursos con un mensaje destacando que forma parte de “lo más vendido”.

Cada imagen del carrusel correspondiente a un curso o clase **incluye el título del curso, el nombre del instructor, la puntuación con estrellas y el precio**.

Una **buena práctica a destacar es el uso eficiente del espacio para mostrar información relevante**. Un ejemplo es el recuadro que aparece cuando pasamos el cursor por cada curso, como se muestra en la figura 6. Gracias a esta funcionalidad, podemos añadir cursos directamente a la cesta o guardarlos como favoritos sin necesidad de ocupar más espacio en la página.

En definitiva, la página de inicio de UdeMy ofrece una experiencia de usuario funcional, con un diseño claro y bien estructurado que **permite a los usuarios encontrar fácilmente los cursos que desean y explorar nuevos temas de interés con facilidad**.



Figura 6: Carrusel de la página de inicio de *Udeemy*

➤ **Proceso de registro:**

Una vez te registras en Udeemy, **la página de inicio se personaliza** para mostrar una selección de cursos destacados en diferentes categorías, **adaptándose a las preferencias y al historial de navegación del usuario**. Esto crea una experiencia única y a medida que incentiva el aprendizaje continuo.

La **interfaz de registro es sencilla**, permite **iniciar sesión directamente con Google, Facebook o Apple** (figura 7).



Figura 7: Inicio de sesión en *Udeemy*.

En este caso, se utilizó la opción de registro con Google para explorar los cambios en la plataforma una vez registrado. **Este método requiere apenas un par de clics** y lleva

al usuario a una página de inicio personalizada que incluye tu nombre (figura 8) , lo que contribuye a una sensación de personalización y bienvenida.

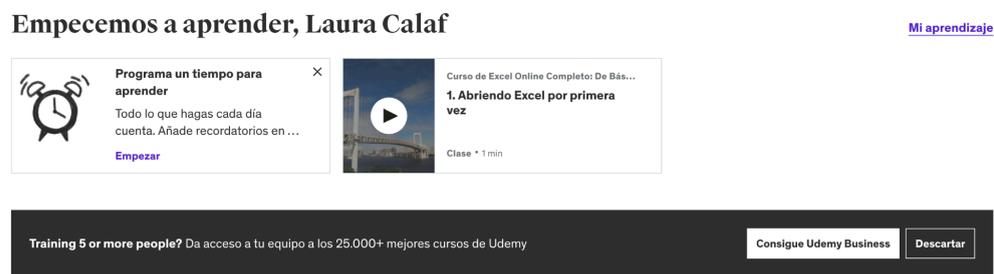


Figura 8: Segundo módulo de la página de inicio una vez registrado el usuario en *Udeemy*.

Además, tras el registro, los elementos de la cabecera de la página también se modifican para reflejar nuevas funcionalidades. Se añade una lista de deseos accesible representado por un recurso icónico en forma de corazón, mantiene el carrito de compras y se introduce también un icono representando las notificaciones, lo que enriquece la interacción y gestión del usuario dentro de la plataforma.

### ➤ **Página de producto/curso:**

Cada curso tiene su propia página detallada que incluye:

- Nombre del curso
- Una descripción del curso
- El contenido del curso
- El instructor
- Las reseñas de los estudiantes

Esto proporciona a los usuarios una visión completa de lo que pueden esperar del curso antes de inscribirse. Una práctica recomendada es la de incluir una sección de reseñas de otros estudiantes para ofrecer una perspectiva adicional.

A la derecha de la página se encuentra la sección de precios con un botón de acción destacado para añadir el curso al carrito.



Figura 9: Página de un curso del sitio web *Udeemy*.

Situado a la derecha del título del curso, encontramos un **video que proporciona una vista previa del contenido del curso** (figura 9) . Una buena práctica para ofrecer a los usuarios una muestra del estilo de enseñanza y los temas tratados.

Como buenas prácticas a destacar, encontramos también los textos estratégicamente posicionados que funcionan como **aceleradores de compra**. Utilizando mensajes **para generar urgencia** como "¡Esta oferta termina en 1 día!" señalado en color rojo, motivando al usuario a tomar una decisión de compra rápida.

Además, la página facilita la interacción social y la promoción del curso a través de **opciones para compartir o regalar el curso**, destacando la funcionalidad de "Regalar curso" como una opción para aquellos que desean comprar el curso como un regalo para otra persona.

Finalmente, la página desglosa en detalle la tabla de contenidos del curso (figura 10), mostrando las lecciones y los temas que se abordarán. **Algunos segmentos clave incluso incluyen breves trailers**, permitiendo a los futuros estudiantes obtener una comprensión más clara del material que se impartirá.

## Contenido del curso

5 secciones • 39 clases • 1 h 35 m de duración total

[Ampliar todas las secciones](#)

^ Cómo funciona el Mercado de Forex		11 clases • 22 min
📺	¿Qué es FOREX? ▾	<a href="#">Vista previa</a> 02:04
📺	¿Qué son los PARES? ▾	<a href="#">Vista previa</a> 04:16
📺	Ejemplo de Pares ▾	02:29
📺	¿Qué es un PIP? ▲	02:43
	Trading Forex: Comienza a invertir en el Mercado de Forex	
📺	¿Qué es el SPREAD? ¿Y un LOTE? ▾	03:28
📄	Cotizaciones ▾	00:01
📺	Ventajas del mercado de Forex ▾	01:54
📺	Apalancamiento y Márgen ▾	01:33
📺	Práctica de Apalancamiento y Márgenes ▾	02:33
📺	¿En qué dirección operar? ▾	<a href="#">Vista previa</a> 00:35
👤	Quiz	5 preguntas
📄	Copyright & Aviso de riesgo ▾	00:28

Figura 10: Tabla de contenidos de una página de curso en Udemy.

### ➤ Proceso de compra:

Cuando un usuario decide inscribirse en un curso en Udemy, **primero se añade al carrito de compra**. Udemy implementa estrategias efectivas de cross-selling, no solo en la página del producto sino también en **pop ups interactivos que aparecen tras añadir un curso al carrito**. Estos módulos están diseñados para sugerir cursos relacionados, aumentando las posibilidades de compra adicional y mejorando la experiencia del usuario al ofrecer opciones complementarias que enriquecen su aprendizaje.

En la página del carrito de compra, el usuario puede revisar los cursos seleccionados, aplicar cupones de descuento si dispone de ellos, y proceder al pago para completar la compra.

La interfaz de la página de pago es clara y directa, **diseñada sin elementos distractores** (figura 11). Se destaca la presencia de garantías, como la **garantía de reembolso de 30 días**, una estrategia que **refuerza la confianza del usuario** y facilita la decisión de compra. Este enfoque en elementos que motivan la compra es una buena práctica notable, puesto que actúan como aceleradores del proceso de compra, asegurando al usuario sobre la calidad y el compromiso de la plataforma con su satisfacción.

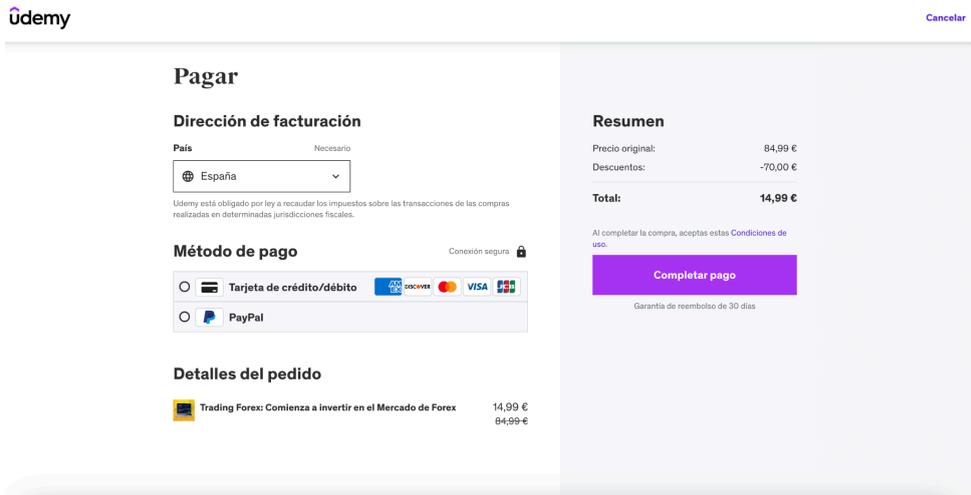


Figura 11: Página del proceso de pago en *Udemty*.

## ➤ Plan de suscripción:



Figura 12: Página de los planes de suscripción de *Udemty*.

En el sitio web de Udemty, se emplean estrategias para **impulsar la conversión hacia planes de suscripción ofreciendo una prueba gratuita**. Es un mensaje que encontramos durante todo el sitio web además de ser utilizado como CTA de distintas formas. Como podemos ver por ejemplo en la figura 12, el botón con el CTA “pruébalo gratis durante 7 días”. Este tipo de llamados a la acción, invitando a realizar una prueba gratuita sin compromiso resultan útiles **para impulsar las conversiones**. Esto, junto con una sección de preguntas frecuentes y garantías

destacadas en la parte inferior de la página, ayuda a disipar dudas y fomenta la toma de decisiones.

➤ **Experiencia de usuario y navegación:**

Los cursos en UdeMy están organizados en una variedad de categorías, desde negocios y tecnología hasta estilo de vida y desarrollo personal. Esta organización temática permite a los usuarios encontrar fácilmente cursos que coincidan con sus intereses específicos.

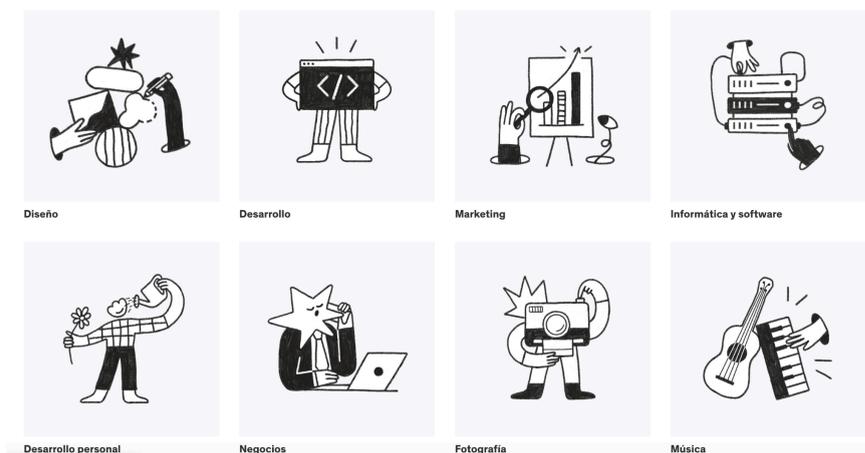


Figura 13: Módulo de categorías de la página de inicio en UdeMy.

La interfaz de usuario de UdeMy está diseñada para facilitar una búsqueda personalizada, permitiendo a los usuarios **filtrar cursos según duración**, nivel de dificultad, idioma, y otros criterios relevantes. Esta capacidad de filtrado ayuda a los usuarios a afinar sus búsquedas y encontrar cursos que se ajusten perfectamente a sus necesidades y expectativas.

El **catálogo de cursos** presenta una selección extensa y variada, **con filtros accesibles en la parte izquierda de la pantalla** (figura 14) que hacen que la experiencia de navegación sea intuitiva y eficaz. Esto asegura que los usuarios puedan realizar búsquedas fluidas y tomar decisiones informadas con facilidad.



Figura 14: Sistema de filtrado de las páginas de cursos en Udemy.

Adicionalmente, cada página de curso ofrece una función de "migas de pan", mejorando la experiencia del usuario al **proporcionar un camino claro de navegación dentro del sitio y permitiendo un fácil acceso a cursos relacionados o a categorías más amplias.**

En cuanto el **uso de colores**, Udemy utiliza colores distintivos en su paleta para resaltar los llamados a la acción (CTA), con colores más vibrantes para destacar opciones prioritarias como "añadir al carrito", mientras que los CTA menos críticos se presentan en tonos más sutiles, facilitando así una jerarquía visual clara que guía al usuario hacia las acciones más importantes.

## ➤ Funcionalidades para motivar el aprendizaje:

En la sección "Mi aprendizaje" del perfil de usuario de Udemy, se presentan una serie de **herramientas diseñadas para motivar y organizar el aprendizaje** de manera efectiva. Una de las características más destacadas es la opción de **programar recordatorios** (figura 15) para crear un hábito de aprendizaje constante. Esto se facilita mediante la **integración con herramientas como Google Calendar, Apple Calendar o Outlook**, permitiendo a los usuarios reservar tiempo específico para sus estudios y recibir recordatorios automáticos que los ayudan a mantenerse en el camino hacia el logro de sus objetivos educativos.

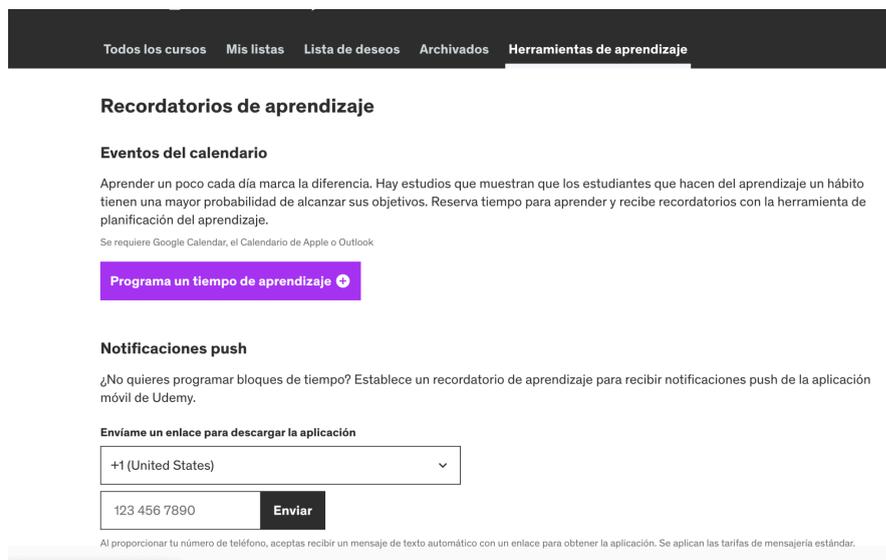


Figura 15: Página del perfil personal "Mi aprendizaje" en Udemy.

Además, la página "Mi aprendizaje" está equipada con varias pestañas que mejoran significativamente la experiencia del usuario al facilitar la organización y el acceso a los cursos. Estas pestañas incluyen:

- **Mis listas:** Permite a los usuarios guardar y categorizar cursos que desean tomar en el futuro o que están actualmente cursando.
- **Lista de deseos:** Aquí los usuarios pueden agregar cursos que les interesan para una futura inscripción, ayudándoles a mantener un registro de los cursos que desean explorar.
- **Archivados:** Esta sección es útil para almacenar cursos que han sido completados o que el usuario ha decidido posponer para más adelante.

Esta organización en pestañas no solo hace que la navegación sea más intuitiva, sino que también personaliza la experiencia de aprendizaje, permitiendo a los estudiantes acceder rápidamente a los cursos que más les interesan o necesitan en su desarrollo profesional y personal.

En general, Udemy presenta un diseño claro que facilita el acceso rápido a una extensa variedad de cursos en múltiples disciplinas. Las páginas de los cursos están bien estructuradas, ofreciendo información detallada que permite a los usuarios tomar decisiones bien informadas acerca de los cursos que desean cursar, mejorando así su experiencia de aprendizaje y desarrollo profesional.

### 5.3.2. Domestika

Domestika es una reconocida plataforma de aprendizaje en línea **especializada en cursos creativos** dirigidos por expertos en campos como diseño, ilustración, fotografía, marketing y desarrollo web. Domestika nació como una *start up* española y trasladó su sede a California. Comenzó como un foro de profesionales del diseño y la creatividad a comienzos de la década de los 2000, pero **desde 2014 inició su actividad de venta de cursos en línea**. Domestika ha experimentado un crecimiento significativo, consolidándose como un punto de encuentro para una extensa comunidad de estudiantes y profesionales del sector creativo.

La oferta de Domestika se destaca en el competitivo mercado de cursos en línea por su enfoque en la creatividad, proporcionando una amplia gama de opciones educativas que incluyen diseño gráfico, ilustración, animación, fotografía, escultura, joyería de ganchillo de alambre, cocina, entre otros.

#### **Propuesta de valor:**

Domestika se posiciona como una comunidad de creativos. En su plataforma, no solo se ofrecen cursos, sino que **también se promueve una red de colaboración** y apoyo mutuo. El sitio web destaca por incluir **secciones donde los estudiantes pueden exhibir y compartir sus proyectos finales y experiencias de aprendizaje**. Esto no solo enriquece la experiencia de cada usuario, sino que también fomenta una red de contactos profesionales y personales entre individuos con intereses similares.

Esta combinación de educación de calidad, enfoque práctico y comunidad activa y colaborativa establece a Domestika como un líder en la educación online creativa,

ofreciendo un valor significativo tanto para los creativos emergentes como para los establecidos que buscan expandir sus horizontes profesionales y personales.

## Análisis del sitio web

### ➤ Cabecera

Al ingresar a la página de inicio de Domestika, inmediatamente llama la atención un banner en la parte superior (figura 16), empleando una estrategia de marketing efectiva que **utiliza un contador regresivo**. Esta táctica de urgencia es conocida por su eficacia en impulsar las conversiones, alentando a los usuarios a aprovechar las ofertas antes de que expiren.



Figura 16: Banner de página de inicio en *Domestika*.

La estructura de navegación en Domestika es clara y accesible, con un logo que actúa como un enlace directo a la página de inicio y un menú de navegación organizado. Al interactuar con el **primer elemento del menú, "Cursos", se despliega una serie de categorías que presentan los distintos cursos disponibles**, desde diseño gráfico hasta fotografía y marketing. Esta organización por categorías facilita a los usuarios encontrar rápidamente cursos relacionados con sus intereses y necesidades de aprendizaje.

Incorporada también en la cabecera, encontramos **una barra de búsqueda** que facilita a los usuarios el acceso rápido y directo a cursos específicos, permitiendo una exploración profunda de la variada oferta educativa de la plataforma. Además, el **menú principal** incluye un acceso a la **página de "Proyectos"**, donde se exhiben los trabajos creativos de los usuarios que han participado en cursos, y un enlace a **Domestika Plus**, que se refiere a su modelo de suscripción.

A la derecha de la barra de búsqueda se sitúan los **iconos de acceso al carrito de compras y las opciones de inicio de sesión o registro**. También encontramos un llamativo botón de color rojo que invita a los usuarios a "Unirse gratis". Este uso frecuente del término **"gratis"** es la **estrategia que utilizan que busca dirigir a los usuarios hacia sus planes de suscripción**, aunque es importante destacar que estos planes tienen un coste posterior al período inicial gratuito. Incluso cuando hacemos

scroll por la página, aparece un *pop up* (figura 17) en pantalla para volver a redirigir la atención del usuario a la opción de suscripción.

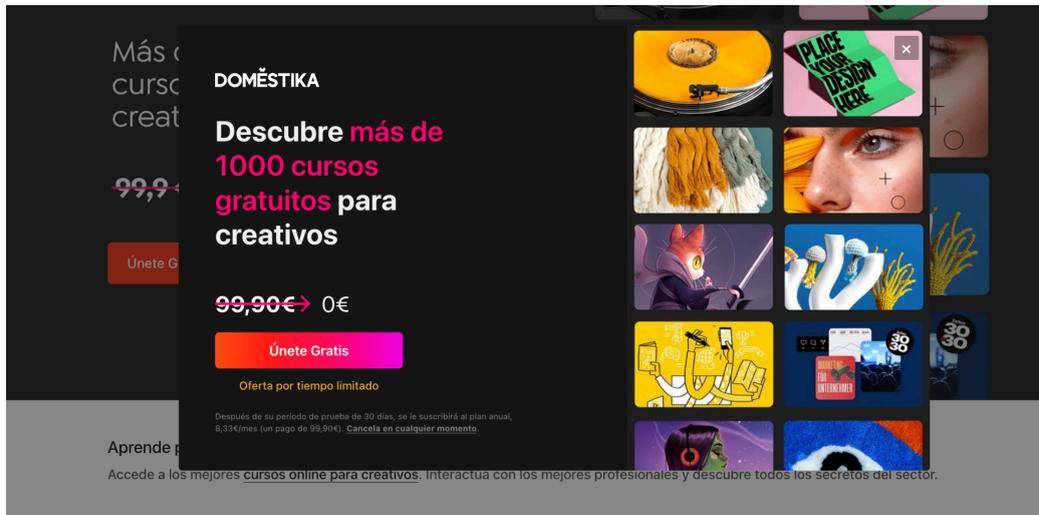
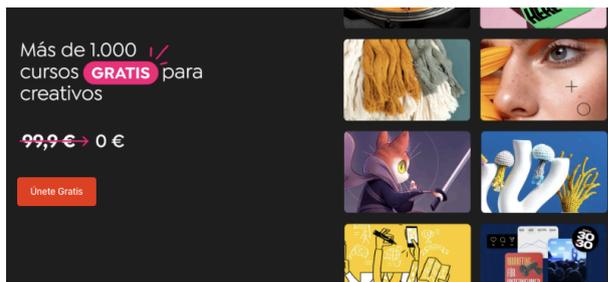


Figura 17: Pop up en el sitio web Domestika.

## ➤ Página de inicio

En la parte inicial de la página, Domestika hace hincapié en la oferta de "Más de 1000 cursos gratis para creativos", acompañado de precios tachados para subrayar la ventaja económica. La promoción se enfoca en atraer suscripciones mediante el uso constante del término "gratis". Mientras se navega por la página, **la cabecera inicial desaparece** (figura 18), lo cual podría complicar el acceso continuo a las secciones principales. Sería beneficioso mantener estos elementos siempre visibles para mejorar la navegación y la experiencia del usuario.



Aprende participando

Accede a los mejores [cursos online para creativos](#). Interactúa con los mejores profesionales y descubre todos los secretos del sector.

Curso	Instructor	Descripción	Descuento	Comprar
Fotografía profesional para Instagram	Mina Barrio	Aprende todos los trucos para hacer y editar fotografías para redes sociales...	95% Dto. 19,99€	0,99€
Upcycling con bordado Sashiko	Kate Ward	Aprende la técnica tradicional japonesa de bordado Sashiko y crea prendas...	95% Dto. 19,99€	0,99€
Google Ads y Facebook Ads desde cero	Aranza & Guille	Aprende a crear campañas en Google y Facebook para potenciar tu marca...	95% Dto. 19,99€	0,99€
Técnicas de ilustración para desbloquear tu creatividad	Adolfo Sierra	Creo un cuaderno de artista y desarrollas tu propio universo de recursos pictóricos...	95% Dto. 19,99€	0,99€
Introducción a After Effects	Carlos "Zenbuke" Abarrán	Aprende After Effects sin conocimientos previos y domina el mejor software de...	95% Dto. 29,99€	1,99€
Creación y edición de contenido para Instagram Stories	Mina Barrio	Descubre los secretos de fotografía y vídeo para triunfar en Instagram...	95% Dto. 19,99€	0,99€
Dibujo para principiantes nivel -1	Puño	Realiza tu primer cuaderno de dibujante aplicando técnicas básicas de dibujo...	95% Dto. 19,99€	0,99€
Introducción a Adobe Photoshop	Carlos Maral	Aprende Adobe Photoshop desde cero y domina el mejor software de...	93% Dto. 29,99€	1,99€

Figura 18: Página de inicio de Domestika.

Continuando con el desplazamiento por la página, se presenta una **selección de cursos destacados en cuatro filas**, cada una mostrando cuatro cursos. Cada curso destaca con una **imagen del instructor y un breve resumen**, facilitando un rápido entendimiento del contenido del curso. Al pasar el cursor sobre el botón de "comprar", **se revela una opción para "añadir a una lista"**. Es una buena práctica ya que incentiva el registro o inicio de sesión para poder utilizar esta funcionalidad.

Siguiendo con el scroll, destaca un módulo para reforzar la elección de Domestika bajo el título "qué esperar de un curso de Domestika". En esta sección se mencionan los mensajes que resaltan el valor agregado de los cursos de Domestika, como la especialización de los profesores y la opción de obtener certificados, lo cual fortalece la percepción de calidad de la plataforma.

Finalmente, la página destaca a varios instructores reconocidos, proporcionando opciones para seguirlos y ver su número de seguidores, reforzando el carácter de Domestika **como una comunidad creativa donde no solo se aprende, sino que también se participa en una red social de creativos**.

➤ **Proceso de registro:**

El proceso de registro en Domestika **está diseñado para ser rápido y accesible**, ofreciendo múltiples opciones para que los usuarios se unan a la plataforma. Inicialmente, al intentar acceder o registrarse, se presenta un cuadro emergente que ofrece la **posibilidad de registrarse utilizando cuentas de redes sociales como Facebook o Apple** (figura 19). Esta funcionalidad no solo simplifica el proceso evitando que los usuarios tengan que rellenar múltiples campos, sino que también fomenta una integración más rápida y segura con credenciales ya existentes.

Como práctica a mejorar encontramos que el uso recurrente del término “Únete gratis” en diferentes contextos, tanto para la inscripción inicial como para suscribirse a planes específicos, podría llegar a confundir al usuario. Esta estrategia parece estar dirigida a atraer usuarios subrayando la ausencia de costes iniciales, pero podría beneficiarse de una mayor claridad para distinguir entre acceso gratuito limitado y las suscripciones pagadas que ofrecen contenido más extenso y privilegios adicionales.

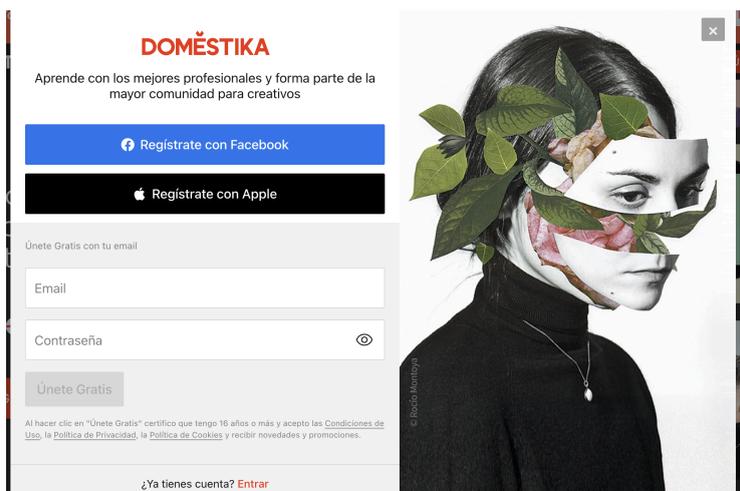


Figura 19: Pantalla de registro en Domestika.

Una vez registrado, el usuario es introducido a una interfaz que refleja una comunidad activa más que una simple tienda de cursos en línea. Esto es evidente en la presentación de nuevas características como la posibilidad de seguir a otros usuarios, similar a las redes sociales (figura 20). Esta funcionalidad no solo aumenta la interacción entre los usuarios, sino que también personaliza la experiencia de aprendizaje, permitiendo a los usuarios seguir las actividades y nuevos cursos de instructores o creativos que encuentren inspiradores.

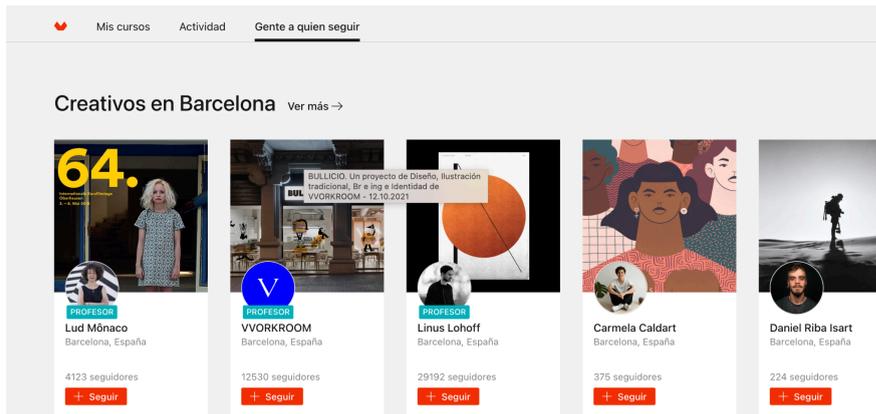


Figura 20: Primer módulo de la página de inicio una vez inicias sesión en *Domestika*.

Este **enfoque comunitario** está reforzado por las actualizaciones constantes en el feed de actividad, donde se pueden ver los nuevos cursos publicados y las actualizaciones de proyectos de otros usuarios, invitando a una participación más activa y continua en la plataforma. Además, Domestika subraya la integración de su comunidad al permitir a los usuarios descubrir y conectar con creativos en específico, como se muestra en las secciones de "Gente a quien seguir" y "Creativos en [Ubicación]".

En definitiva, el registro y la experiencia de usuario en Domestika están diseñados para atraer a los creativos no solo a participar en cursos, sino a sumergirse en una comunidad que valora la interacción continua y el desarrollo colaborativo de habilidades creativas.

➤ **Página de producto/curso:**

En la página de producto o curso encontramos un video principal como presentación del curso (figura 21). Esta función permite a los usuarios obtener una visión general instantánea sin comprometerse a una exploración más profunda, ideal para navegación rápida.

Esta página está dividida en varias secciones que incluyen una **descripción completa del curso, el perfil del instructor, comentarios de usuarios, y ejemplos de proyectos de estudiantes.**

## Introducción a Photoshop para ilustradores

Por Gemma Gould, Ilustradora

DOMESTIKA BASICS | CURSOS | TOP VENTAS | INGLÉS CON SUBTÍTULOS EN ESPAÑOL

100% valoraciones positivas (563) | 18528 estudiantes

Presentación | Contenidos | Comunidad



Compartir | Añadir a una lista

Aprende a crear ilustraciones digitales y llamativas desde cero con el software de diseño más potente de la industria

Domestika Basics - 6 cursos incluidos



9,99€

83% Dto. ~~59,99€~~

Promoción sujeta a la suscripción Plus

Pagar 9,99€

La oferta termina en 02h : 59m : 27s

Después de los 30 días de prueba, 8,33€/mes (un pago de 99,90€). [Cancela cuando quieras](#)

- ✓ Disfruta de [este curso](#) y otros 1.000 de manera ilimitada.
- ✓ Aprende a tu ritmo, cuando quieras.
- ✓ Sin compromiso, cancela cuando quieras.

100% valoraciones positivas (563)

18528 estudiantes

41 lecciones (6h 52m)

6 cursos

28 recursos adicionales (16 archivos)

Online y a tu ritmo

Disponible en la app

Audio: Inglés

Inglés, Portugués, Alemán, Francés, Italiano, Español, Polaco, Neerlandés

Nivel: **Iniciación**

Acceso ilimitado para siempre

Por Gemma Gould, Ilustradora.  
Shrewsbury, Reino Unido.



Comprar para regalo

[Canjear el curso con código de regalo](#)

CATEGORÍA | Ilustración

ÁREAS

Figura 21: Página de un curso específico en Domestika.

La página del curso ofrece **botones con llamados a la acción claros**. Tanto en la vista rápida como en la página completa del curso, **los botones de acción como "Pagar" están destacados visualmente**, guiando al usuario intuitivamente hacia la siguiente acción deseada.

Por otra parte, la información está organizada de manera que sigue una jerarquía lógica, comenzando con aspectos básicos y avanzando hacia detalles más específicos. Esto ayuda a los usuarios a digerir la información paso a paso sin sentirse abrumados.

### ➤ Proceso de compra:

Quando se selecciona un curso en Domestika, **el proceso de añadir al carrito es inmediato y se centra principalmente en facilitar la transacción de pago rápidamente**. A diferencia de otras plataformas de comercio electrónico donde se permite a los usuarios agregar múltiples artículos al carrito para revisión o compra posterior, en Domestika, el botón "Comprar" en la página del curso lleva al usuario directamente al carrito donde pueden proceder al pago.

La página del carrito muestra claramente **todos los detalles del curso seleccionado, incluyendo el precio y opciones para aplicar códigos de descuento** antes de finalizar la compra. Aunque el enfoque sigue siendo impulsar una acción de pago rápida, los usuarios tienen la opción de revisar y modificar su selección en el carrito antes de completar la compra.

Como podemos ver en la figura 22, la plataforma **refuerza la confianza** durante el proceso de pago **mediante mensajes que aseguran la seguridad de la transacción**. Se enfatiza la protección de datos del usuario con cifrado y otras medidas de seguridad, así como la flexibilidad de opciones de pago, como tarjetas de crédito y PayPal, asegurando una experiencia segura y eficiente para el usuario.

Ya puedes realizar tu compra, lauracalafomez7

Pagar con tarjeta VISA MasterCard

Número de tarjeta

Fecha de expiración  Mes  Año  CVV

Pagar con PayPal PayPal

Pago 100% seguro

VISA MasterCard DISCOVER PayPal

Tus tarjetas se guardan de forma segura para que puedas reutilizar el método de pago.

Carrito (Domestika Plus y 1 curso) Editar →

**PLUS** Domestika Plus 0€  
Disfruta de los beneficios de Domestika Plus: acceso gratuito para ver 1000 cursos, 12 créditos anuales para canjear por cualquier curso (después de tu prueba gratuita) y mucho más.

Técnicas creativas para ilustración de portadas 5,99€  
Un curso de Julia Breckenreid  
90% Dto. ~~59,99€~~  
Inglés  
Inglés, Español, Portugués, Alemán, Francés, Italiano, Polaco, Neerlandés

Total 5,99€

¿Tienes un código de descuento? Cancela cuando quieras

Después de los 30 días de prueba, 7,63€/mes (un pago de 91,50€).

Figura 22: Pantalla del proceso de pago en Domestika.

## ➤ Plan de suscripción

Domestika ofrece dos modelos principales: **la compra de cursos individuales y la suscripción** a "Domestika Plus". Este último proporciona acceso ilimitado a más de 1000 cursos, lo que resulta una oferta tentadora para usuarios frecuentes o aquellos que desean explorar una amplia variedad de disciplinas creativas sin preocuparse por cada compra individual. Como se observa en la figura 23, **la interfaz cambia de un fondo blanco a uno oscuro**, marcando una distinción clara. Esta **transición visual es una estrategia efectiva para transmitir una sensación de exclusividad**, subrayando la intención de posicionar el servicio de suscripción como una opción premium que ofrece valor añadido y una experiencia diferenciada a sus usuarios.

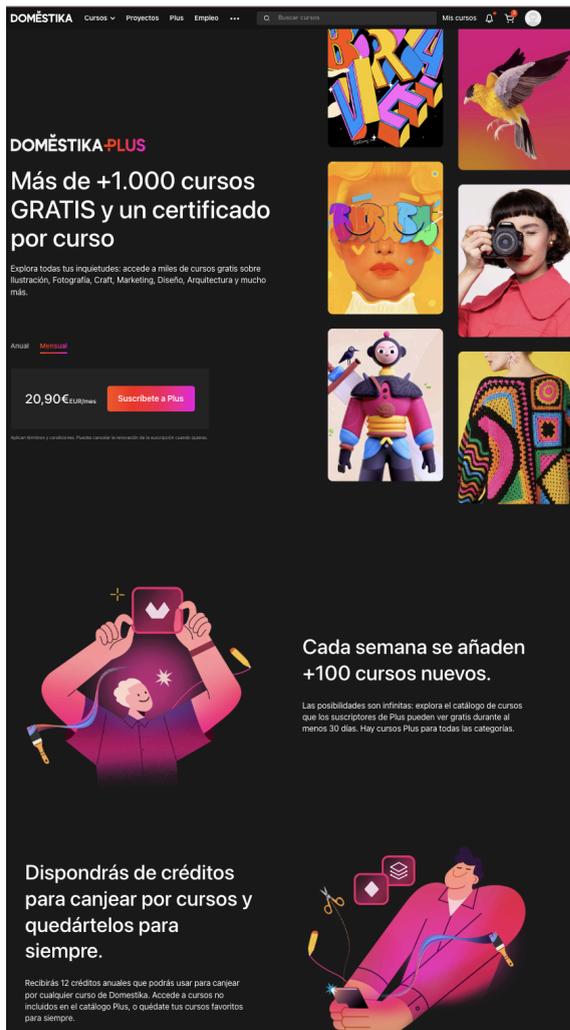


Figura 23: Página del plan de suscripción en *Domestika*.

La suscripción a Domestika Plus se presenta no solo como una opción económica sino también como una experiencia enriquecedora gracias a beneficios adicionales, como créditos anuales para canjear en cualquier curso y acceso a contenido exclusivo. Esta modalidad se anuncia de forma constante **con mensajes de urgencia y temporizadores de cuenta regresiva** que contribuyen a crear un sentido de inmediatez y fomentar la acción inmediata de suscribirse.

Además, al seguir haciendo scroll por la página del plan de suscripción, encontramos un **video explicativo y animado** que detalla las ventajas de esta suscripción, lo que no solo informa sino que también **ayuda a visualizar el valor agregado**. Esta táctica es efectiva para aumentar la conversión de usuarios que están considerando la suscripción.

➤ **Página del perfil personal:**

El sitio web de Domestika, ofrece la posibilidad de crear un perfil personal que se puede personalizar y utilizar para interactuar de forma similar a una red social. Al iniciar sesión, los usuarios **pueden subir una fotografía de perfil y una foto de portada para personalizar su espacio** (figura 24). Esta personalización ayuda a darle un toque más personal y profesional a la presentación de cada usuario en la comunidad.

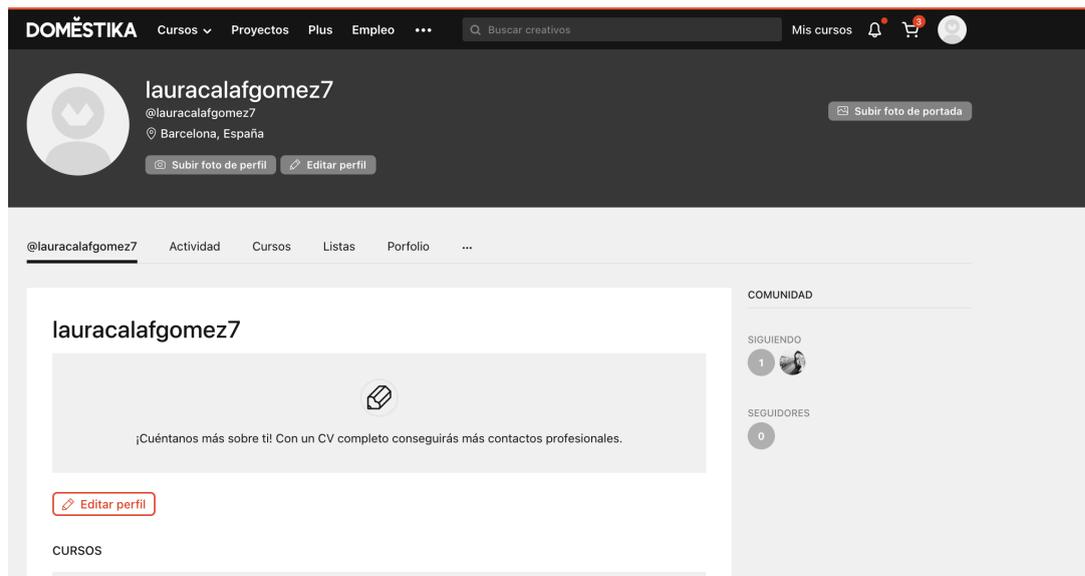


Figura 24: Página del perfil personal en *Domestika*.

El perfil actúa como un nexo entre el aprendizaje y la interacción social. Los usuarios pueden editar detalles de su perfil, como la descripción personal, habilidades y experiencias, lo cual es crucial para conectar con otros creativos y potenciales colaboradores o empleadores dentro de la plataforma. Este enfoque aumenta las oportunidades de networking y colaboración entre los miembros.

Además de personalizar el perfil, **los usuarios pueden crear y gestionar listas de cursos**. Esto permite organizar los cursos que les interesan o que planean tomar, facilitando el acceso rápido y una mejor gestión del aprendizaje. Estas listas también pueden ser compartidas, promoviendo interacciones y recomendaciones dentro de la comunidad de Domestika.

Cada perfil también incluye pestañas como “Actividad”, donde se puede ver las actualizaciones recientes del usuario, “Cursos”, que muestra los cursos en los que

está inscrito, y “Portfolio”, donde **los usuarios pueden exhibir sus trabajos y proyectos** finales de los cursos realizados.

➤ **Experiencia de usuario y navegación:**

El sitio web **presenta un menú** claramente organizado **que categoriza los cursos en varias disciplinas creativas** como Ilustración, Fotografía y Video, Diseño, 3D y Animación, entre otros. Además, en el lado izquierdo de la página de cursos, encontramos un **menú vertical** (figura 25) **replicando las categorías disponibles en el menú principal de la cabecera**, proporcionando un acceso constante y coherente a todas las áreas de estudio ofrecidas. Este diseño de navegación duplicada asegura que los usuarios puedan orientarse fácilmente sin importar dónde se encuentren.

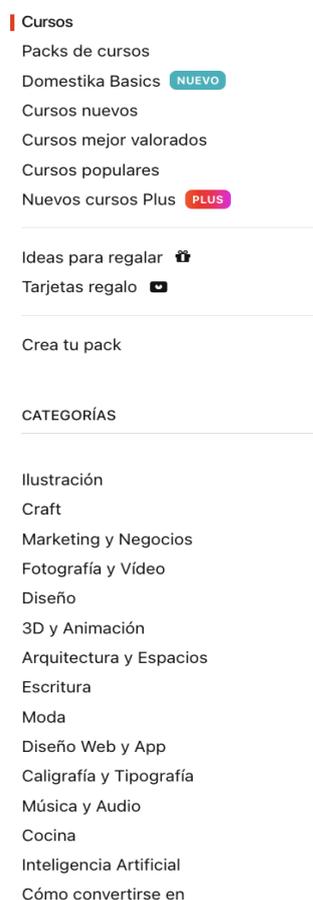


Figura 25: Menú lateral de la página de cursos en *Domestika*.

Cada curso dentro de los carruseles está destacado con un **video del curso, el título del curso, el nombre del instructor y el número de estudiantes que han tomado el curso** (figura 26). Al hacer clic en cada uno de los cursos se abre un pop up donde se visualiza el video y se muestran más detalles del curso, sin necesidad de salir de la

misma página. Además, cada curso muestra claramente la valoración de los usuarios, lo que ayuda a los nuevos estudiantes a tomar decisiones informadas basadas en las experiencias de otros.



Figura 26: Carrusel de la página de cursos en Domestika.

Como buena práctica a destacar, **una vez te registras** en Domestika, **se presentan sugerencias personalizadas** basadas en las preferencias y el historial de navegación del usuario, lo que mejora la experiencia personalizada y aumenta las posibilidades de inscripción en cursos adicionales.

En cuanto a la navegación, Domestika hace que sea sencillo acceder a diferentes categorías de cursos, **pudiéndose filtrar por popularidad, novedad o valoración**, entre otros criterios. Esta organización ayuda a los usuarios a encontrar fácilmente lo que buscan o descubrir nuevos intereses. La interfaz del sitio es limpia y cada curso dispone de una página detallada con toda la información necesaria.

A continuación, se detallan las mejores prácticas en cuanto a experiencia de usuario:

- **Menú de navegación desplegable detallado:** Al hacer clic en "Cursos", se despliega un menú extenso que no solo presenta las categorías principales de los cursos sino que también aprovechan el espacio para añadir otras categorías como Domestika Basics, Packs de cursos, y cursos valorados por la comunidad (figura 27). Esto ayuda a los usuarios a dirigirse directamente a segmentos específicos del catálogo según su nivel de habilidad o intereses.

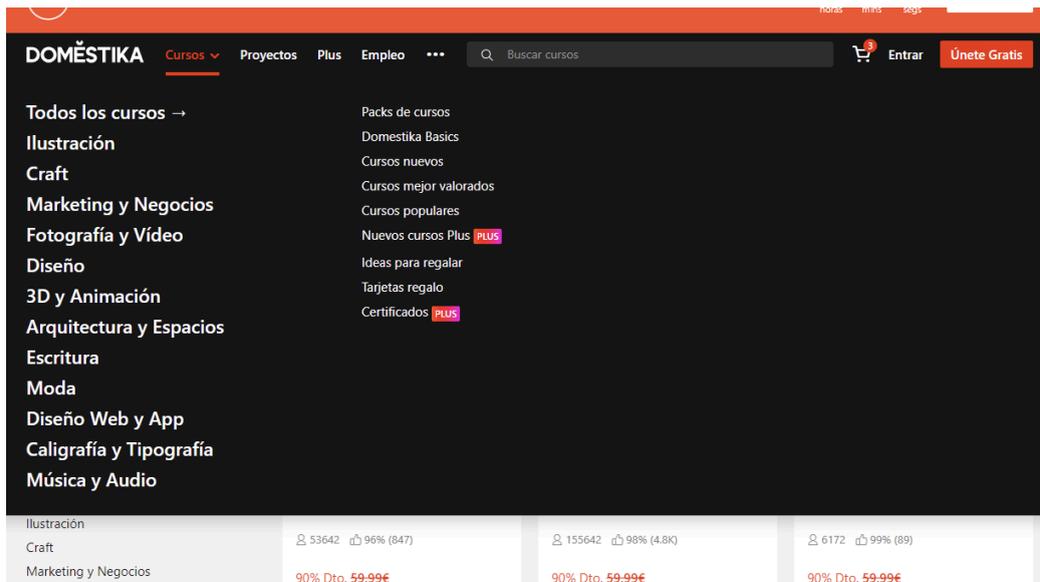


Figura 27: Menú principal desplegable en Domestika.

- **Diseño visual y consistencia:** La interfaz utiliza un diseño visual consistente que refuerza la marca Domestika. El uso de imágenes llamativas, videos y una paleta de colores coherente no solo hace que la página sea visualmente atractiva sino que también refuerza la identidad de marca de Domestika como un hub creativo.
- **Experiencia personalizada:** Una vez que los usuarios inician sesión, la página de inicio adapta su contenido para mostrar recomendaciones basadas en las interacciones pasadas y preferencias de cursos. Esto personaliza la experiencia del usuario y puede aumentar la participación al mostrar contenido relevante que es probable que interese al usuario.

### ➤ Funcionalidades para motivar el aprendizaje

- **Interactividad y comunidad:** Una de las fortalezas de Domestika es su enfoque en la comunidad. Los usuarios no solo aprenden a través de vídeos, sino que también pueden interactuar con otros estudiantes y profesionales a través de foros y proyectos compartidos. Esto enriquece la experiencia de aprendizaje y fomenta una red de contactos creativos.
- **Metodología de aprendizaje estructurado:** Estos cursos están estructurados para proporcionar una curva de aprendizaje gradual, empezando por conceptos básicos y avanzando hacia técnicas más complejas.

En definitiva, la plataforma de Domestika es un ejemplo claro de experiencia de usuario que va más allá del aprendizaje tradicional en línea, incorporando elementos de interactividad, soporte continuo y comunidad.

### 5.3.3. Teachlr

Teachlr, se fundó en Venezuela el año 2011 con el fin de convertirse en una plataforma educativa en línea que fusiona la accesibilidad del e-learning con las dinámicas interactivas de un aula tradicional. Esta comunidad virtual permite tanto a expertos como a instituciones compartir o vender cursos y clases en vivo, democratizando el proceso de aprendizaje y enseñanza a nivel global.

Teachlr facilita una interacción constante y directa entre estudiantes y profesores, lo que enriquece la experiencia de aprendizaje y permite un seguimiento personalizado del progreso del estudiante.

#### **Propuesta de valor:**

Teachlr se distingue en el mercado del e-learning por su enfoque hacia la **educación personalizada y accesible**. Además de facilitar la conexión entre estudiantes y expertos a través de cursos y clases en línea, esta plataforma también permite a las organizaciones mejorar y ampliar las habilidades de sus equipos. A diferencia de otros modelos, Teachlr se enfoca en ofrecer **soluciones educativas personalizadas para organizaciones** en lugar de un mercado amplio de aprendizaje autodirigido. Esto implica una integración directa con las necesidades siempre cambiantes del mundo empresarial.

#### **Análisis del sitio web**

##### ➤ **Cabecera**

La cabecera de la página presenta una barra fija blanca (figura 28) que contiene elementos esenciales de navegación y permanece visible mientras los usuarios se desplazan por la página. Esta barra incluye el logo de Teachlr, que funciona como un enlace directo a la página de inicio y un menú de navegación desplegable que muestra las diferentes categorías de cursos.



Figura 28: Cabecera del sitio web de Teachlr.

Junto al menú, se encuentra la barra de búsqueda, esencial para una plataforma de aprendizaje en línea, donde los usuarios pueden introducir términos específicos para encontrar cursos o contenido relacionado rápidamente. Los enlaces para ingresar o registrarse están claramente ubicados al lado derecho de la barra, con opciones adicionales para acceder a Teachlr para organizaciones, destacando así la flexibilidad de la plataforma para servir tanto a individuos como a entidades corporativas.

Como podemos ver en la figura 29, el menú se organiza en varias **categorías principales** que representan los diferentes campos de estudio y áreas de interés, como "Académico", "Desarrollo Personal", "Diseño", y "Fotografía y Video". Cada una de estas categorías principales se expande para revelar **subcategorías más específicas**, lo que permite a los usuarios afinar su búsqueda de cursos de acuerdo con sus necesidades específicas. Por ejemplo, bajo la categoría "Estilo de Vida", se pueden encontrar opciones más detalladas como "Belleza y Maquillaje", "Cocina", y "Viaje", entre otras.

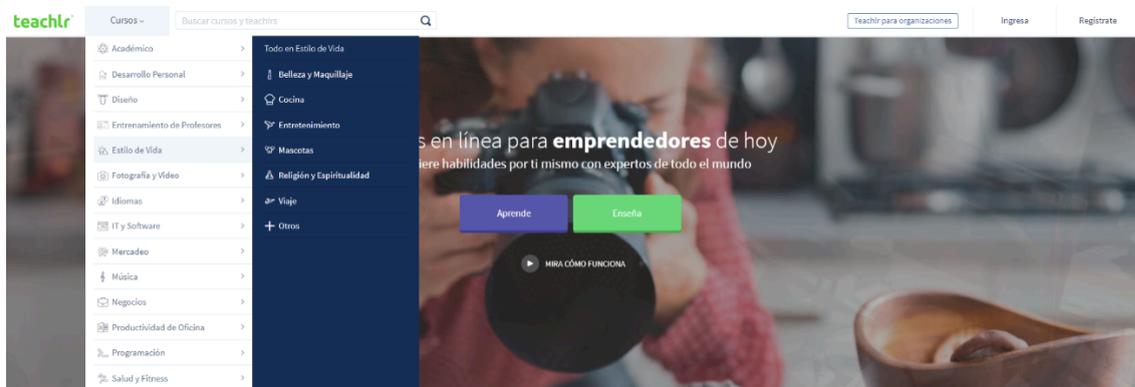


Figura 29: Menú de navegación principal desplegable en Teachlr.

Este diseño del menú no solo facilita la navegación al agrupar los cursos en categorías lógicas y ordenadas, sino que también mejora la usabilidad al permitir que los usuarios accedan rápidamente a segmentos específicos del catálogo de Teachlr.

La implementación de un **menú desplegable como principal elemento de navegación**, se considera una **buena práctica para ahorrar espacio en la interfaz**, manteniendo la página limpia y organizada, mientras proporciona acceso instantáneo a una amplia gama de recursos.

## ➤ Página de inicio

En la página de inicio nos encontramos un banner principal dinámico que varía su mensaje para capturar la esencia de Teachlr, alternando frases como "Cursos en línea para gerentes de hoy", "Cursos en línea para desarrolladores de hoy", "Cursos en línea para estudiantes de hoy", y "Cursos en línea para oradores de hoy", entre otros. Este banner no solo es visualmente atractivo sino también funcional, con **botones de "Aprende" y "Enseña"** que animan a los usuarios a explorar los cursos disponibles o a compartir sus cursos como instructores. Un video explicativo complementa el banner, ofreciendo un vistazo rápido a cómo funciona Teachlr, lo que puede ser particularmente atractivo para los nuevos visitantes.

Al continuar navegando, la página destaca **dos secciones principales** que reflejan la oferta de Teachlr: "**Cursos populares**" y "**Cursos online destacados**". La sección de cursos destacados muestra una variedad de opciones que son especialmente seleccionadas por su popularidad o actualidad. Estos cursos están visualizados con miniaturas que **incluyen calificaciones por estrellas, precios, y el nombre del instructor.** (figura 30). Como práctica a mejorar se consideraría oportuno incorporar más información o un breve resumen al pasar el cursor, proporcionando una evaluación inmediata de su relevancia y calidad sin necesidad de ocupar más espacio en la interfaz ni dirigirse a otra página.



Figura 30: Módulo de cursos destacados en la página de inicio de Teachlr.

Finalmente, la parte inferior de la página incluye un footer (figura 31) con enlaces útiles a páginas como la página de cursos de Teachlr, información sobre la empresa,

soporte técnico, y un formulario de suscripción para recibir promociones y descuentos.

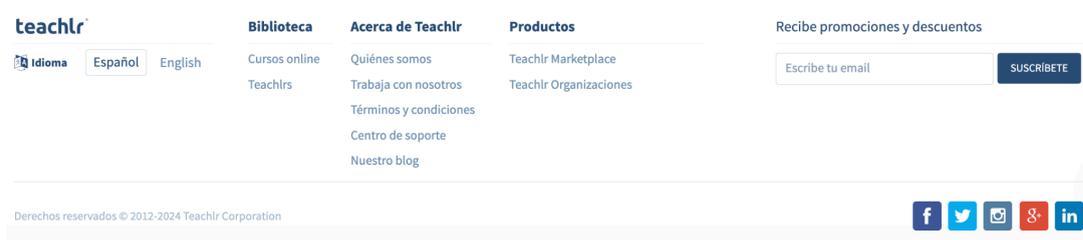


Figura 31: Footer del sitio web de Teachlr.

### ➤ Proceso de registro:

Al registrarnos, encontramos un formulario de registro que ofrece flexibilidad para crear una cuenta nueva. Teachlr ofrece el método tradicional donde se solicita llenar campos básicos pero también facilita el proceso de registro **permitiendo a los usuarios usar su cuenta de Facebook** (figura 32). Esta opción simplifica el proceso al minimizar la cantidad de información que los usuarios deben ingresar manualmente, ya que Teachlr extrae los datos necesarios como el nombre y el correo electrónico directamente de la cuenta de Facebook. Esto no sólo acelera el registro sino que también proporciona una capa adicional de verificación y seguridad.



Figura 32: Formulario de registro en Teachlr.

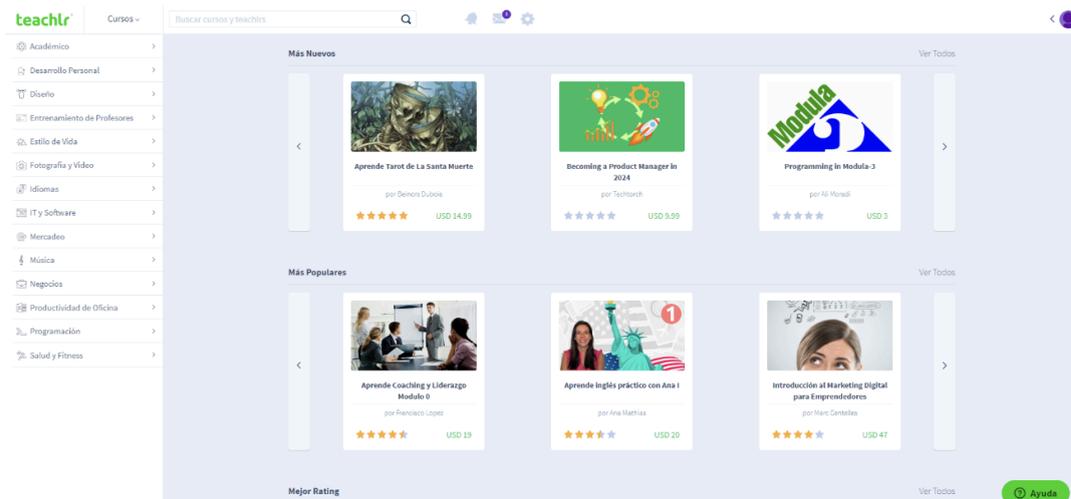


Figura 32: Página de inicio en Teachlr una vez registrado.

Una vez registrados, la interfaz se muestra de forma diferente. Por una parte, como podemos ver en la figura 32, nos encontramos con **el menú principal ahora situado fijo y vertical en el lado izquierdo de la página**. Con la posibilidad de abrir y cerrar el menú y del mismo modo que el menú inicial en la cabecera, podemos desplegar niveles inferiores del menú solo pasando el cursor por encima.

Por otra lado, cuando hacemos clic en nuestro avatar del perfil situado en la parte superior derecha de la página, nos despliega un menú (figura 33) con las siguientes opciones:

- **Mi perfil:** Donde los usuarios pueden personalizar detalles y gestionar su cuenta.
- **Mis cursos online:** Acceso rápido a todos los cursos inscritos.
- **Crear cursos online:** Para los usuarios que desean convertirse en instructores.
- **Mis Finanzas:** Un resumen de las transacciones y ganancias para los instructores.
- **Mensajes:** Un sistema de mensajería para comunicarse con otros estudiantes o instructores.
- **Ajustes:** Opciones para configurar preferencias personales y de cuenta.
- **Cerrar sesión:** Para salir de forma segura de la cuenta.

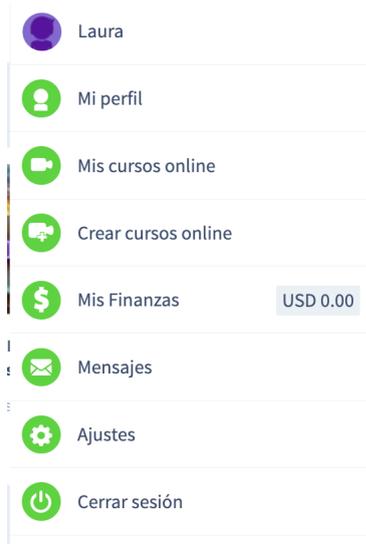


Figura 33: Menú del perfil personal en *Teachlr*.

Una vez registrado en Teachlr, podemos interactuar de manera proactiva con la plataforma a través de las **notificaciones** (figura 34) y los **mensajes**. La sección de notificaciones es esencial para mantenerse al día con todas las novedades relacionadas con los cursos, actualizaciones de la plataforma o interacciones sociales dentro de Teachlr.

Por otro lado, la sección de mensajes actúa como un centro de comunicaciones donde los usuarios pueden recibir mensajes del equipo de Teachlr o interactuar directamente con otros usuarios e instructores. Esta funcionalidad fomenta una comunidad aprendizaje más interactiva y colaborativa, donde los usuarios pueden resolver dudas, compartir insights o coordinar proyectos juntos.

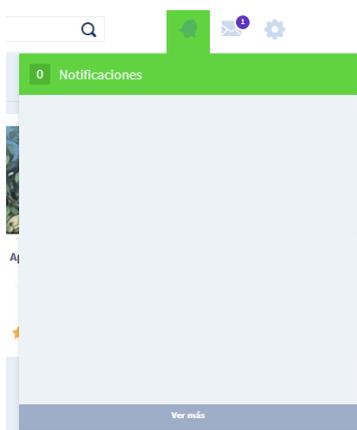


Figura 34: Pestaña de notificaciones del perfil personal en *Teachlr*.

➤ **Página de producto / curso:**

Al seleccionar un curso desde cualquier listado en Teachlr, el usuario accede a una página detallada del curso. Esta **incluye una descripción completa, el perfil del instructor, valoraciones de otros usuarios y, en algunos casos, ejemplos de proyectos de estudiantes.** Esta configuración ofrece una visión integral del curso, facilitando a los usuarios tomar decisiones informadas sobre su inscripción.

Como vemos en la figura 35, la página de cada curso **utiliza botones destacados con un color de marca contrastado con el fondo para destacar el CTA de "Tomar Curso"**. Facilitando así a los usuarios avanzar hacia la compra o inscripción. Esta claridad en los botones guía a los usuarios hacia la siguiente acción deseada de manera intuitiva.

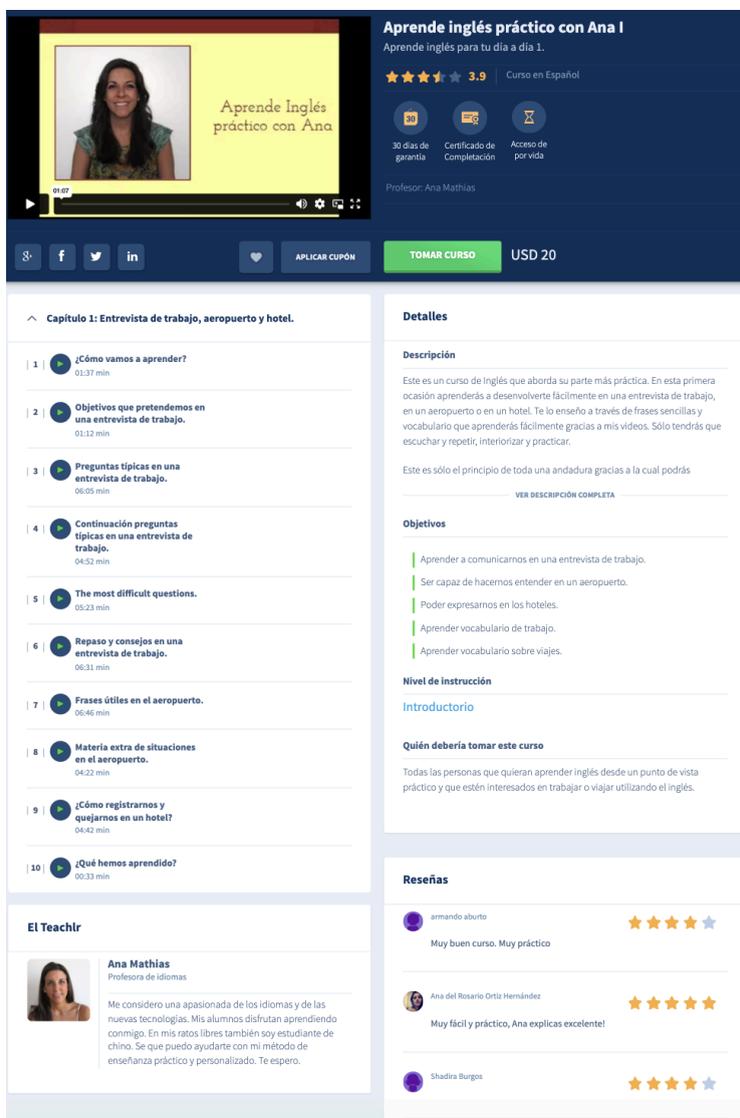


Figura 35: Página de curso específico en Teachlr.

La información del curso está estructurada lógicamente, comenzando con detalles generales y avanzando hacia aspectos más específicos como el **plan de estudios o requisitos del curso**.

Dentro de la página del curso, los enlaces a secciones importantes como el contenido del curso, detalles del instructor, y comentarios están claramente etiquetados y son fácilmente accesibles.

➤ **Proceso de compra:**

En Teachlr, el proceso de pago está diseñado para ser eficiente y directo, facilitando la compra de cursos sin complicaciones. Cuando un usuario decide inscribirse en un curso, puede hacerlo mediante un proceso simplificado que se inicia con un solo clic en el botón "Tomar curso".

**Al seleccionar un curso, se presenta inmediatamente un pop up** (figura 36) que **resume el curso elegido y el precio**, asegurando que el usuario tenga claridad sobre lo que está comprando. El usuario puede elegir entre varias opciones de pago, que incluyen el uso de PayPal o tarjetas de crédito/débito.

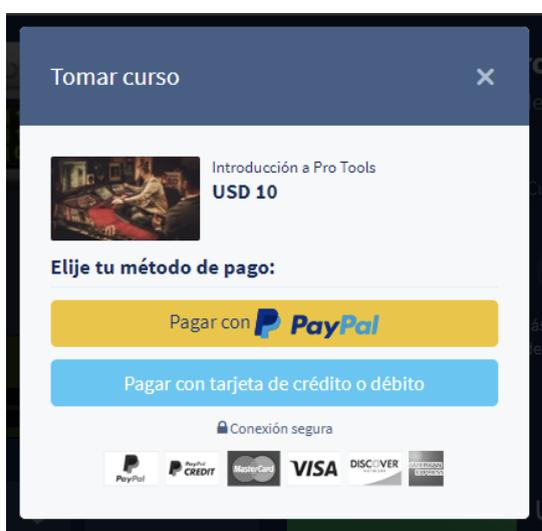


Figura 36: Pop up para pagar un curso en Teachlr.

Una buena práctica son los mensajes de “**conexión segura**”, garantizando la protección de los datos personales y financieros del usuario y **proporcionando seguridad y confianza para completar la transacción**. Una vez completado el pago, el usuario recibe una confirmación inmediata del mismo, permitiendo un acceso instantáneo al curso seleccionado.

El diseño del proceso de pago está centrado en la usabilidad, **minimizando los pasos necesarios para completar la compra**. Esto reduce cualquier posible fricción y hace que el proceso sea intuitivo y amigable para el usuario.

➤ **Planes de suscripción y estrategia de precios:**

Teachlr adapta su estrategia de precios y suscripción para satisfacer una amplia gama de necesidades de los usuarios. Aunque actualmente no ofrece planes de suscripción mensuales o anuales en su interfaz principal, Teachlr Organizaciones presenta **cinco opciones de suscripción**: Starter, Profesional, Corporativo, Empresarial y Empresarial Premium, diseñadas **para atender las necesidades específicas de empresas y organizaciones** (figura 37).



Figura 37: Planes para empresas en Teachlr.

La modalidad más directa en Teachlr es la compra de cursos individuales. Esta opción permite a los usuarios adquirir contenido específico según sus intereses, pagando únicamente por lo que desean aprender. Los precios de los cursos individuales varían según factores como el contenido, la duración y el experto que lo imparte, brindando una amplia gama de opciones para diferentes presupuestos.

Teachlr utiliza **descuentos y promociones** como parte de su estrategia de precios. Estas ofertas pueden incluir promociones estacionales, descuentos por volumen (como la compra de múltiples cursos) o precios especiales para estudiantes y profesionales en transición de carrera.

### ➤ Página del perfil personal

Al acceder a los ajustes del perfil, los usuarios tienen la oportunidad de personalizar su experiencia en Teachlr profundizando en la configuración de su cuenta. Como podemos ver en la figura 38, en la sección de información básica, **se puede actualizar la foto de perfil, agregar detalles personales** como la profesión, ubicación e idioma, lo que ayuda a otros usuarios a entender mejor quién eres y qué haces. Esta personalización aumenta la visibilidad de los usuarios **enriqueciendo las oportunidades de networking**.

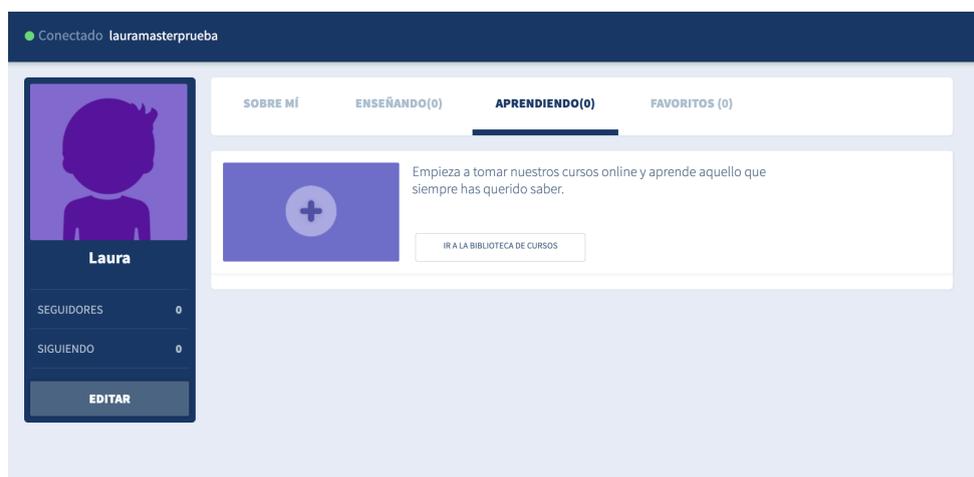


Figura 38: Página del perfil personal en Teachlr.

Por otra parte, en la **sección de “Finanzas”**, dentro del perfil personal, los usuarios pueden ver un resumen de sus transacciones económicas dentro de Teachlr. Esta área es vital para los instructores y los estudiantes que realizan compras. Se muestra el balance actual y el historial de transacciones, incluyendo detalles como la fecha, hora, descripción del producto comprado o vendido, y los métodos de pago utilizados. Esta transparencia y facilidad de acceso a la información financiera permite a los usuarios gestionar mejor sus inversiones y ganancias en la plataforma.

### ➤ Experiencia de usuario y navegación:

La plataforma de Teachlr utiliza un **esquema de colores consistente y atractivo**, lo cual no solo mejora la apariencia visual, sino que también **hace más fácil identificar**

**las acciones clave** como por ejemplo la inscripción en cursos. Los botones y enlaces destacan, asegurando que los elementos interactivos sean reconocibles y accesibles de forma sencilla.

Además de mejorar la navegación, Teachlr ofrece funciones prácticas como **recomendaciones de cursos similares** y un **acceso rápido a categorías más amplias**. Esto enriquece la experiencia del usuario al explorar el sitio y promueve un aprendizaje constante.

El compromiso claro de Teachlr con una experiencia centrada en el usuario se refleja en estos elementos de diseño y usabilidad, los cuales no solo permiten mantener la funcionalidad del sitio sino también mejorar constantemente la interacción del usuario con la plataforma.

## 5.4. Conclusiones del análisis de referentes

A partir del análisis externo realizado, se han extraído una serie de conclusiones significativas que proporcionan una visión clara del panorama competitivo y las oportunidades del presente proyecto de marketplace de cursos y talleres en línea.

Por una parte, se ha observado una gran variedad de plataformas de cursos en línea, aunque **pocas ofrecen clases en vivo** o se enfocan en el entretenimiento y la comunidad. La mayoría se centra en el desarrollo de habilidades profesionales a través de cursos pregrabados.

Además, se ha identificado una **gran cantidad de plataformas de gestión del aprendizaje (LMS) que facilitan la creación y promoción de cursos en línea**, pero su modelo de negocio no se basa en un marketplace donde encontrar directamente estos cursos.

Respecto a las clases en vivo, se ha detectado que no son comúnmente utilizadas en plataformas similares. Por ejemplo, Domestika contaba con “Domestika Live”, que utilizaba herramientas externas para clases en vivo, pero esta funcionalidad parece estar en desuso. Teachlr, por su parte, ha perdido relevancia en la oferta individual y se centra principalmente en organizaciones, dejando a esta línea de negocio la opción de cursos con interacción. Además, las plataformas que simulan un aula virtual no son competidores directos, ya que se especializan en clases particulares o de refuerzo escolar, como [Profe.com](#), [GoStudent](#) o [Preply](#), que se enfoca en clases de inglés.

Por otra parte, se han observado sitios web que si imparten clases en directo siguiendo temáticas concretas. Por ejemplo, sitios web de clases de cocina, sitios web para realizar

clases deportivas en línea, como es el caso de [Ictiva](#), [Gymvirtual](#) y [Entrenavirtual](#), o sitios web de clases en línea de yoga como es el caso de [Clases de Yoga Online](#), en los que incluso encontramos un calendario con las próximas clases disponibles. Estas plataformas integran las clases directamente en su propio sitio web, lo que sugiere que utilizan una solución de transmisión propia o un servicio integrado que les permite gestionar el contenido en vivo y grabado sin depender de plataformas externas como por ejemplo Zoom, YouTube Live o servicios de alojamiento de vídeo similares.

A partir de estas reflexiones, **se ha identificado una oportunidad de diferenciación:**

- Se pretende ofrecer a personas independientes que desean ganar ingresos impartir sus propios cursos en vivo o subir sus clases grabadas y otros recursos sin la necesidad de crear una marca propia ni promocionarse.
- Se destacará la gran variedad en la oferta de cursos en línea, tanto por las diferentes y múltiples temáticas como por las diferentes posibilidades de impartir cursos. (Videos pregrabados, clases por videoconferencia y funcionalidades para invitar a la interacción, como opción de chat, sondeos, compartir archivos, entre otros recursos). Todo integrado en la misma plataforma.

**La propuesta de valor** radica en la fusión entre las características de Domestika, Udemy y Teachlr, y otros sitios web enfocados en clases deportivas, que se posicionan como un “gimnasio virtual”. De esta manera, se ofrecerá una plataforma que combina clases en vivo y videos bajo demanda.

En resumen, el proyecto busca ofrecer una plataforma de cursos en línea que satisfaga las necesidades de una audiencia diversa. **Ofreciendo tanto oportunidades de aprendizaje profesional como momentos de entretenimiento y conexión con personas interesadas en compartir conocimientos o practicar deporte.**

A continuación, se detallan las conclusiones del análisis de los 3 referentes competidores directos. En la siguiente tabla (figura 39), se resumen los conceptos y funcionalidades analizados en el benchmarking:

Aspectos analizados	Udemy	Domestika	Teachlr
Muestra de cursos en la página de inicio	Si	Si	Si
Menú	Claro y centrado en las temáticas de los cursos	Más categorías además de los cursos: "Proyectos", "Empleo" y "Plus" (suscripción)	Claro y centrado en las temáticas de los cursos
Buscador	Si, en la cabecera	Si, en la cabecera	Si, en la cabecera
Aplicación móvil	Si	Si	Solo de Teachlr Organizaciones
Clases interactivas	No	Tienen la página Domestika "Live" pero desactualizada	Si, pero solo en Teachlr Organizaciones
Pizarra digital	No	No	Si
Recursos y materiales adicionales	Si	Si	Si
Palabras clave relacionadas con cursos mejor posicionadas (SEO)	"Cursos programación"	"Cursos fotografía"	"Tutorial excel"
Redes sociales activas	Instagram, facebook, pinterest, twitter, vimeo y youtube, linkedin pero no están en español	Instagram, facebook, LinkedIn pinterest, twitter, vimeo y youtube	Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter
Frecuencia de publicación	Diaria	Diaria	Desactualizado
Tipo de contenido	Corporativo y promoción de cursos	Promoción de sus cursos	Contenido centrado en Teachlr organizaciones

Figura 39: Tabla comparativa del análisis de referentes o benchmarking. Fuente: elaboración propia.

**6.**

## **ANÁLISIS INTERNO**

## 6. Análisis Interno

### 6.1. Estudio de mercado

#### El mercado de streaming en España

El servicio Entertainment on Demand de Kantar (2022)<sup>26</sup> ha ofrecido datos relevantes en cuanto al mercado de streaming en España.

Durante el periodo de julio a septiembre de 2022 en España:

- 12,4 millones de hogares utilizaban plataformas de streaming, representando el 66% de los hogares (figura 40).
- Los hogares con SVoD accedían a una media de 3,3 plataformas, con un 11% utilizando seis o más.
- El 2,7% de los hogares contrató un nuevo servicio SVoD, siendo Amazon Prime Video el más elegido (43%).
- El 23% de los usuarios planea cancelar al menos una suscripción SVoD para ahorrar dinero.

*España: Porcentaje (%) de nuevas suscripciones de SVoD*

		Q3 2022
Amazon Prime Video		43,1%
Disney+		15,6%
HBO Max		9,8%
Netflix		8,1%
DAZN		7,4%
ATRESplayer Premium		4,0%
Apple TV+		3,6%
Euro Sport Player		2,9%
Mitele+		2,0%
Filmin		1,0%
Discovery		0,9%
Moviestar+		0,9%

**KANTAR**

Fuente: Kantar, Worldpanel Division, ComTech, Entertainment on Demand (3T de 2022).

Figura 40. Fuente: Kantar (2022) - El mercado de 'streaming' en España se vuelve hipercompetitivo, según un nuevo servicio de Kantar.

<sup>26</sup>Kantar (2022) - El mercado de 'streaming' en España se vuelve hipercompetitivo, según un nuevo servicio de Kantar.

Según el estudio de Kantar, el streaming es muy popular en España, con siete de cada diez hogares suscritos, superando a países como Alemania y el Reino Unido. **Se espera que el mercado crezca aún más, con un potencial del 80% de la población.** El informe de Kantar indica que los usuarios eligen las plataformas de streaming por su contenido y la conveniencia de acceder a él en cualquier momento y lugar, más que por evitar la publicidad o los periodos de prueba gratuitos.

El informe de Kantar sobre España demuestra la gran popularidad del streaming en el país, uno de los mercados más competitivos de Europa.

### **El mercado de la formación en línea**

La industria de la formación en línea, también llamada “e-learning” ha estado en desarrollo durante años, pero su crecimiento se aceleró drásticamente con la pandemia de COVID-19. Esta situación impulsó su uso en diversos ámbitos, incluyendo colegios, institutos, universidades y empresas. Se aceleró la consolidación y surgimiento de nuevas plataformas tecnológicas, así como la creación de una amplia oferta de formación para todos los públicos y sectores.

En los últimos años, el **aumento de la formación en línea** ha sido notable, **multiplicándose hasta nueve veces en tres años.** La tendencia hacia la formación en línea parece consolidarse, ofreciendo más oportunidades educativas. Esta tendencia se debe a varias razones, entre ellas la flexibilidad de horarios y la disponibilidad constante del contenido didáctico. Los cursos en línea varían en profundidad, desde tutoriales superficiales hasta másteres universitarios completos. Además, son competitivos en cuanto a precios, y muchos son gratuitos.

Aunque su crecimiento inicial coincidió con la pandemia, las estadísticas indican que esta forma de aprendizaje ha llegado para quedarse. Según los resultados de un estudio de Eurostat publicado en el diario digital El Debate (2023)<sup>27</sup>, en 2022, el 41,5% de los españoles de entre 16 y 74 años participaron en cursos en línea o utilizaron materiales de aprendizaje digital en los tres meses anteriores a la encuesta.

**España ocupa el segundo lugar en la Unión Europea** en cuanto a la adopción de formación en línea. Durante el año 2022, **siete de cada diez jóvenes** españoles entre 16 y 24 años participaron en cursos y tutoriales en línea para mejorar su nivel de idiomas, complementar

---

<sup>27</sup>Pérez, J.R. (25 de enero) - Los españoles se suben al carro de la formación 'online': cuatro de cada diez ya aprenden desde casa.

su educación o por diversión. En contraste, solo el 10,7% de las personas entre 65 y 74 años (figura 41) optaron por esta modalidad formativa.

Esto demuestra que las **preferencias de las nuevas generaciones** también repercutirá positivamente a que el **mercado de cursos online siga creciendo**.

A medida que la sociedad se digitaliza, es probable que la educación en línea aumente en todas las edades, ofreciendo oportunidades para el desarrollo personal y profesional.

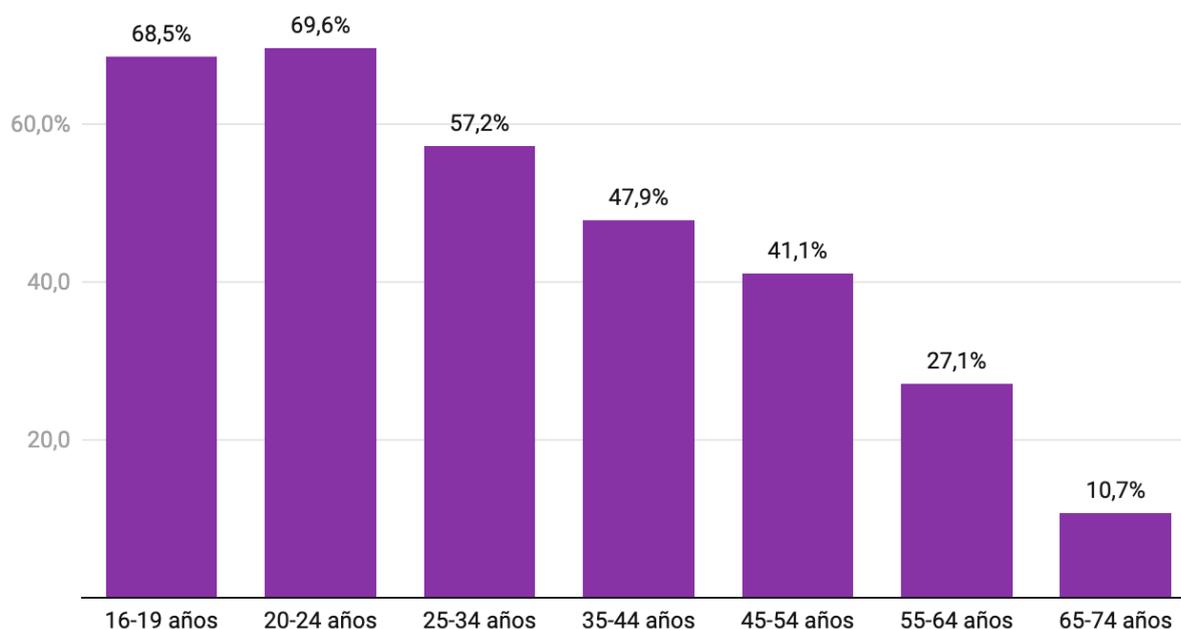


Figura 41. Fuente: Eurostat. Porcentaje de personas que realizaron cursos online o utilizaron material online de aprendizaje en España en los tres meses previos a la encuesta por grupos de edad (año 2022).

La formación online o e-learning ofrece numerosas ventajas, adaptándose fácilmente a las nuevas generaciones digitales que buscan un aprendizaje personalizado, actual, dinámico y descentralizado. Destaca la necesidad de cursos específicos y habilidades concretas para competir en un mercado laboral influenciado por la transformación digital, como el ecommerce, el diseño gráfico, el trading, las finanzas personales y el marketing online. Esto sugiere un futuro prometedor para la industria del e-learning a nivel mundial, según un artículo publicado en Nexo Profesional (2022)<sup>28</sup>.

Por otra parte, la demanda de formadores en materias relacionadas con el mundo digital es cada vez más alta. Así como de herramientas ya imprescindibles en el entorno laboral actual. Los sectores más demandados para cursos de formación online son los relacionados con

<sup>28</sup> Nexo Profesional (2022) - Ser formador online en 2023

negocio y marketing digital, cursos de programación, cursos de nuevas tecnologías como la IA, cursos de edición y/o diseño gráfico e incluso de inversión y criptomonedas.

Cabe destacar que dentro de la tendencia al alza de consumir cursos en línea también se encuentran otro tipo de formaciones no especialmente dedicadas al mundo profesional, como puede ser el arte, la fotografía, manualidades, salud y fitness o desarrollo personal.

## 6.2. Modelo de negocio

### 6.2.1. Business Model Canvas

<b>Asociaciones Clave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proveedores de infraestructuras tecnológicas</li> <li>- Influencers</li> <li>- Proveedores de servicios de pago</li> <li>- Usuarios vendedores de cursos</li> </ul>	<b>Actividades Clave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo y mantenimiento de la plataforma.</li> <li>- Adquisición y retención de instructores y usuarios.</li> <li>- Promoción de la plataforma y los talleres.</li> </ul> <b>Recursos Clave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servidores y alojamiento web</li> <li>- Equipo de desarrollo de software para el mantenimiento y la mejora continua de la plataforma.</li> </ul>	<b>Propuestas de Valor</b> <p>Marketplace de talleres y cursos online con amplia variedad de talleres en diferentes áreas temáticas.</p> <p>Transmisión de talleres en vivo interactivos con funcionalidades que invitan a ello.</p>	<b>Relación con los clientes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Redes sociales</li> <li>- Formularios de contacto</li> <li>- Teléfono</li> <li>- Correo electrónico</li> <li>- Chatbot para resolver consultas</li> </ul> <b>Canales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Redes sociales</li> <li>- Email</li> <li>- Sitio web</li> <li>- Buscadores</li> </ul>	<b>Segmentos de clientes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Intereses múltiples: Cocina, belleza, deporte, temas esotéricos, programación, diseño, arte, etc.</li> <li>- Usuarios que desean participar en talleres online.</li> <li>- Instructores que ofrecen talleres y buscan una plataforma para llegar a una audiencia más amplia.</li> </ul>
<b>Estructura de costes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Costos de desarrollo y mantenimiento de software.</li> <li>- Gastos de marketing y publicidad.</li> <li>- Costos de personal para atención al cliente, gestión de contenido, y desarrollo.</li> <li>- Costos de infraestructura como servidores y alojamiento.</li> </ul>		<b>Fuentes de ingresos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comisiones por transacción de los ingresos generados por la venta de entradas a los talleres.</li> <li>- Suscripción para vendedores</li> <li>- Tarifas de suscripción premium para usuarios que deseen acceso exclusivo a talleres premium o características adicionales.</li> </ul>		

Figura 42: Business Model Canvas del marketplace de cursos y talleres en línea. Fuente: Elaboración propia.

### 6.2.2. Funcionalidades del marketplace de cursos y talleres en línea

El presente trabajo de fin de máster (TFM) se centra en el prototipo de un marketplace innovador de cursos y talleres en vivo. Esta plataforma digital tiene como objetivo principal ofrecer una experiencia de aprendizaje interactiva y enriquecedora para los usuarios.

La educación en línea se ha convertido en una herramienta fundamental para el desarrollo personal y profesional. El marketplace busca aprovechar esta tendencia, proporcionando un

espacio virtual donde los usuarios puedan acceder a una amplia variedad de cursos y talleres en línea.

Con un enfoque en la interactividad y la diversidad de experiencias, este proyecto tiene como objetivo satisfacer las necesidades de aprendizaje, desarrollo de habilidades e incluso de entretenimiento en línea de una amplia audiencia. A través de una plataforma intuitiva y fácil de usar, se aspira fomentar la conexión, la inspiración y el crecimiento personal y profesional de los usuarios.

A continuación se detallan las funcionalidades más destacadas para la conceptualización del marketplace de talleres y cursos en línea:

### **Interactividad y participación en tiempo real**

- Chat en vivo: Permitirá a los participantes interactuar entre sí y con los instructores durante las sesiones en vivo, fomentando la participación y el compromiso.
- Sala de reuniones: Ofrecerá un espacio virtual para reuniones y discusiones grupales antes o después de los talleres, facilitando la conexión entre los participantes.
- Sondeos en vivo: Permitirá a los instructores recopilar opiniones instantáneas de los participantes y adaptar la experiencia en tiempo real.

### **Gestión de contenidos y documentos**

- Catálogo de cursos: Los instructores podrán subir cursos y los usuarios podrán buscarlos y filtrarlos por categoría, nivel, duración, etc.
- Almacenamiento de vídeos y documentos: Los usuarios podrán cargar y acceder a material de apoyo, presentaciones y otros recursos relevantes para los talleres.
- Sistema de favoritos y avisos: Los participantes podrán marcar talleres como favoritos y recibir notificaciones sobre eventos próximos o actualizaciones importantes.

### **Personalización y categorización**

- Tags personalizados: Se permitirá a los usuarios etiquetar talleres según sus intereses específicos, facilitando la búsqueda y personalización de la experiencia.
- Categorías claras: Se dividirán los talleres en diferentes categorías, como arte y manualidades, cocina, desarrollo personal, música, tecnología, salud, negocios, deportes, entre otros.
- Sistema de evaluación: Opciones para que los estudiantes dejen reseñas y calificaciones.

- Gamificación: Para aumentar el nivel de participación y motivación de los usuarios durante su experiencia educativa, se implementará elementos de gamificación como puntos, insignias y tablas clasificatorias.

### **Tecnología avanzada**

- Inteligencia Artificial (IA): Se proporcionará recomendaciones personalizadas de talleres basadas en los intereses y comportamientos de los usuarios, mejorando la relevancia y la experiencia del usuario.
- Algoritmos de destacado: Se incorporarán los talleres más relevantes en la parte superior de los listados según las preferencias y el historial de cada usuario.

### **Colaboración con plataformas de gestión**

- Integración con plataformas de gestión: Se facilitará la colaboración con herramientas de gestión para una administración eficiente de los talleres y eventos.

### **Experiencia de usuario y promoción**

- Experiencias exclusivas para miembros: Se ofrecerá un programa de membresía (plan de suscripción) de diferentes categorías con beneficios exclusivos, como acceso anticipado y descuentos especiales, para fomentar la fidelidad de los usuarios.
- Prueba gratuita: Se utilizará como acelerador de compra la opción de "probar gratis", ofreciendo seguridad y confianza a los usuarios para que se decidan a escoger el plan por suscripción.
- Calendario de eventos: Proporcionará un calendario completo de eventos con recordatorios automáticos para mantener a los usuarios informados sobre las próximas clases en línea y en vivo disponibles.
- Plataforma de pago segura: Se garantizarán transacciones seguras y protección de datos financieros mediante la integración de pasarelas de pago confiables y sistemas de encriptación SSL.

### **6.2.3. Modelos de monetización**

El sistema de pago y suscripción de la plataforma de cursos y talleres que se pretende conceptualizar desempeña un papel crucial en la satisfacción del usuario y en la generación de ingresos. En este contexto, se considera una combinación de métodos de pago y modelos

de suscripción para ofrecer una experiencia flexible y atractiva. A continuación, se detallan las diferentes opciones de financiación:

**Venta de cursos o talleres individuales:**

Ofreciendo la flexibilidad de adquirir clases de forma individual, los usuarios pueden participar en experiencias específicas según sus intereses, sin la necesidad de compromisos a largo plazo.

**Servicio Freemium para usuarios:**

Se implementa un modelo freemium que brinda acceso básico gratuito a ciertos eventos o funcionalidades limitadas de la plataforma, con la opción de desbloquear características premium mediante suscripción.

**Modelo de suscripción y flexibilidad de pago:**

Se ofrecen planes flexibles de suscripción, permitiendo a los usuarios optar por planes trimestrales, mensuales o anuales según sus preferencias y necesidades de uso.

**Suscripción para instructores de cursos y talleres en línea:**

Ofreciendo la posibilidad de suscripción para los organizadores de cursos, proporcionándoles acceso completo a las herramientas de gestión y promoción en la plataforma.

**Servicios adicionales:**

Considerando la oferta de servicios extras, como campañas de promoción y publicidad, que pueden generar ingresos adicionales tanto para la plataforma como para los organizadores de cursos. Además, se ofrecerá a los instructores la posibilidad de destacar sus talleres en el sitio web, proporcionando un ingreso añadido.

### **6.3. Públicos objetivos**

Los públicos a los cuales se dirige el presente proyecto se diferencian principalmente en dos segmentos. Tal y como se ha determinado en el alcance del proyecto, la parte dedicada al público “instructores” (quienes ofrecen los talleres), no será objeto de análisis en sí.

## **Público final (consumidor de cursos en línea)**

Las características principales de los usuarios que desean participar o adquirir en talleres online se dividen en las siguientes:

- Profesionales en busca de desarrollo personal y profesional en diversas áreas temáticas como negocios, tecnología, arte, salud, etc.
- Estudiantes que buscan complementar su educación formal con talleres prácticos y especializados.
- Personas interesadas en hobbies y actividades relacionadas con sus intereses personales o hobbies como pueden ser la cocina, la música, el arte o la jardinería.
- Grupos específicos como padres y madres de familia, jubilados, personas con discapacidades, entre otros, que buscan talleres adaptados a sus necesidades e intereses.

## **Público proveedor de cursos (instructor que imparte el curso)**

El segmento del público referido a los Instructores que ofrecen talleres y/o cursos cuentan con las siguientes características:

- Profesionales con experiencia y conocimientos en diversas áreas temáticas dispuestos a compartir su *expertise*.
- Emprendedores que desean monetizar su conocimiento ofreciendo talleres y cursos online.
- Educadores y expertos en instituciones educativas que buscan ampliar su alcance y llegar a una audiencia más amplia.
- Artistas y artesanos que desean enseñar sus habilidades y técnicas creativas a través de talleres en línea.
- Entrenadores personales, instructores o coaches que busquen ofrecer sus servicios de manera virtual.
- Organizaciones educativas o deportivas que desean publicar sus clases en línea para generar ingresos adicionales.

Tal y como se comenta en el alcance del proyecto, únicamente es caso de estudio y análisis el público comprador de los cursos y talleres en línea. Se ha realizado una **encuesta a 100 usuarios** para conocer en profundidad los gustos y preferencias y la variedad de tipos de

intereses a la hora de consumir formación online. Los resultados de la encuesta se pueden consultar en detalle en el [14.2. Anexo 2](#).

Las principales conclusiones extraídas de la encuesta son las siguientes:

1. **Valoración de la interacción con el instructor:** Los usuarios han destacado la importancia de la interacción directa con el instructor como un factor clave al elegir un curso en línea. Este aspecto puede considerarse un valor diferencial en comparación con plataformas reconocidas en el mercado, como Udemy o Domestika.
2. **Planes de suscripción:** Aproximadamente la mitad de los encuestados estarían dispuestos a suscribirse a un plan mensual o trimestral. La mayoría estaría dispuesta a pagar entre 20 y 50 euros por una suscripción, lo que indica una apertura hacia modelos de acceso más continuo a los contenidos.
3. **Valoración de la experiencia del instructor:** Más de la mitad de los usuarios encuestados estarían dispuestos a aumentar su presupuesto inicial si el taller es impartido por un profesional o experto reconocido en su campo. Esto subraya la importancia de contar con instructores de renombre para atraer a más participantes.
4. **Intereses predominantes en cursos en línea:** Las temáticas más demandadas entre los usuarios son, en primer lugar, las clases de idiomas, seguidas del desarrollo personal, y posteriormente, la cocina, pero también destacan temáticas como bienestar y salud o artes y creatividad. Estos resultados sugieren áreas clave donde enfocar la oferta de cursos.
5. **Disposición a pagar por sesión:** La mayoría de los usuarios están dispuestos a pagar entre 20 y 50 euros por sesión para cursos o talleres en línea. Este rango de precios es más atractivo para ellos que pagar menos de 20 euros por una sesión formativa, lo que podría indicar una percepción de mayor valor en cursos con un precio más elevado.

## 6.4. Personas y escenarios

Según Kreitzberg (2009)<sup>29</sup>, **las Personas son fundamentales en el diseño de la experiencia del usuario (UX)**. Estas representaciones ficticias de usuarios que son potenciales clientes

---

<sup>29</sup>Kreitzberg, C.B.; Ambrose, L. (2009). Usability in Practice -The Power of Personas.

del sitio web que este proyecto pretende conceptualizar, nos ayudan a comprender mejor sus necesidades y comportamientos.

Se ha seguido el enfoque propuesto por Turner (2010)<sup>30</sup> al presentar escenarios que nos permiten entender a los usuarios, las tareas que realizan y el tipo de experiencia que el sitio web debería proporcionar. Es crucial asegurarnos de que el diseño del sitio esté alineado con las necesidades reales de los usuarios.

En este estudio, se han seleccionado tres personas que representan diferentes perfiles de usuarios. Se incluyen dos mujeres y un hombre de diversas edades y con distintas necesidades. Para cada persona definida, se ha creado un escenario que describe una situación en la que la persona enfrenta una necesidad y busca soluciones.

### **Persona 1:**



Figura 43: Creación del User Persona. Fuente: elaboración propia.

### **Escenario 1:**

Aina se considera una nómada digital, apasionada por las redes sociales y la creación de contenido web. Siempre ha buscado nuevas formas de generar ingresos en internet. Sin embargo, siente que su trabajo actual limita su creatividad al requerir un enfoque único y le

<sup>30</sup>Turner, Neil (2010). "A step by step guide to scenario mapping". *UX for the masses*.

gustaría explorar más su potencial como creadora. Cree que mejorar su posición laboral requiere aprender nuevas tendencias de comunicación.

Aina aspira a formar su propia empresa de marketing y comunicación en el futuro, pero le falta tiempo para investigar este mercado y formarse más. Después de su jornada laboral, dedica tiempo a investigar emprendimiento en marketing digital en su teléfono móvil, llevándola a LinkedIn. Se inscribe en un webinar de marketing y lee una newsletter de su agencia de publicidad favorita. Al darse cuenta de la necesidad de habilidades para emprender, busca "cursos de marketing digital" en Google y encuentra uno interesante en Udemy. Sin embargo, también reconoce la necesidad de formación en emprendimiento.

Al final del día, navega por Instagram y los algoritmos muestran influencers y perfiles relevantes en su ámbito. Se da cuenta que necesitaría una guía más personalizada además de los tutoriales y cursos en línea grabados que pueda llegar a consumir. Se va a dormir reflexionando que quizás le iría bien un un experto que le ayude a alcanzar sus metas profesionales.

## Persona 2:

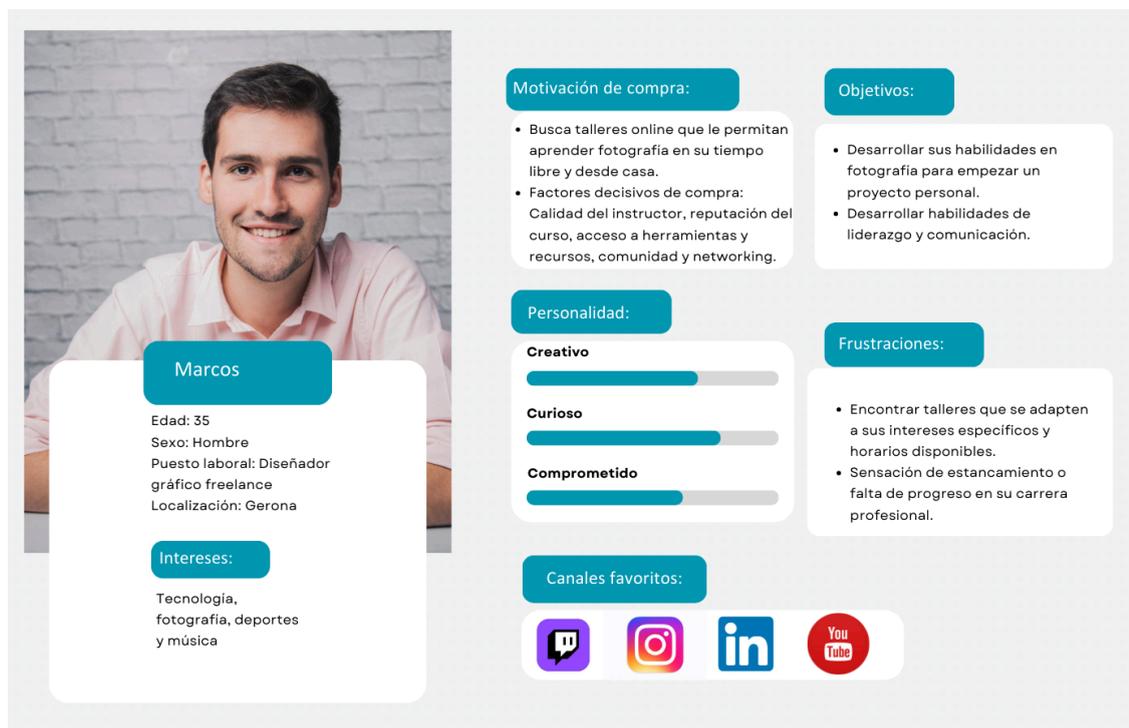


Figura 44: Creación del User Persona. Fuente: elaboración propia.

## Escenario 2:

Marcos, un joven profesional que trabaja como freelancer en el campo del diseño gráfico, está buscando constantemente oportunidades para expandir sus conocimientos y habilidades en su área de especialización. Disfruta explorando nuevas tendencias de diseño y suele ver tutoriales en YouTube para perfeccionar sus habilidades con los programas de edición.

Su próximo objetivo es abrir una vertical en su negocio centrada en la fotografía, un pasatiempo que siempre ha disfrutado y que ahora desea integrar en su vida profesional.

Después de terminar su jornada laboral, Marcos se relaja en casa explorando diversas cuentas de Instagram especializadas en fotografía. Le gustaría participar en cursos grupales que muestren proyectos y enseñen temas de fotografía y siente que la modalidad presencial sería más beneficiosa, pero actualmente no dispone del tiempo necesario para ello. Sin embargo, examina su calendario móvil en busca de posibles huecos que pueda utilizar para profundizar en el campo de la fotografía. Se siente atraído por la idea de participar en clases interactivas y en tiempo real, donde pueda plantear preguntas y recibir retroalimentación directa de instructores expertos.

### Persona 3:

The image shows a user persona card for María. On the left is a photo of a woman with short blonde hair wearing a tan vest over a white shirt. To the right of the photo is a white card with a blue header 'María'. Below the name, it lists: Edad: 42, Sexo: Mujer, Puesto laboral: Consultora de recursos humanos y gestión del talento, Localización: Asturias. Under 'Intereses:', it lists 'Cocina y gastronomía, alimentación saludable, e ir de compras.' To the right of the photo are several blue-bordered boxes with white text. 'Motivación de compra:' lists 'Busca clases de cocina en línea que le permitan aprender en su tiempo libre y sin tener que desplazarse.' and 'Factores decisivos de compra: descuentos y ofertas, popularidad del instructor, facilidad de uso y variedad de recetas.' 'Objetivos:' lists 'Aprender nuevas recetas y técnicas de cocina para sorprender a su familia y amigos.' and 'Conseguir bienestar emocional a través de ejercicios y técnicas de relajación.' 'Personalidad:' has three sliders: 'Apasionada por la cocina' (high), 'Organizada' (medium), and 'Amigable' (medium). 'Frustraciones:' lists 'No encontrar clases presenciales que se ajusten a su horario de trabajo y vida familiar.' and 'No tener tiempo para innovar en la cocina debido a su trabajo y responsabilidades familiares.' 'Canales favoritos:' shows icons for Facebook, X, LinkedIn, and WhatsApp.

Figura 45: Creación del User Persona. Fuente: elaboración propia.

### Escenario 3:

María regresa a casa tras una jornada extenuante en la oficina, anhelando relajarse y sumergirse en su pasión: la cocina. Como apasionada de la gastronomía, disfruta explorando con nuevos ingredientes y técnicas culinarias para crear platos únicos y sabrosos que deleiten a su familia.

Después de preparar una merienda ligera, María se instala en su cocina, lista para disfrutar de un video tutorial sobre una receta de postre que encontró compartido en Facebook y guardó en las notas de su móvil. Con su delantal puesto y su portátil listo, se embarca en su propia clase de cocina en línea, programada para esa noche.

Mientras está viendo atenta el tutorial impartido por un chef experto, María echa en falta poder interactuar con el instructor mientras sigue paso a paso las instrucciones para preparar la exquisita receta. A medida que avanza la en su receta, María se siente inspirada y motivada para experimentar con nuevas técnicas culinarias en su propia cocina, pero cansada de ver videos mientras cocina, decide improvisar ella misma.

## 6.5. DAFO

<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Marca de reciente creación con alto coste inicial debido a la dependencia tecnológica.</li><li>● Costes fijos altos principalmente al inicio de la puesta en marcha de la plataforma web.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Los recursos tecnológicos que requieren una plataforma de streaming simultáneo tienen un coste elevado.</li><li>● Existen otras plataformas de cursos online ya posicionadas y consolidadas en el mercado.</li><li>● Competencia creciente: Gran variedad de ofertas formativas online de múltiples temáticas.</li></ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Oferta atractiva para usuarios que buscan vender sus cursos con poco tiempo y recursos.</li><li>● Marketing de influencers que imparten algún tipo de formación para atraer rápidamente desde el lanzamiento del Marketplace.</li><li>● Variedad de talleres que permite atraer a una audiencia más amplia y diversa.</li><li>● Funcionalidades para interactuar directamente con los instructores.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Muchos usuarios quieren vender sus cursos en línea pero no todos cuentan con facilidades para promocionarse.</li><li>● Crecimiento de plataformas de Marketplace.</li><li>● Crecimiento del aprendizaje online.</li><li>● Colaboraciones con instituciones, expertos e influencers aumentan la visibilidad de la plataforma.</li></ul>

# 7.

## CONCEPTUALIZACIÓN Y PROTOTIPADO

## 7. Conceptualización y prototipado

El objetivo de la creación del prototipo del marketplace de cursos y talleres en línea es visualizar y definir las funcionalidades que se pretenden desarrollar en la plataforma, así como establecer la arquitectura de la información. Se ha realizado un card sorting con el fin de definir las principales categorías del sitio web.

Para los wireframes y el prototipo se han seleccionado las siguientes pantallas: página de inicio, página de categorías, página de curso individual, pantallas correspondientes al proceso de compra, página del plan de suscripción y página del perfil personal.

Es importante destacar que, antes de proceder con el prototipo, se ha desarrollado la identidad y el diseño de la marca. Esto incluye la personalidad de la marca, el tono y estilo, el logotipo, la paleta de colores principal y la tipografía. Esta guía de estilo ha sido fundamental para el diseño del prototipo del marketplace de cursos y talleres en línea.

### 7.1. Card Sorting

El card sorting es una técnica de investigación centrada en la experiencia del usuario que permite detectar cómo los usuarios perciben y organizan la información. Esta metodología se emplea para diseñar o mejorar la arquitectura de información de un sitio web, facilitando la creación de una estructura intuitiva que alinea la organización del contenido con los modelos mentales de los usuarios. Según Spencer y Warfel (2004)<sup>31</sup>, el card sorting es un método económico y efectivo para identificar patrones en cómo los usuarios esperan encontrar contenido o funcionalidades dentro de un sitio web.

Se ha optado por realizar esta sesión mediante [Optimalsort](#), una herramienta de card sorting en línea. A través de la herramienta, los participantes organizan digitalmente las tarjetas. Esto facilita la participación a distancia y agiliza el proceso de recopilación y análisis de datos.

Se han seleccionado un conjunto de etiquetas que representan todas las funcionalidades y tipos de contenido principales de la plataforma, tales como diferentes áreas de cursos, herramientas de interacción usuario-instructor, configuraciones de perfil, etc.

---

<sup>31</sup>Spencer, D., & Warfel, T. (2004 7 Abril). *Card Sorting: A Definitive guide*. Boxes And Arrows.

La actividad de card sorting ha sido distribuida a 10 participantes, para asegurar una diversidad de opiniones y detectar patrones consistentes en la organización propuesta por los usuarios.

El **objetivo principal** de la realización del card sorting en este proyecto es:

- Utilizar los datos recogidos para definir la arquitectura definitiva del sitio web, asegurando que esta esté alineada con las expectativas y comportamientos de los usuarios. Lo que determinará la estructura final del menú y la organización del sitio.

Para la realización del card sorting se han establecido las siguientes etiquetas agrupadas por áreas generales de funcionalidad:

### **Etiquetas**

- Categorías de Cursos
  - o Programación y Tecnología
  - o Artes y Diseño
  - o Ciencias y Matemáticas
  - o Humanidades y Ciencias Sociales
  - o Negocios y Emprendimiento
  - o Salud y Bienestar
- Herramientas y Recursos
  - o Biblioteca de Recursos
  - o Herramientas Interactivas (pizarras virtuales, chats)
  - o Material de Apoyo (lecturas, videos)
  - o Evaluaciones y Exámenes
- Comunidad y Soporte
  - o Foros de Discusión
  - o Blogs y Artículos
  - o Eventos y Webinars
  - o Soporte Técnico
  - o FAQ (Preguntas Frecuentes)
  - o Gestión de Usuario
- Perfil de Usuario
  - o Configuraciones de Cuenta
  - o Historial de Aprendizaje
  - o Certificaciones y Premios

- o Notificaciones
- Servicios Adicionales
  - o Asesoramiento y Tutorías
  - o Orientación Profesional
  - o Red de Networking
  - o Colaboraciones y Proyectos

## **Resultados**

Los participantes, todos situados en España, han organizado las etiquetas en grupos según su lógica, reflejando su comprensión y expectativas del contenido y las funcionalidades.

Los resultados obtenidos a través del estudio de Card Sorting con 10 participantes, han ofrecido datos valiosos sobre cómo los usuarios organizan mentalmente la información relacionada con la plataforma web del presente proyecto. Esta metodología ha permitido evaluar las preferencias en cuanto a la agrupación de contenidos y la asignación de etiquetas a esas agrupaciones, esencial para diseñar una interfaz intuitiva y efectiva.

En la siguiente imagen se muestra una visión general del estudio. Los 10 participantes completaron el Card Sorting satisfactoriamente. Como podemos ver en la figura 46, el tiempo promedio de participación fue de 1 minuto y 57 segundos, lo cual indica una buena interacción con el proceso sin que resultase demasiado prolongado o complejo.

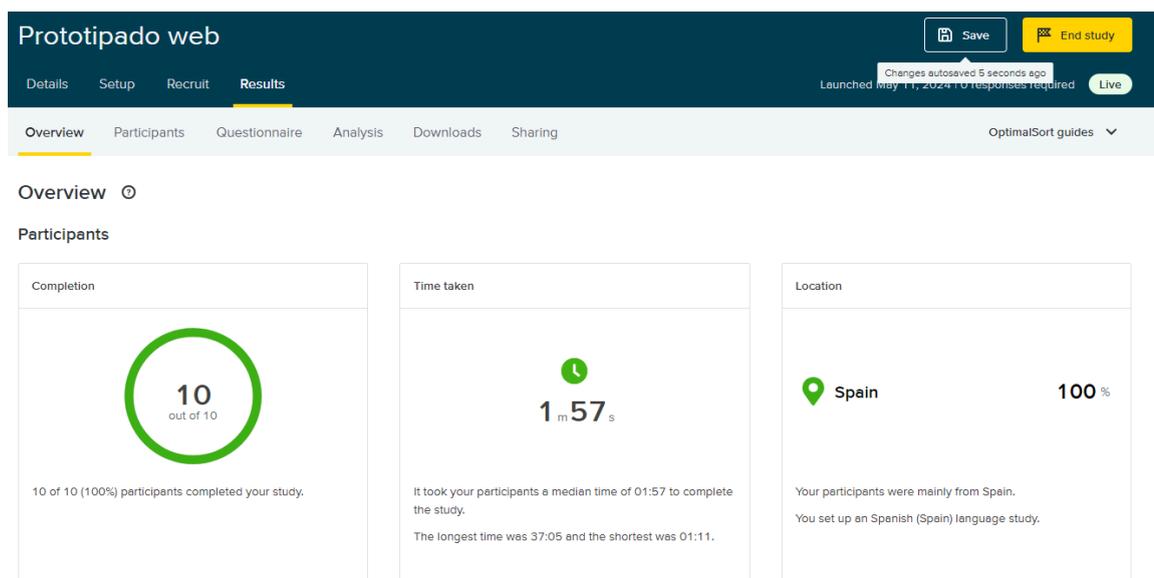


Figura 46. Captura de pantalla de los resultados de la prueba de Card Sorting.

## Resultados por participante:

La segunda imagen (figura 47) proporciona información más detallada sobre la participación individual. La variabilidad en el tiempo tomado por cada participante (desde 1 minuto y 11 segundos hasta 37 minutos y 5 segundos) destaca diferencias en cómo cada usuario abordó la tarea. Esta diversidad en los tiempos de respuesta puede ser indicativa de distintos niveles de familiaridad con el contenido o diferentes enfoques en la toma de decisiones sobre la agrupación de los elementos.

Your participants ⊙ Show participants Included in results (10) ▾

0 Participants selected — Exclude selected participants

<input type="checkbox"/>	Participant	Status	Time taken	Question responses	Cards sorted	Categories created	Categories named	
<input type="checkbox"/>	Participant 1	Completed	3:25	1	100%	5	100%	Exclude from results
<input type="checkbox"/>	Participant 2	Completed	2:12	1	100%	6	100%	Exclude from results
<input type="checkbox"/>	Participant 3	Completed	1:11	1	100%	4	100%	Exclude from results
<input type="checkbox"/>	Participant 4	Completed	1:43	1	100%	4	100%	Exclude from results
<input type="checkbox"/>	Participant 5	Completed	37:05	1	100%	5	100%	Exclude from results
<input type="checkbox"/>	Participant 6	Completed	2:55	1	100%	6	100%	Exclude from results
<input type="checkbox"/>	Participant 7	Completed	1:43	1	100%	4	100%	Exclude from results
<input type="checkbox"/>	Participant 8	Completed	3:11	1	100%	5	100%	Exclude from results
<input type="checkbox"/>	Participant 9	Completed	1:13	1	100%	5	100%	Exclude from results
<input type="checkbox"/>	Participant 10	Completed	1:11	1	100%	5	100%	Exclude from results

Figura 47: Captura de pantalla de los resultados por participante de la prueba de Card Sorting

## Análisis de similitud:

Como se muestra en la siguiente captura de pantalla (figura 48), la matriz de similitud revela patrones en la coherencia de las agrupaciones creadas por los usuarios. **Áreas con alta coherencia**, mostradas en porcentajes cercanos al 100%, como **"Programación y Tecnología"**, **"Ciencias y Matemáticas"**, y **"Humanidades y Ciencias Sociales"**, las cuales corresponden a las distintas temáticas de cursos, indican un fuerte consenso en estas categorizaciones. En cambio, categorías como **"Eventos y Webinars"** y **"Red de Networking"** han mostrado coherencia media a baja, lo cual sugiere que estas categorías pueden ser más difíciles de interpretar o menos intuitivas para los usuarios.

## Similarity matrix

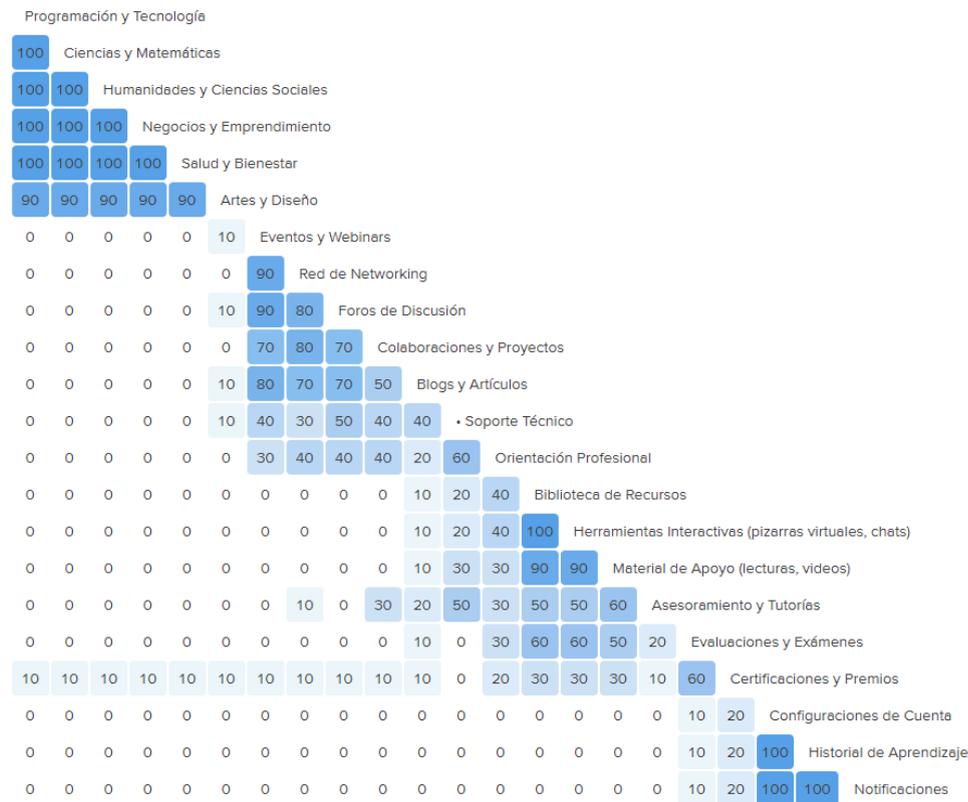


Figura 48: Captura de pantalla de la matriz de similitud del Card Sorting

Estos resultados demuestran la utilidad del Card Sorting para identificar y confirmar categorías lógicas dentro del sitio web, basadas directamente en el entendimiento y las expectativas del usuario. La coherencia en categorías clave sugiere una base sólida para la estructura de navegación del sitio, mientras que las áreas con menor coherencia señalan la necesidad de revisión o de proporcionar mayor claridad en esos segmentos.

## 7.2. Arquitectura de la información

La arquitectura de la información del prototipo web se ha diseñado con el fin de facilitar el acceso y la gestión de contenido de manera intuitiva. Es crucial para ayudar a los usuarios a navegar por el sitio sin esfuerzo, mejorando su capacidad para encontrar información rápidamente y entender la organización del sitio a primera vista.

## Sistemas de organización

### **Esquema y estructura de organización:**

El sistema de organización de la plataforma dividirá la información en secciones bien definidas, utilizando un esquema de organización exacto. **La información se mostrará organizada cronológicamente** por defecto, facilitando así a los usuarios el seguimiento de actualizaciones o adiciones recientes. Este orden es esencial, especialmente en áreas donde el contenido se actualiza con frecuencia y necesita ser accesible rápidamente, como por ejemplo, en la página de inicio o en las páginas temáticas de cursos concretos. Destacando así los talleres o cursos más actualizados.

A pesar de la jerarquía cronológica, se introducirán **estructuras de organización no lineales, como el hipertexto**, lo que permitirá que un elemento aparezca en múltiples jerarquías. Por ejemplo, un contenido puede aparecer tanto en la sección de actualizaciones recientes como en categorías temáticas específicas. Este enfoque ayuda a los usuarios a encontrar contenido relevante desde diferentes puntos de entrada, asegurando que la plataforma sea más accesible y fácil de usar.

### **Sistema de navegación:**

La navegación en la plataforma se ha organizado para que sea intuitiva y coherente, facilitando una experiencia de usuario eficiente. Se organiza en tres niveles:

- **Navegación global:** Está ubicada en la parte superior de la página, en la cabecera, y permanecerá siempre visible, proporcionando acceso rápido y constante a las principales áreas del sitio en todo momento.
- **Navegación local:** También conocida como navegación secundaria, se presentará en forma de L invertida. La navegación global se mantiene en la cabecera, mientras que la navegación local, que incluye las subcategorías de los diferentes cursos, se mostrará en algunas páginas, como una lista de enlaces verticales en el lado izquierdo de la página. Esta disposición permite al usuario acceder de forma directa a herramientas, recursos relevantes y otras subcategorías dentro de la página temática específica que está consultando, proporcionando una visión clara de las opciones disponibles dentro de la sección actual.
- **Navegación complementaria:** Se incluirán sistemas de búsqueda y filtrado que permita a los usuarios personalizar la visualización del contenido según sus

preferencias, mejorando la capacidad de encontrar y acceder rápidamente a la información que buscan.

### 7.3. Características y tecnologías requeridas para el desarrollo del proyecto

En este apartado, se detallan las características principales y los componentes tecnológicos requeridos para desarrollar un marketplace virtual de cursos en línea y en tiempo real. Cada elemento podría tener un impacto importante tanto en la experiencia del usuario como en el funcionamiento eficiente de la plataforma, desde ajustar la apariencia del diseño hasta incorporar métodos de pago y opciones para transmisiones en directo.

#### Tecnología requerida

Para desarrollar un marketplace que permita impartir clases en directo con múltiples participantes y que soporte clases simultáneas, todo integrado en una única plataforma, es necesario emplear diversas tecnologías. Para justificar y comprobar la viabilidad del proyecto, se ha realizado una investigación sobre las funcionalidades clave que un marketplace de cursos y talleres en línea de estas características debería incluir.

- **Sistema de gestión de usuarios:** Se empleará un sistema sólido para el registro y manejo de perfiles de estudiantes y profesores, el cual contará con características que permitirán realizar suscripciones, pagos y dar seguimiento al progreso.
- **Transmisión en vivo:** Se pueden utilizar distintas tecnologías de streaming en vivo, como WebRTC, Zoom SDK o servicios como Amazon IVS (Interactive Video Service), para transmitir las clases en tiempo real.
- **Capacidades multiclase:** La infraestructura se encargará de manejar múltiples transmisiones al mismo tiempo, haciendo uso de servidores escalables y equilibrando la carga para gestionar el tráfico y las conexiones simultáneas.
- **Interactividad:** Durante las clases, la comunicación entre profesores y estudiantes se verá beneficiada con el uso de herramientas interactivas como el chat en vivo, encuestas y pizarras digitales.

- **Programación y gestión de clases:** Un programa que permita planificar y gestionar horarios de clases, con opciones de calendario y alertas para estudiantes y profesores.
- **Pagos y suscripciones:** Se pueden integrar pasarelas de pago como Stripe, PayPal o Square para que los usuarios puedan pagar por las clases, incluyendo suscripciones y planes personalizados.
- **Grabación y reproducción:** Existen distintas posibilidades para registrar las clases en directo y facilitar el acceso a las grabaciones a los estudiantes más adelante.
- **Seguridad y privacidad:** Se llevará a cabo la implementación de medidas de seguridad con el fin de salvaguardar los datos de los usuarios y las transmisiones en directo, estas incluirán tanto cifrado como autenticación sólida.
- **Soporte multiplataforma:** Se puede acceder a la plataforma desde distintos dispositivos, como computadoras, tabletas y teléfonos inteligentes.

En esta primera versión beta del marketplace, la cual se quiere mostrar en el proyecto, no se detallan en profundidad todos los requerimientos tecnológicos ni los conceptos de programación. Sin embargo, **se plantean algunos servicios esenciales** que se tendrán en cuenta para el presupuesto inicial. Es importante destacar también, que para crear una plataforma de este tipo, es necesario contar con un equipo multidisciplinar con experiencia en desarrollo web, transmisión en vivo, experiencia del usuario, seguridad y gestión de proyectos.

Después de realizar la investigación de los servicios tecnológicos, se ha seleccionado un servidor que pueda alojar todos los cursos y talleres y sea escalable a medida que el proyecto crezca además de permitir la transmisión en vivo. Estas necesidades pueden ser cubiertas con **Amazon Web Services (AWS)<sup>32</sup> para el alojamiento y Amazon Interactive Video Service (IVS)<sup>33</sup> para la transmisión en vivo.**

Además, utilizar servicios de Amazon no solo facilita la integración técnica, sino que también permite aprovechar otros productos de Amazon para obtener beneficios adicionales. Por ejemplo, la integración de una API para productos de Amazon permitirá ofrecer productos recomendados por los instructores como una fuente adicional de ingresos. Productos como pueden ser pesas y otros equipos para clases de ejercicio, o materiales necesarios para

---

<sup>32</sup> <https://aws.amazon.com>

<sup>33</sup> <https://aws.amazon.com/ivs/>

talleres artísticos específicos. En definitiva, se utilizará enlace directo a los productos disponibles en Amazon, generando ingresos adicionales.

A continuación, se presentan las ventajas de optar por Amazon Web Services y Amazon IVS, con el fin de justificar la viabilidad del marketplace de cursos y talleres en línea.

## **Alojamiento web con Amazon Web Services (AWS)**

**1. Escalabilidad y flexibilidad:** AWS es famoso por su capacidad de ajustar los servicios a medida que aumenta la demanda. Un ejemplo sería el uso de Amazon EC2<sup>34</sup>, donde puedes variar la cantidad de servidores en base al tráfico y las demandas laborales. Con herramientas como Amazon Auto Scaling<sup>35</sup>, la infraestructura se adapta automáticamente a las necesidades de la aplicación.

**2. Seguridad:** AWS ofrece una serie de herramientas y servicios que garantizan la seguridad<sup>36</sup>, como el cifrado de datos y AWS Identity and Access Management (IAM), utilizado para controlar los permisos y el acceso. Cumple con diferentes estándares de seguridad y cuenta con varias certificaciones.

**3. Confiabilidad y disponibilidad:** AWS cuenta con operaciones en diversas regiones y disponibilidad de zonas a nivel mundial<sup>37</sup>, lo cual asegura redundancia y garantiza un alto grado de disponibilidad. El almacenamiento de datos en servicios como Amazon S3<sup>38</sup> ofrece escalabilidad y alta durabilidad garantizada.

**4. Costos eficientes:** AWS opera bajo un modelo de facturación basado en el uso<sup>39</sup>, lo que implica que únicamente te cobran por los recursos que utilizas. Esto es muy ventajoso para startups y proyectos en etapas iniciales, ya que te permite comenzar con un gasto mínimo y aumentar a medida que creces.

**5. Amplia gama de servicios:** AWS brinda una amplia variedad de servicios, incluyendo computación, almacenamiento, bases de datos y herramientas para machine learning y análisis de datos<sup>40</sup>. Estos servicios se pueden combinar de manera sencilla, lo que otorga una solución completa para crear y gestionar aplicaciones complejas.

---

<sup>34</sup> <https://aws.amazon.com/es/ec2/>

<sup>35</sup> <https://aws.amazon.com/es/autoscaling/>

<sup>36</sup> <https://aws.amazon.com/es/security/>

<sup>37</sup> <https://aws.amazon.com/es/about-aws/global-infrastructure/>

<sup>38</sup> <https://aws.amazon.com/es/s3/>

<sup>39</sup> <https://aws.amazon.com/es/pricing/>

<sup>40</sup> <https://aws.amazon.com/es/products/>

**6. Integración con otros productos de Amazon:** AWS ofrece una fácil integración con la API de productos de Amazon<sup>41</sup>, lo cual permite recomendar y vender directamente los productos relacionados con nuestros cursos en el mercado. Esto incluye varias funciones como buscar, obtener información detallada sobre los productos e incluso crear enlaces para programas de afiliados.

**8. Ecosistema y soporte global:** AWS tiene una comunidad global en constante actividad, además de proporcionar un extenso soporte técnico y programas de formación y documentación<sup>42</sup>. La compañía dispone de un servicio de asistencia técnica las 24 horas del día, todos los días de la semana. Adicionalmente, cuenta con una diversidad de planes y un conjunto de colaboradores<sup>43</sup> que ofrecen asistencia en distintos ámbitos.

**9. Innovación continua:** Amazon se encuentra constantemente invirtiendo en nuevas tecnologías y trabajando hacia la mejora de sus servicios actuales. De este modo, se asegura que las soluciones alojadas en AWS estén continuamente actualizadas tecnológicamente y puedan sacar el máximo provecho de los avances más recientes en *cloud computing*<sup>44</sup>.

**10. Integración de una CDN:** Amazon CloudFront<sup>45</sup> es una excelente opción para integrar con Amazon IVS y AWS en general. Una CDN es un grupo de servidores de streaming distribuidos geográficamente. Captan contenidos de Internet, como sus vídeos, desde una ubicación cercana a la persona que intenta ver su contenido. Eso ayuda a acelerar el proceso de entrega de los vídeos de alta calidad a los usuarios.

### **Servicio de transmisión en vivo con Amazon IVS**

**Baja latencia:** Este diseño está destinado a mejorar la interacción en tiempo real al reducir la latencia durante las transmisiones en vivo<sup>46</sup>.

**Interactividad:** Proporciona herramientas interactivas que se pueden integrar con otros servicios de AWS para obtener características avanzadas, como el análisis en tiempo real y la personalización del contenido.

**Desarrollo personalizado:** Perfecto para equipos expertos en tecnología que buscan desarrollar soluciones personalizadas y aprovechar todas las opciones de servicios AWS.

---

<sup>41</sup> <https://webservices.amazon.com/paapi5/documentation/>

<sup>42</sup> <https://aws.amazon.com/es/premiumsupport/plans/>

<sup>43</sup> <https://aws.amazon.com/es/partners/>

<sup>44</sup> <https://aws.amazon.com/es/new/>

<sup>45</sup> <https://aws.amazon.com/es/cloudfront/getting-started/>

<sup>46</sup> <https://aws.amazon.com/es/ivs/features/>

**Video Hosting:** Junto a Amazon S3, se pueden aprovechar de manera escalable las soluciones que brinda Amazon IVS para almacenar y administrar el contenido de video. Este factor es indispensable en un marketplace que tenga la necesidad de gestionar cantidades masivas de contenido con eficacia.

**Monetización:** Aunque Amazon IVS no ofrece directamente herramientas de monetización, puede integrarse con otros servicios como AWS Marketplace<sup>47</sup> y pasarelas de pago como Stripe para facilitar la monetización del contenido.

**Seguridad y privacidad:** Implementa medidas avanzadas de seguridad a través de los servicios de AWS<sup>48</sup>, asegurando que tanto instructores como usuarios finales puedan confiar en la plataforma.

**Funcionalidad expandible:** Además de las transmisiones en vivo, se podrían integrar otras funcionalidades como chat en tiempo real, encuestas, o sesiones de preguntas y respuestas, todo dentro de la misma plataforma, creando una experiencia educativa más completa y atractiva.

A pesar de la complejidad y el coste, es recomendable utilizar las herramientas mencionadas debido a la envergadura del proyecto. Al lanzar el MVP, sería prudente eliminar las características no esenciales y concentrarse únicamente en las funciones imprescindibles, en caso de no conseguir la financiación total.

Al estar integrado con otros servicios de AWS, esta solución se vuelve escalable y autónoma, evitando así la dependencia de herramientas externas como Zoom. Además, aunque existan otras plataformas que ofrecen soluciones específicas para la transmisión de video en tiempo real e incluso están diseñadas para aplicaciones que requieren de una alta interactividad, como es el caso de [Agora](#), la elección de Amazon IVS se justifica por su integración fluida con otros servicios de AWS. Esto facilita la gestión centralizada, mejora la escalabilidad y garantiza un alto nivel de seguridad y operatividad. Todo esto permite un desarrollo más eficiente.

## 7.4. Diseño e identidad de marca

Con el propósito de establecer una base sólida antes de proceder con la creación de los wireframes y prototipo final, se han considerado los siguientes aspectos:

---

<sup>47</sup> <https://aws.amazon.com/marketplace/>

<sup>48</sup> <https://docs.aws.amazon.com/ivs/latest/LowLatencyUserGuide/security.html>

- Nombre de marca
- Personalidad y valores de marca
- Paleta de colores de marca
- Diseño del logotipo y tipografía

#### 7.4.1. Nombre de marca

Se ha seleccionado "**Live Workshop**" como el nombre de la marca para este marketplace de cursos y talleres en línea. Esta elección se fundamenta por la característica distintiva de la transmisión en vivo de contenidos educativos. La decisión de mantener el nombre en inglés se justifica por la proyección internacional del negocio, aspirando a convertirse en un referente global en el ámbito de la educación y entretenimiento en línea y en vivo.

#### 7.4.2. Personalidad y valores de marca

Live Workshop, busca ofrecer una experiencia de aprendizaje completa e inspirar a los usuarios a explorar sus pasiones y alcanzar sus objetivos personales, académicos o profesionales.

Se ha definido un **tono de comunicación amigable y motivador**, alineado con los valores de inclusividad, colaboración y crecimiento personal.

#### Valor diferencial

El valor diferencial de Live Workshop en comparación con plataformas como Udemy y otras plataformas de aprendizaje similares, **radica en su enfoque hacia el aprendizaje y el entretenimiento de forma conjunta**. A diferencia de otras plataformas centradas únicamente en la adquisición de habilidades profesionales o artísticas, Live Workshop ofrece una amplia gama de talleres y clases entretenidas, diseñadas para aprender por disfrute, explorar nuevas aficiones e incluso practicar deporte.

La filosofía de Live Workshop destaca el compromiso con el aprendizaje mediante el disfrute y la exploración personal. Proporcionando un entorno en el que puedan aprender, compartir, divertirse y crecer, todo en un mismo lugar. En definitiva, un espacio en línea donde **se ofrecen múltiples posibilidades para el ocio, el entretenimiento y el desarrollo personal**.

### 7.4.3. Guía de estilo

#### Paleta de colores

Se ha realizado una selección de colores primarios, y complementarios siguiendo las directrices de Material Design<sup>49</sup>, el sistema de diseño establecido por Google para garantizar coherencia y usabilidad en las interfaces de usuario. Esta paleta busca no solo transmitir la identidad visual de la marca, sino también garantizar la coherencia y la accesibilidad en la interfaz de usuario. Se ha buscado que la selección de colores reflejen la esencia dinámica y creativa de la plataforma.

Gracias al generador de paletas de Material Design (figura 49), la elección de la paleta de colores, asegura tanto la estética visual como la accesibilidad. En concreto, se ha elegido un **tono de violeta como color primario**, el cual evoca la imaginación y la creatividad, valores esenciales para Live Workshop. Este color se utilizará en áreas clave de la interfaz, como encabezados, botones de acción y elementos de navegación, reflejando la identidad de Live Workshop.

Para el **color secundario**, se ha seleccionado el **verde**, el cual se utilizará con moderación para resaltar elementos específicos dentro de la interfaz de usuario, como controles de selección y enlaces. Esta elección está respaldada por las recomendaciones de Material Design, que sugieren el uso de colores secundarios para acentuar y distinguir ciertos componentes de la interfaz.

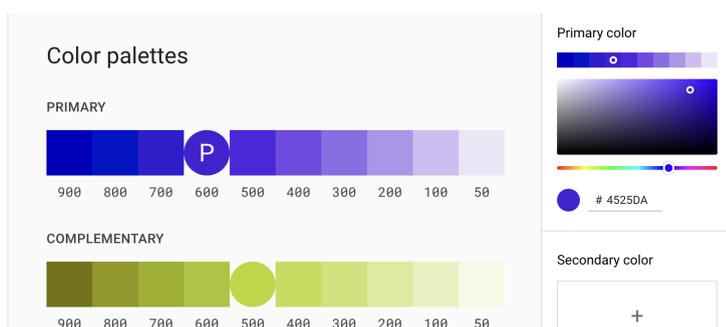


Figura 49: Captura de pantalla del generador de paletas de Material Design. Fuente: <https://m2.material.io/design/color/the-color-system.html#tools-for-picking-colors>

#### **Variaciones de color:**

Se han integrado variantes claras y oscuras de los colores principales para garantizar una experiencia visual cohesiva y accesible. Estas variaciones permiten una mayor flexibilidad en

<sup>49</sup> <https://m3.material.io/>

el diseño de la interfaz de usuario, facilitando la distinción entre elementos y proporcionando un contraste adecuado para mejorar la legibilidad y la usabilidad.

### Diseño del logotipo

El logotipo de Live Workshop ha sido diseñado para reflejar la diversidad de actividades ofrecidas en la plataforma, que van más allá del mero aprendizaje académico. Utilizando los colores primarios y secundarios de la paleta seleccionada, se ha creado una identidad visual coherente. El logotipo presenta el nombre de la marca Live Workshop junto con un símbolo que representa una insignia con forma de diana.



Figura 50: Creación del logotipo de Live Workshop. Fuente: Elaboración propia

El logotipo de Live Workshop quiere mostrar la esencia de la marca como un espacio enriquecedor, donde el logro personal y el cumplimiento de objetivos son elementos fundamentales, independientemente del tipo de actividad ofrecida en la plataforma. Además también destaca el cursor situado encima de la diana, haciendo referencia al cumplimiento de tus objetivos al alcance de un clic, es decir, en línea.

Las variaciones del logotipo se utilizarán para adaptarse a diferentes contextos de uso, garantizando una presencia coherente y reconocible en todos los puntos de contacto con los usuarios:



Figura 51: Variaciones del logotipo de Live Workshop. Fuente: elaboración propia.

## Tipografía

Se han seleccionado dos fuentes tipográficas principales para todos los materiales de la marca, incluyendo el sitio web. Esta tipografía se utilizará en todo el contenido textual de la plataforma, desde títulos y descripciones de cursos hasta mensajes de bienvenida y términos de servicio.

- **Montserrat**<sup>50</sup>: Esta fuente se usará para títulos y subtítulos, agregando un toque moderno que resalta las secciones importantes. Es una opción recomendada para transmitir una imagen joven y moderna.

Regular 400

Montserrat

- **Lato**<sup>51</sup>: Se utilizará como complemento a Montserrat. Es una fuente Sans Serif versátil y fácil de leer, incluso en tamaños pequeños. Aporta una apariencia limpia y elegante, garantizando una experiencia de lectura agradable.

Regular 400

Lora

En resumen, el diseño y la identidad de marca se aplicarán consistentemente a través de todos los puntos de contacto con el usuario, incluyendo la interfaz del marketplace, materiales de marketing, y comunicaciones. Esto asegura una experiencia de usuario coherente y profesional que fortalece la relación con la audiencia y mejora el reconocimiento de la marca.

## 7.5. Wireframes de baja fidelidad

El objetivo de los wireframes de baja fidelidad es crear una maqueta genérica que ayude a definir la arquitectura de la información del sitio web. Este esquema inicial será profundizado y detallado en el prototipo final. Para el diseño de los wireframes se ha utilizado la herramienta Balsamiq Cloud. Las pantallas seleccionadas para estos wireframes iniciales incluyen: la página de inicio, la página de categoría y la página de producto o curso.

---

<sup>50</sup> <https://fonts.google.com/specimen/Montserrat?>

<sup>51</sup> <https://fonts.google.com/specimen/Lora?>

Estos wireframes han funcionado como un boceto preliminar antes de proceder al diseño de alta fidelidad. Se pueden consultar en el [Anexo 3. Wireframes de baja fidelidad](#).

## 7.6. Pantallas finales y wireflows

En este apartado se presenta la conceptualización y diseño del sitio web del marketplace de cursos y talleres en línea. El proceso de diseño se ha basado en las mejores prácticas identificadas a través del análisis de la competencia (benchmarking) y la bibliografía consultada.

Los wireframes de alta fidelidad se realizaron utilizando la herramienta Figma. En el siguiente enlace, se pueden visualizar en detalle las [pantallas e interacciones diseñadas en Figma](#).

Como se menciona en el alcance del proyecto, el diseño de las pantallas se ha limitado a la versión de escritorio debido a la naturaleza de las clases en línea. No obstante, es importante destacar que el sitio web estará completamente optimizado para todos los dispositivos. Esto garantiza que los usuarios podrán navegar e inscribirse en los cursos tanto desde dispositivos móviles como desde computadoras de escritorio.

### 7.6.1. Página de Inicio

La página de inicio del marketplace de cursos y talleres en línea simula el portal principal del sitio, facilitando una navegación clara y directa desde el momento en que los usuarios ingresan. Esta primera impresión es crucial, ya que determina la experiencia inicial del usuario y su disposición a explorar y utilizar la plataforma.

#### **Banner superior de ofertas actuales**

En la parte superior de la página, se presenta un **banner** que contiene información sobre **ofertas actuales**, siguiendo un diseño basado en las mejores prácticas observadas en competidores como Udemy y Domestika. Este enfoque no solo atrae la atención del usuario desde el primer momento, sino que también promueve las promociones de manera efectiva.

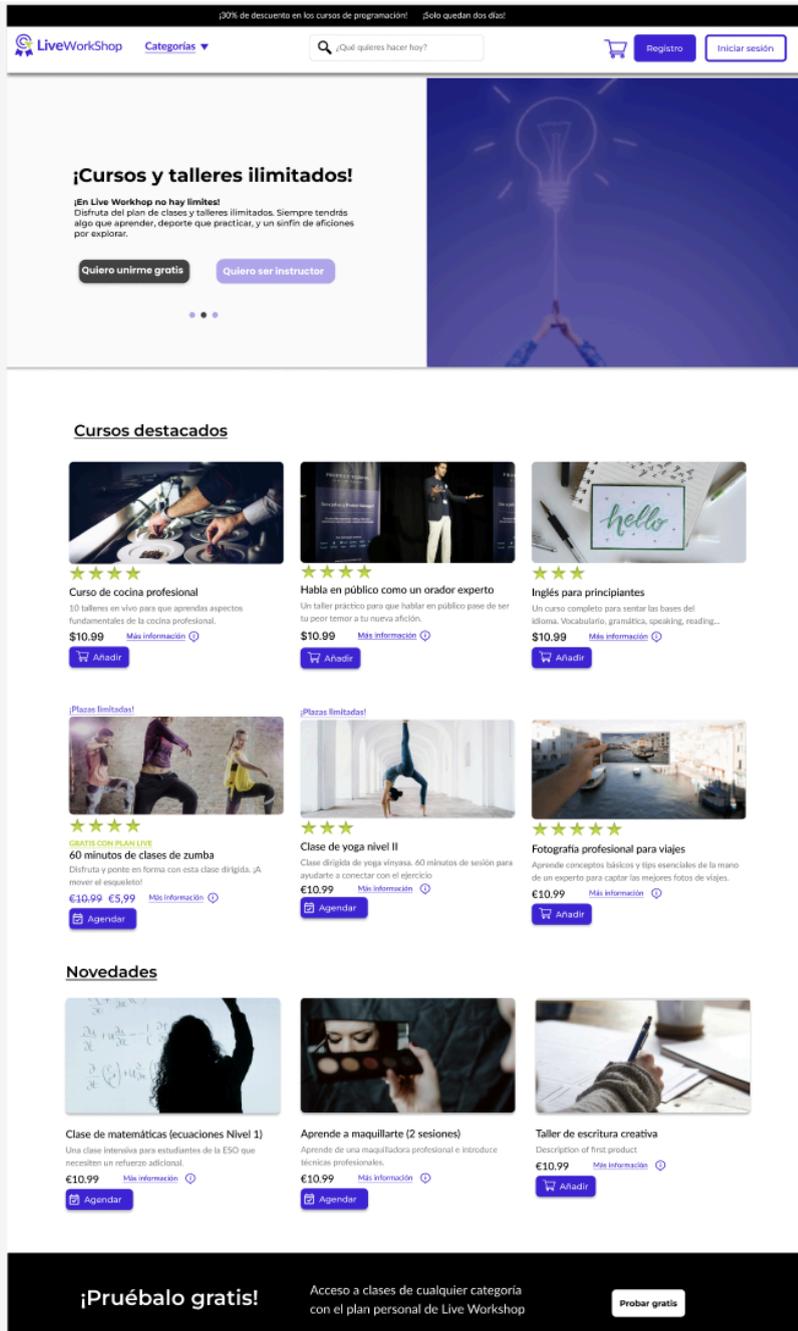


Figura 52. Página de inicio de Live Workshop. Fuente:

<https://www.figma.com/design/A91MmiHGaiumnmMspwHH/Marketplace-de-cursos-y-talleres-online?node-id=0-1&m=dev&t=JdekGpVWCSDg2PsR-1>

## **Cabecera**

Inmediatamente debajo del banner, se encuentra la **barra de navegación principal** que incluye las opciones de **inicio de sesión y registro** y un campo de búsqueda. La **caja de búsqueda** está ubicada en el centro de la cabecera para asegurar su visibilidad, entendiendo

que los usuarios están familiarizados con este tipo de sistemas para encontrar rápidamente lo que buscan.

El **logotipo del sitio, situado en la esquina superior izquierda**, sirve como un recurso de contextualización. Al mantenerse visible en todo momento, permite a los usuarios regresar a la página de inicio desde cualquier punto del sitio, mejorando la navegación general.

### **Menú principal**

El sistema de navegación se complementa con un **menú de navegación desplegable que se abre al pasar el cursor**, útil para manejar un volumen elevado de opciones, y migas de pan en páginas de producto y categorías para facilitar la orientación del usuario.

La siguiente sección situada bajo el menú principal, contiene una **llamada a la acción dirigida tanto a la captación de usuarios como de potenciales instructores**, crucial para el crecimiento y diversificación de la oferta del marketplace. La participación de los instructores es vital, ya que ellos son los encargados de crear y difundir el contenido educativo.

Para incentivar la captación de leads, se implementará un pop up en la página de inicio que se activará cuando se detecte un usuario que ingresa por primera vez o que no está registrado. Este pop up ofrecerá un descuento exclusivo en la primera compra o al registrarse en la plataforma.

### **Módulo carrousel de cursos destacados**

Justo debajo de este módulo, nos encontramos con una **serie de carruseles destacados**. Cada carrusel del sitio web cuenta con una **flecha situada a la derecha para desplazarse por el contenido**. Este elemento dinámico no solo capta la atención del usuario, sino que también promueve los contenidos clave del marketplace. Cada curso dentro de los carruseles incluye una breve descripción, el título, el precio, las valoraciones y un botón para añadir al carrito o reservar, en caso de que sea una clase en vivo.

El primer carrusel que aparece en la página muestra cursos y talleres de diversas temáticas bajo el título de **“Cursos destacados”**. Este carrusel está pensado para mostrar los cursos más populares, sin embargo, a medida que el proyecto avance, esta sección será utilizada para generar ingresos extra por parte de instructores que quieran destacar sus clases en el sitio web.

## Módulo carrusel de novedades

En el siguiente carrusel, se muestran las **novedades**, incentivando a los usuarios a explorar nuevas ofertas de talleres y clases con enlaces directos a las páginas de producto o información adicional.

Respecto al **sistema contextual de navegación**, los enlaces se indicarán **mediante subrayado** y a través del **cambio de color**. El recurso del color complementario de la marca será el que se utilice para resaltar el texto enlazado. Por otra parte, las **etiquetas icónicas** se utilizarán en algunas ocasiones para optimizar espacio y orientar mejor a los usuarios, como es el caso del Carrito de compra o de los CTA de “reservar” con un icono de calendario o “añadir” con un icono de carrito.

**¡Pruébalo gratis!** Acceso a clases de cualquier categoría con el plan personal de Live Workshop **Probar gratis**

### ¿Por qué unirse a Live Workshop?

- Personaliza tus metas**  
Crea tus listas, marca tus objetivos y personaliza tu espacio según tus preferencias y necesidades.
- Acceso ilimitado a todas las categorías**  
Clases grabadas, clases en directo, con el Plan personal no tendrás tiempo de aburrirte. De la mano de instructores expertos en sus materias.
- Reserva según tu agenda personal**  
Reserva directamente en tu propio calendario. Tus clases favoritas a la vista para no perderte nada!

### Categorías

- Signaturas académicas
- Tecnología y programación
- Salud y bienestar
- Desarrollo personal
- Idiomas
- Negocios y Emprendimiento
- Artes y diseño
- Música y Producción audiovisual

[Ver más categorías](#)

### Próximas clases en directo

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Zumba (1 h)	Francés principiante (1 h)	Bailo cardio HIIT (1h)	Bodycombat (1h)	Gestión de la productividad (1h)	Gestión de eventos (1.30h)	Estrategias y ejercicios suaves (1h)
	Aprende a tocar guitarra (1.30h)	Taller de matemática (1h)		Producción musical para DJ (2h)	Fotografía nocturna (1h)	Ejercicios de fuerza (30 min)
Inglés (speaking) (1h)	Finanzas personales (30 min)	Inglés (speaking) (1h)	Tenir aprende a leer las cartas (1.30h)	Inglés nivel básico (1h)	Aprende a hacer una bufanda (1h)	Italiano nivel II (1 h)
Bricolaje con madera (1.30h)	Aprende a tatuar (2h)				Conoce una nueva especial para día (2h)	
Clase Flamenco (2h)	Historias de Fotografía (2 h)	Pinta un cuadro con acuarelas (1h)	CharGet para marketing (1h)	Jardinero en casa (1h)	Elige un estrato (2h)	Crea un plan de marketing (1.30h)
Haz un pastel pro (2h)		Inglés nivel Advanced (1h)	Programación: SQL (2 h)	Viaje para participantes (1h)	Creación de contenido interactivo (2h)	Crea un videojuego (1h)
Regulación emocional (1h)	Diseño UX (1h) Conceptos básicos	Inglés (speaking) (1h)	Meditación guiada (2h)	Prepara la productividad (2h)	Interacción y teatro (1h)	Power App: Crea una aplicación low-code (2h)

[Ver más clases en vivo](#)

**LiveWorkShop**  
Blog | Comunitat | Newsletter  
Conéctate en instructor | Planes de suscripción | Foros discusión | Introduce tu correo electrónico | Enviar  
¿Quiénes somos? | Soporte técnico | Proyectos |  Acepto la política de privacidad

Figura 53: Página de inicio de Live Workshop. Fuente:

<https://www.figma.com/design/A911MmiHGaiumnrmMspwHH/Marketplace-de-cursos-y-talleres-online?node-id=0-1&m=dev&t=JdekGpVWCSDg2PsR-1>

Al interactuar con los cursos en los carruseles, los usuarios podrán descubrir más información de cada curso sin necesidad de ir a la página del curso individual. Esta experiencia se dará gracias a la **aparición de tarjetas con información adicional al pasar el**

**cursor por encima del enlace “más información”** de cada curso del carrusel. Estas tarjetas interactivas proporcionan más detalles del curso, opciones para suscribirse o añadir a favoritos, optimizando la estructura del contenido y siguiendo las buenas prácticas observadas en plataformas como Udemy.

Cabe mencionar que esta interfaz es la **página de inicio diseñada para los usuarios que aún no se han registrado**, es decir, que no cuentan con cuenta personal. Si por el contrario, **el usuario sí que dispone de una cuenta**, independientemente de que esté suscrito o no, la interfaz cambia. Los carruseles que se muestran contendrán información diferente que le aporte valor según sus búsquedas y navegación por el sitio. Es decir, se incluirán recomendaciones personalizadas.

Dentro de la estructura del sitio, encontramos algunas tarjetas correspondientes a clases en directo que indican un **“acceso limitado”**, creando un sentido de urgencia para inscribirse. También encontramos algunos cursos que indican que dicha clase entra en el plan de suscripción bajo la etiqueta de **“Clase gratis con el plan personal”**. Esta práctica se utiliza con el objetivo de mostrar los beneficios que otorga suscribirse al plan.

### **Módulo argumento de venta y valor diferencial**

A continuación, encontramos un módulo en el que se destacan los atributos y se refuerza el valor diferencial del plan de suscripción de la marca. Debajo de este apartado, se presenta una sección que muestra las categorías principales, permitiendo un acceso directo a las páginas de las categorías temáticas principales.

### **Módulo de Calendario**

El **calendario**, situado en la parte inferior de la página, está diseñado para aumentar el tiempo de permanencia en la página y **captar la atención del público objetivo**. Este calendario muestra una selección de clases en directo que están disponibles con o sin suscripción y permite a los usuarios reservar clases, redirigiéndolos a la página del curso en particular. Además, el calendario permite visualizar eventos por semana, mes o día, y ofrece la opción de integrarlo con Google Calendar.

### **Footer**

El pie de página incluye enlaces útiles sobre información corporativa, soporte técnico y accesos a redes sociales, junto con un formulario para suscribirse al boletín de noticias, manteniendo a los usuarios informados y conectados. Esta área proporciona una segunda

oportunidad a los usuarios que han llegado hasta el final de la página sin encontrar lo que buscaban, facilitando su navegación hacia otras secciones del sitio.

En general, en la página de inicio se ha buscado **dar respuesta tanto a los intereses de venta del marketplace como a los intereses de los usuarios**, teniendo en cuenta la ordenación de carruseles de clases que corresponden a los favoritos. Sigue una jerarquía y estructura de contenidos orientados a cumplir los objetivos como comercio electrónico con un esquema de organización temático. Tal como se ha mencionado anteriormente, el objetivo principal de la página de inicio es presentar el sitio de manera efectiva y explicar lo que vende y en qué se diferencia de la competencia. Debe exponer las principales ofertas de productos y permitir que los usuarios comiencen a comprar. Se incluyen incentivos de compra, siguiendo el ejemplo de Udemy con la opción de “prueba gratuita” del plan de suscripción, que aparece de nuevo en otro banner a mitad de la pantalla.

### 7.6.2. Página de categoría de curso

La página de categorías de cursos del marketplace está diseñada para ofrecer una exploración enfocada en los cursos disponibles, categorizados de manera que los usuarios puedan encontrar fácilmente lo que buscan según sus intereses. La estructura de esta página **facilita el acceso rápido a categorías más específicas dentro de la categoría principal**, mejorando así la experiencia del usuario.

La página está diseñada para aproximarse a la interfaz de un comercio electrónico, ofreciendo un acceso directo a las páginas de producto y agendar o reservar directamente las clases.

#### **Categorías y subcategorías por temática de curso**

Situada al lado derecho de las páginas de categorías, se establece la navegación local, que incluye las subcategorías de los diferentes cursos, como una lista de enlaces verticales en el lado izquierdo de la página.

En el caso de las páginas de temáticas específicas o subcategorías, como por ejemplo la temática “fitness” dentro de la categoría de “Salud y Bienestar” se utiliza el mismo diseño de menú vertical y sistema de filtrado. Sin embargo, la selección de cursos destacados o populares y novedades no aparecerá, dejando el espacio solo para mostrar los cursos de esa temática en concreto.

Por ejemplo, desde la página de la categoría principal "Salud y Bienestar", los usuarios pueden dirigirse a otras páginas de categorías más específicas dentro de ésta, como pueden ser "Fitness", "Yoga", "Nutrición", etc. Este acceso se puede realizar a través del módulo principal de la página, donde aparecerán **las principales subcategorías en formato carrusel**, o desde el **menú de navegación local situado en vertical** al lado izquierdo de la página.

### **Módulo carruseles de cursos destacados**

Cada curso se presenta en un formato de tarjeta que incluye una imagen representativa, título del curso, breve descripción, precio (si aplica) y las valoraciones promedio de los usuarios. Este diseño facilita la comparación rápida y la selección eficiente por parte de los usuarios.

El siguiente módulo, presenta las clases o talleres más populares dentro de la categoría seleccionada bajo el título "**clases destacadas**". Este carrusel cuenta con el mismo objetivo que el de la página de inicio, ya que se muestra una selección de cursos seleccionados por su alta calidad, popularidad o por ser recomendados por los instructores. Debajo del carrusel de cursos destacados, se ubica un carrusel dedicado a **cursos para principiantes**, diseñado para atraer a usuarios que recién comienzan en la categoría seleccionada, **ofreciéndoles una entrada fácil y accesible**.

### **Módulo selección de cursos temáticos con filtrado**

Después de los carruseles, se muestra una selección de cursos de la categoría que los usuarios pueden filtrar para afinar su búsqueda. En la parte derecha de la página, se encuentra uno de los sistemas de filtrado bajo el nombre de "**Ordenar por**", el cual permite a los usuarios ordenar los cursos por popularidad, por las últimas incorporaciones o por valoración de usuarios, lo que permite a los visitantes encontrar los cursos más relevantes o nuevos según su preferencia.

Además, la página cuenta con un **sistema de filtrado lateral** que permite afinar los resultados por varios criterios como la **duración del curso, tipo de curso, nivel de dificultad y valoraciones de otros usuarios**.

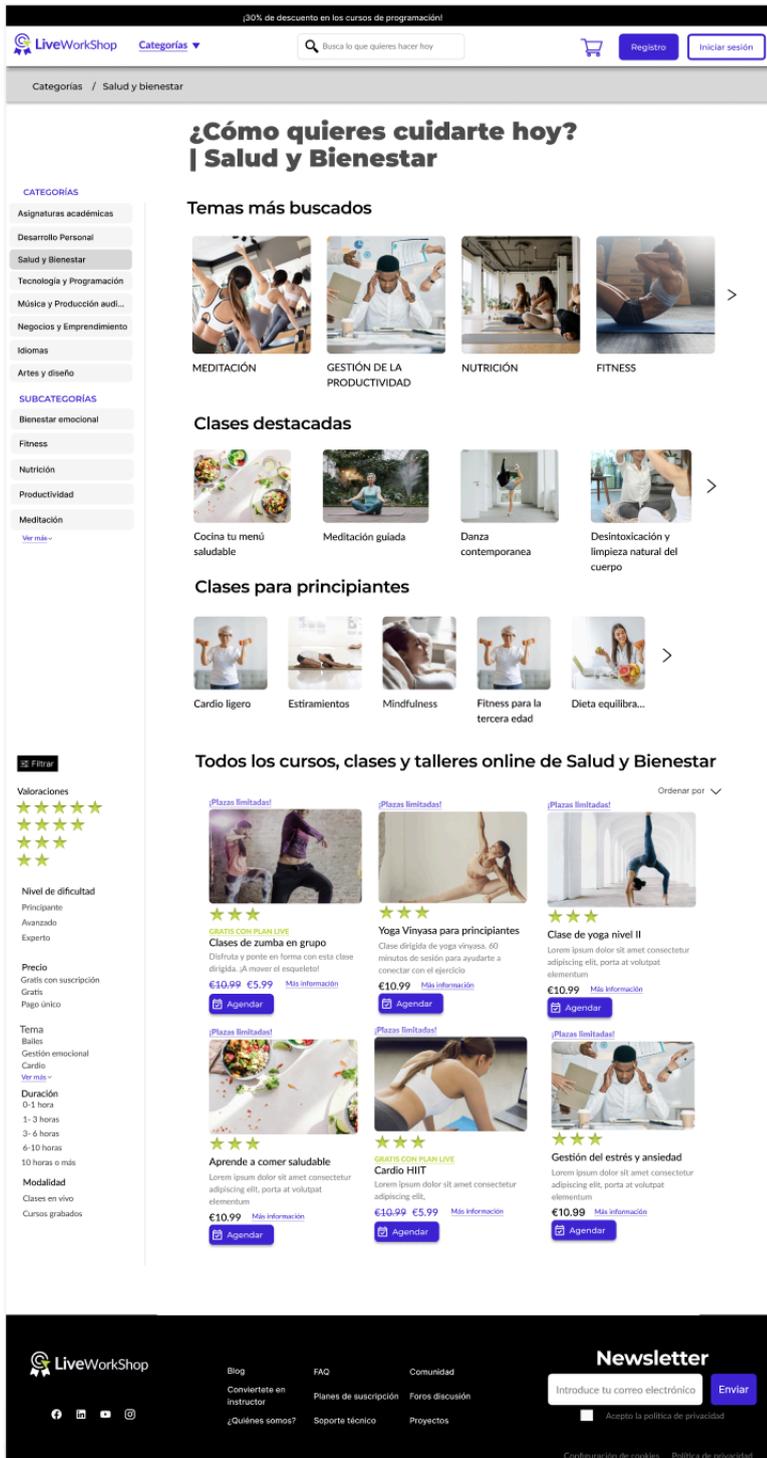


Figura 54: Página de categorías de Live Workshop. Fuente:

<https://www.figma.com/design/A9l1MmjHGaiumnrMspwHH/Marketplace-de-cursos-y-talleres-online?node-id=34-7&m=dev>

Los talleres y cursos **gratuitos se utilizarán estratégicamente como palanca de conversión** para atraer a los usuarios hacia los cursos de pago o la suscripción. Para hacer esto posible, se pedirá y recomendará a los instructores que graben tutoriales o clases que puedan ofrecerse en formato de vídeo bajo demanda (VOD).

Como parte de las estrategias para captar clientes, se implementará un **filtro de precio** que incluirá la opción "**gratis con suscripción**". Esta práctica permitirá a los usuarios visualizar rápidamente el valor añadido que puede ofrecer la suscripción, incentivando así su conversión.

Tanto las **páginas de producto como las páginas de categorías incluyen migas de pan**, con el fin de mejorar la navegación y permitir a los usuarios volver fácilmente a categorías anteriores.

En conclusión, la página de categorías de cursos ofrece un acceso rápido y eficiente a los cursos dentro de una categoría específica. Al incluir módulos destacados, filtros eficientes y un diseño intuitivo, se mejora la experiencia del usuario, facilitando la navegación y aumentando la probabilidad de inscripción en los cursos. Este diseño no solo atrae a nuevos usuarios, sino que también retiene a los existentes, promoviendo una exploración continua y un aprendizaje enfocado.

### **7.6.3. Página de producto / curso individual**

En la página de curso o taller individual encontramos una visión completa y detallada del curso seleccionado, facilitando así la toma de decisiones informadas. La estructura de esta página presenta la información de manera clara y accesible, optimizando la navegación y el entendimiento del usuario.

¡30% de descuento en los cursos de programación!

LiveWorkShop Categorías  Registro Iniciar sesión

Categorías / Salud y bienestar / Fitness / .Clases de Yoga

## ♥ Yoga para el dolor de espalda



+ Añadir a una lista

**€9.99**  
 Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit.  
 Reservar clase

Compartir clase  
 Nivel: Iniciación  
 2 recursos adicionales con acceso ilimitado

**Ahorra con el Plan Personal**  
 Consigue esta clase gratuita y muchas más con el plan personal de Live Workshop ¡Pruébalo gratis!  
 Más información

Desde **20€** al mes

- Cursos y talleres grabados o en vivo disponibles con la suscripción
- 7 días de prueba gratuita
- Cancela cuando quieras

Prueba gratis

### Objetivos de la clase

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit. Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit.

### Descripción de la clase

Contenido de la clase +

Requisitos +

Recursos adicionales +

Material recomendado para la clase +

### Preguntas frecuentes sobre las clases de Live Workshop

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit? +

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit? +

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit? +

### Instructor

 **Gabriela González**  
 Experta en fitness, yoga, y mindfulness  
 5 clases en Live Workshop  
 Calificación del instructor: 4,8

Figura 55: Página de curso individual de Live Workshop. Fuente:

<https://www.figma.com/design/A9I1MmjHGaiumnrMspwHH/Marketplace-de-cursos-y-talleres-online?node-id=141-3574&m=dev>

**Otras clases del instructor**

(Plazas limitadas)



★★★★

**GRATIS CON PLAN LIVE**  
**60 minutos de clases de zumba**  
Disfruta y ponte en forma con esta clase dirigida. ¡A mover el esqueleto!

~~\$10.99~~ \$5.99 [Más información](#)

[Agendar](#)

(Plazas limitadas)



★★★★

**GRATIS CON PLAN LIVE**  
**60 minutos de clases de zumba**  
Disfruta y ponte en forma con esta clase dirigida. ¡A mover el esqueleto!

~~\$10.99~~ \$5.99 [Más información](#)

[Agendar](#)

(Plazas limitadas)



★★★★

**GRATIS CON PLAN LIVE**  
**60 minutos de clases de zumba**  
Disfruta y ponte en forma con esta clase dirigida. ¡A mover el esqueleto!

~~\$10.99~~ \$5.99 [Más información](#)

[Agendar](#)

(Plazas limitadas)



★★★★

**GRATIS CON PLAN LIVE**  
**60 minutos de clases de zumba**  
Disfruta y ponte en forma con esta clase dirigida. ¡A mover el esqueleto!

~~\$10.99~~ \$5.99 [Más información](#)

[Agendar](#)

**Clases relacionadas**

(Plazas limitadas)



★★★★

**GRATIS CON PLAN LIVE**  
**60 minutos de clases de zumba**  
Disfruta y ponte en forma con esta clase dirigida. ¡A mover el esqueleto!

~~\$10.99~~ \$5.99 [Más información](#)

[Agendar](#)

(Plazas limitadas)



★★★★

**GRATIS CON PLAN LIVE**  
**60 minutos de clases de zumba**  
Disfruta y ponte en forma con esta clase dirigida. ¡A mover el esqueleto!

~~\$10.99~~ \$5.99 [Más información](#)

[Agendar](#)

(Plazas limitadas)



★★★★

**GRATIS CON PLAN LIVE**  
**60 minutos de clases de zumba**  
Disfruta y ponte en forma con esta clase dirigida. ¡A mover el esqueleto!

~~\$10.99~~ \$5.99 [Más información](#)

[Agendar](#)

(Plazas limitadas)



★★★★

**GRATIS CON PLAN LIVE**  
**60 minutos de clases de zumba**  
Disfruta y ponte en forma con esta clase dirigida. ¡A mover el esqueleto!

~~\$10.99~~ \$5.99 [Más información](#)

[Agendar](#)

### Opiniones

★ 4,7 - 3000 valoraciones de la clase

 **Maria Fernandez**

★★★★★

"La mejor clase de yoga para principiantes a la que he asistido. No echo nada en falta las clases presenciales."

Hace 1 mes

 **Maria Fernandez**

★★★★★

"La mejor clase de yoga para principiantes a la que he asistido. No echo nada en falta las clases presenciales."

Hace 1 mes

 **Maria Fernandez**

★★★★★

"La mejor clase de yoga para principiantes a la que he asistido. No echo nada en falta las clases presenciales."

Hace 1 mes

 **Maria Fernandez**

★★★★★

"La mejor clase de yoga para principiantes a la que he asistido. No echo nada en falta las clases presenciales."

Hace 1 mes

 **Maria Fernandez**

★★★★★

"La mejor clase de yoga para principiantes a la que he asistido. No echo nada en falta las clases presenciales."

Hace 1 mes

 **Maria Fernandez**

★★★★★

"La mejor clase de yoga para principiantes a la que he asistido. No echo nada en falta las clases presenciales."

Hace 1 mes

[Ver todas las reseñas](#)

 LiveWorkShop

[Blog](#)
[FAQ](#)
[Comunidad](#)

[Conviértete en instructor](#)
[Planes de suscripción](#)
[Foros discusión](#)

[¿Quiénes somos?](#)
[Soporte técnico](#)
[Proyectos](#)

**Newsletter**

Introduce tu correo electrónico

[Enviar](#)

[Acceso a la política de privacidad](#)

Configuración de cookies [Política de privacidad](#)

Figura 56: Página de curso individual. Fuente:

<https://www.figma.com/design/A911MmjHGaiumnrmMspwHH/Marketplace-de-cursos-y-talleres-online?node-id=141-3574&m=dev>

En la parte superior de la página, un **vídeo introductorio** destaca el curso, permitiendo a los potenciales estudiantes obtener una vista rápida del contenido, su alcance y los objetivos de aprendizaje. Este vídeo sirve como un gancho visual, aumentando el compromiso y la retención del usuario. En el lado derecho se encuentra la sección de compra y suscripción. Al lado del título de la clase encontramos un ícono de corazón, permitiendo a los usuarios añadir a su lista de favoritos con un clic.

Para los cursos gratuitos, se hará especial hincapié en las recomendaciones de cursos complementarios de pago, incluyendo clases en directo con fechas de impartición y utilizando etiquetas como “quedan pocas plazas”.

Siguiendo con la página de producto de pago, encontramos debajo del vídeo una descripción amplia y detallada del curso, que incluye **información sobre el temario, los objetivos de aprendizaje y los requisitos previos**. También encontramos una sección de preguntas

frecuentes, diseñada para responder a todas las preguntas potenciales que los usuarios puedan tener antes de inscribirse, proporcionando una visión clara y completa del curso.

**La información sobre el instructor es crucial** para construir credibilidad y confianza en la calidad del curso. Por ello, se presenta una sección con características del instructor, incluyendo la cantidad de clases disponibles en la plataforma y una breve descripción y la valoración media. Esta información ayudará a los estudiantes a evaluar la idoneidad del instructor y a tomar decisiones informadas sobre su inscripción.

Los **requisitos del curso** se presentarán claramente enumerados para asegurar que los usuarios conozcan cualquier requisito previo necesario para el éxito en el curso. Además, se proporciona un listado de materiales y recursos adicionales, como lecturas, herramientas o software, que los estudiantes necesitarán o tendrán acceso durante el curso. Esto ofrece una visión completa de lo que se requiere para participar efectivamente.

Debajo de los recursos, se presentan los materiales recomendados para clases. En cursos que requieren materiales específicos, como para ejercicios, se ofrece la posibilidad de comprarlos directamente a través de la plataforma. Este apartado está diseñado para dirigir a los usuarios a los productos recomendados de Amazon.

Para mejorar la experiencia del usuario, los diferentes apartados de la página se presentan en **formato de acordeón**, permitiendo a los usuarios expandir y contraer la información según sus necesidades. Esta funcionalidad permite a los usuarios descartar contenidos que no les interesen y evitar desplazamientos innecesarios mediante el uso del scroll.

Una **sección de preguntas frecuentes (FAQ)** está dedicada a resolver dudas comunes relacionadas con el curso. Esta sección ayuda a los estudiantes a tomar decisiones informadas y proporciona respuestas a las preguntas más frecuentes de manera rápida y accesible. La página también incluye funciones para **añadir el curso a una lista de favoritos o a una lista personalizada**. Así como **compartir el curso por redes sociales**. Estas opciones permiten a los usuarios guardar el curso para revisarlo más tarde o compartirlo con amigos, aumentando así la visibilidad y el alcance del curso.

Las reseñas y retroalimentación de estudiantes anteriores son fundamentales para proporcionar una visión honesta y transparente de la experiencia de aprendizaje y los resultados del curso. Por este motivo, se incluye una sección de reseñas con testimonios y calificaciones de usuarios anteriores.

#### 7.6.4. Página perfil personal

La página de perfil personal del usuario ofrece una vista integral de la experiencia educativa del usuario y el progreso en la plataforma. Este espacio actúa como un panel de control desde donde los usuarios pueden gestionar todos los aspectos de su aprendizaje y participación, brindando una gestión personalizada .

Las funcionalidades completas de esta página se despliegan plenamente cuando el usuario está inscrito en algún plan de suscripción. Por ejemplo, los usuarios suscritos pueden agendar actividades en su calendario personal y crear listas personalizadas de cursos, siguiendo las mejores prácticas de los competidores.

La página de perfil proporciona un **resumen detallado del progreso** del usuario en los cursos inscritos, un **historial de cursos** completados y recomendaciones personalizadas basadas en sus intereses y comportamiento de aprendizaje. Los usuarios tienen la opción de modificar su información personal y ajustar sus preferencias de notificación para recibir actualizaciones relevantes. Además, esta sección incluye **herramientas** para gestionar sus suscripciones y ofrece acceso directo al soporte técnico.

El diseño del perfil personal **se organiza en cuatro categorías principales**, diferenciadas por **pestañas**, siguiendo un enfoque similar al de los competidores Udemy y Domestika. Estas categorías son:

- **Mis Cursos:** En esta sección, los usuarios pueden ver rápidamente el estado actual de todos los cursos en los que están inscritos, incluyendo el porcentaje de progreso y los módulos restantes. Esta funcionalidad ayuda a los estudiantes a mantenerse organizados y motivados, proporcionando una visualización clara de su avance.
- **Mis Logros:** La gamificación se utiliza como una herramienta efectiva para motivar a los usuarios. Según el reportaje de Educaweb (2024)<sup>52</sup>, se están utilizando elementos de juego, como puntos o insignias para hacer la experiencia de aprendizaje más atractiva. Esta sección permite a los estudiantes establecer y seguir sus propias metas, como "aprender inglés", indicando objetivos concretos, tiempos, y enlazando a recursos de la plataforma. La página ofrece también la posibilidad de utilizar metas preestablecidas, como por ejemplo, "ponerse en forma" o "aprender un nuevo idioma". Diseñados para facilitar la planificación y seguimiento y motivar al usuario a

---

<sup>52</sup>Carmona, N. (2024, 25 de Abril) - Tendencias, nuevas herramientas y desafíos futuros en la formación online. *Educaweb*.

permanecer en la plataforma. Además, en esta pestaña, los usuarios también pueden ver sus certificaciones oficiales obtenidas al completar ciertos cursos.

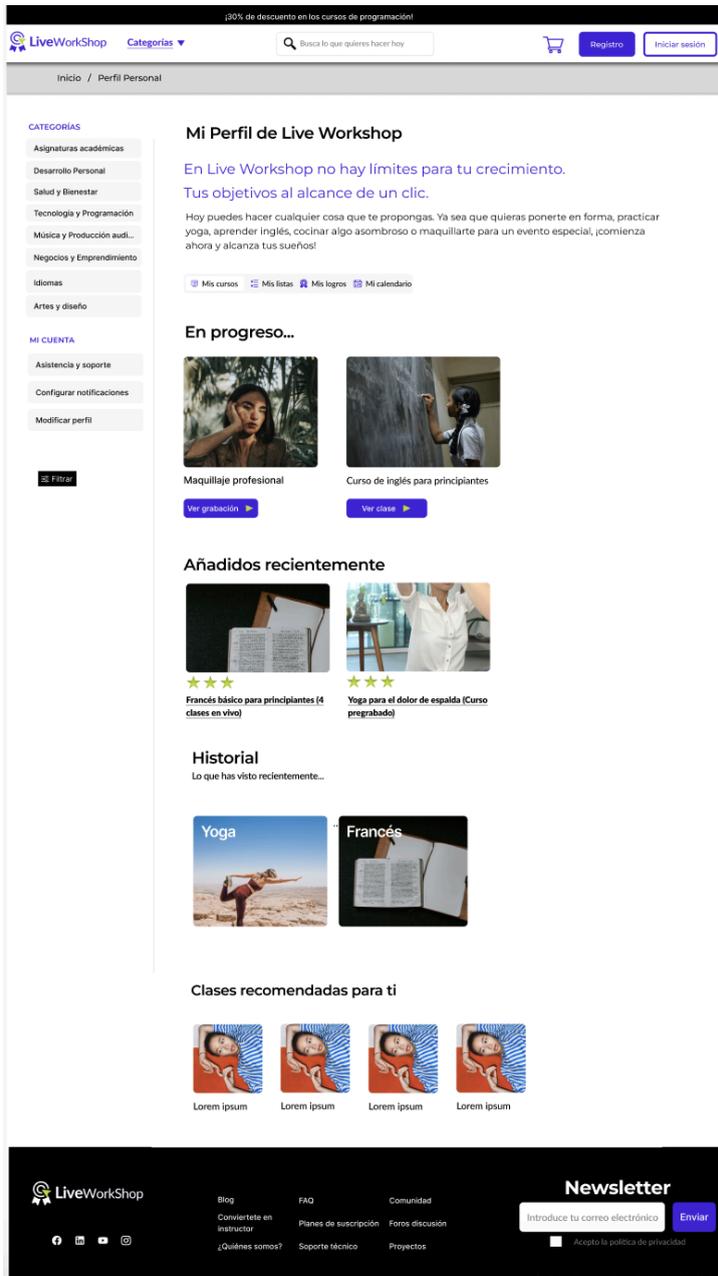


Figura 57: Página del perfil personal de Live Workshop. Fuente:

<https://www.figma.com/design/A911MmiHGaiumnrmMspwHH/Marketplace-de-cursos-y-talleres-online?node-id=1-5&m=dev>

- **Mis Listas:** Los usuarios tienen la posibilidad de personalizar listas de cursos basadas en temáticas, objetivos personales o cualquier otra preferencia. Esta funcionalidad permite a los estudiantes organizar su contenido de aprendizaje de manera que mejor se adapte a sus necesidades individuales.

- **Calendario:** Esta sección facilita la planificación de futuras transmisiones y eventos relacionados con sus cursos. Si un usuario agenda una futura transmisión, tendrá la opción de conectarlo como un evento en su Google Calendar. Por otra parte, las sesiones agendadas quedan registradas en el primer carrusel de la pestaña "Mis Cursos".

Siguiendo con los demás elementos de la página, también encontramos:

**Asistencia y soporte:** Desde el perfil, los usuarios pueden acceder fácilmente a la asistencia al cliente y a recursos de soporte. Esta funcionalidad asegura que cualquier problema o duda pueda ser resuelto rápidamente, mejorando la experiencia general del usuario en la plataforma.

**Integraciones sociales:** Para aquellos usuarios que deseen compartir sus logros o discutir su aprendizaje, se proporcionan opciones para conectar y sincronizar su perfil con redes sociales. Esto no solo fomenta una comunidad de aprendizaje más amplia, sino que también permite a los estudiantes utilizar su red para compartir y ampliar su experiencia educativa.

En definitiva, la página de perfil del usuario en el marketplace busca ofrecer una gestión personalizada y detallada de la experiencia. Con una estructura organizada en pestañas y funcionalidades avanzadas para suscriptores, esta página facilita la navegación, el seguimiento del progreso y la gestión de todas las actividades relacionadas con el aprendizaje en la plataforma.

### 7.6.5. Página del plan de suscripción

La página de suscripción del marketplace muestra **tres opciones de suscripción disponibles**, facilitando a los usuarios la elección del plan que mejor se adapte a sus necesidades. La estructura de la página se centra en proporcionar toda la información relevante sobre los planes de suscripción, incluyendo los beneficios y características de cada uno, así como **respuestas a preguntas frecuentes** para ayudar a los usuarios a tomar decisiones informadas.

En la parte superior de los planes, los usuarios encontrarán pestañas que permiten **alternar entre los precios según año o mes**. Esta funcionalidad facilita la comparación de costes y beneficios a corto y largo plazo, ofreciendo una visión clara de las ventajas de cada modalidad de pago. Además, se ofrece la opción de pago anual que contiene un descuento (por ejemplo, pagar 10 meses y obtener 2 meses gratis).

¡30% de descuento en los cursos de programación!

LiveWorkShop Categorías  Registro Iniciar sesión

/ Planes de suscripción

## Elige tu Plan Personal

¿Qué te inspira hoy? Desde hacer ejercicio, practicar yoga, aprender inglés, hasta crear un plato magnífico o maquillarte para un evento especial, ¡tienes el poder de hacerlo todo! ¡Comienza ahora y haz que cada momento cuente!

Plan mensual Plan anual **MÁS POPULAR**

**Plan básico**  
€20 al mes

- Acceso ilimitado a todos los cursos gratuitos.
- 5 clases de pago gratuitas por mes (seleccionables entre cursos, talleres o clases en vivo).
- Acceso a materiales de lectura y recursos adicionales.
- Descuentos exclusivos del 10% en clases y cursos adicionales.
- Acceso completo a todas las funcionalidades de personalización, creación y gestión de listas de cursos, uso del calendario personal e integración con Google Calendar y el sistema de metas y logros para monitorizar y motivar tu progreso.

Suscribirse ahora

**Plan estándar**  
€40 al mes

- Acceso ilimitado a todos los cursos gratuitos y de pago.
- 10 talleres o clases en vivo gratuitas por mes.
- Acceso a materiales de lectura y recursos adicionales.
- Descuentos exclusivos del 20% en clases y cursos adicionales.
- Acceso a seminarios web y talleres mensuales en vivo.
- Acceso completo a todas las funcionalidades de personalización.
- Descuentos exclusivos del 30% en certificaciones oficiales adicionales y materiales físicos.

Suscribirse ahora

**Plan Premium**  
\$70 al mes

- Todos los beneficios del Plan Estándar.
- Acceso ilimitado a todos los cursos, talleres y clases de pago.
- Acceso exclusivo a cursos y contenidos adicionales (masterclasses, cursos especializados, etc.).
- Acceso anticipado a nuevos cursos y talleres.
- Sesiones de tutoría personalizadas y mentoría individual con instructores.
- Oportunidades de networking con otros miembros premium y profesionales del sector.

Suscribirse ahora

### ¿Por qué unirse al plan Personal de Live Workshop?

**Personaliza tus metas**

Crea tus listas, marca tus objetivos y personaliza tu espacio según tus preferencias y necesidades.

**Acceso ilimitado a todas las categorías**

Clases grabadas, clases en directo, con el Plan personal no tendrás tiempo de aburrirte. De la mano de instructores expertos en sus materias.

**Reserva según tu agenda personal**

Reserva directamente en tu propio calendario. Tus clases favoritas a la vista para no perderte nada!

**Certificación**

Obtén certificados reconocidos al completar cursos, mejorando tu perfil profesional.

**Soporte**

Recibe ayuda y orientación de nuestro equipo de soporte dedicado y acceso a mentoría personalizada en el plan premium.

**Ahorro**

Accede a clases de pago y recursos adicionales a un precio reducido en comparación con la compra individual.

### Preguntas frecuentes

- ¿Puedo cambiar de plan en cualquier momento? +
- ¿Qué métodos de pago aceptan? +
- ¿Puedo cancelar mi suscripción? +
- ¿Puedo obtener un reembolso si no estoy satisfecho con mi suscripción? +

15 Footer

LiveWorkShop

Blog  
Convertirte en instructor  
¿Quiénes somos?

FAQ  
Planes de suscripción  
Soporte técnico

Comunidad  
Foros discusión  
Proyectos

**Newsletter**

Acepto la política de privacidad

[Configuración de cookies](#) [Política de privacidad](#)

Figura 58: Página del plan de suscripción de Live Workshop. Fuente: <https://www.figma.com/design/A911MmjHGaiumnrmMspwHH/Marketplace-de-cursos-y-talleres-online?node-id=1-4&m=dev>

Los tres planes de suscripción están presentados en una disposición paralela, permitiendo una comparación directa de sus características y precios.

Cada plan de suscripción incluye una descripción detallada de los beneficios que ofrece. Estos pueden incluir **acceso ilimitado a cursos, materiales adicionales exclusivos, soporte prioritario, y descuentos especiales en futuros cursos o eventos**. La información está organizada de manera que resalta los puntos fuertes de cada plan, ayudando a los usuarios a identificar rápidamente el plan que mejor se ajusta a sus necesidades.

A continuación de la comparación de planes, la página incluye una sección titulada "¿Por qué elegir un plan de suscripción?". Esta **sección destaca las ventajas de suscribirse**, como el acceso ilimitado a una amplia variedad de cursos y talleres, el acceso completo a las funcionalidades de la página de perfil o el aspecto económico, mostrando cómo los planes de suscripción pueden resultar más económicos en comparación con la compra individual de cursos.

Para resolver cualquier duda que los usuarios puedan tener, la página incluye una sección de Preguntas Frecuentes (FAQ). Aquí se abordan las **inquietudes más comunes sobre la suscripción**, tales como los métodos de pago aceptados, la política de cancelación, y los pasos para cambiar de un plan a otro. Esta sección está diseñada para proporcionar respuestas rápidas y claras, reduciendo la necesidad de que los usuarios busquen información adicional o contacten al soporte técnico.

Los botones de "Suscribirse ahora" están claramente visibles y enlazan directamente al proceso de inscripción, haciendo que el camino desde la información hasta la acción sea lo más fluido posible.

### 7.6.6. Pantallas del proceso de compra

El proceso de compra en nuestro sitio web está diseñado para **ofrecer una experiencia fluida y sin contratiempos hasta la finalización del pago**, asegurando que los usuarios puedan inscribirse en cursos de manera eficiente. A continuación, se describen las pantallas y funcionalidades clave del proceso de compra:

**Página del carrito de compras:** La página del carrito de compras es el punto central donde los usuarios revisan y ajustan los detalles de los cursos seleccionados antes de proceder al pago. Cada curso en el carrito muestra información esencial como la duración, temática, nivel de dificultad y coste. Además, se muestra un resumen claro del pedido, incluyendo el precio total antes de aplicar descuentos o códigos promocionales.

Desde la página del carrito, los usuarios pueden realizar modificaciones fácilmente, ajustando las cantidades o eliminando cursos según sea necesario, sin necesidad de regresar a la navegación principal. También tienen la opción de agregar mensajes especiales si están comprando un curso como regalo, proporcionando una personalización adicional al proceso de compra.

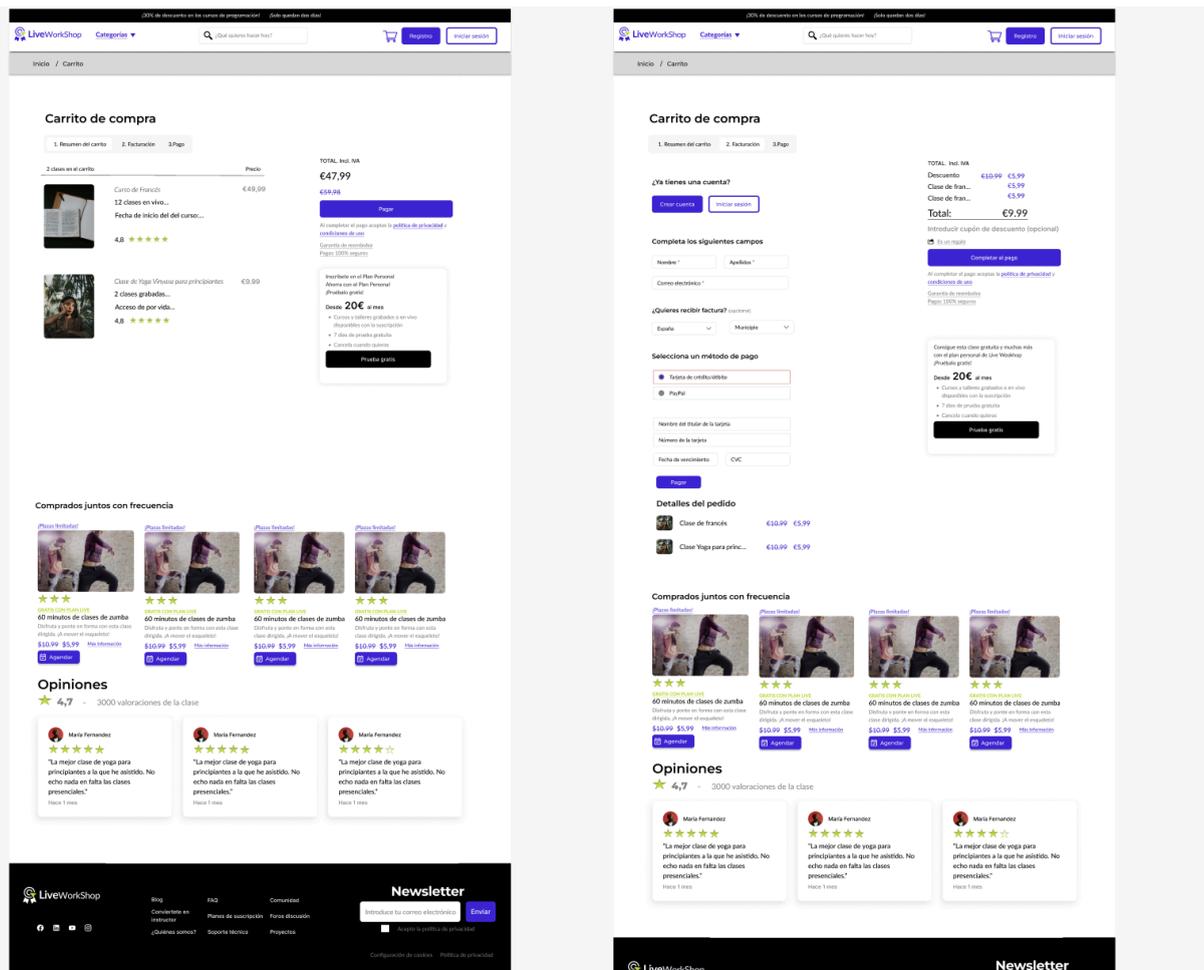


Figura 59: Páginas del proceso de compra en Live Workshop. Fuente: <https://www.figma.com/design/A911MmiHGaiumnrmMspwHH/Marketplace-de-cursos-y-talleres-online?node-id=229-34&m=dev>

**Proceso de checkout:** El proceso de checkout está diseñado para garantizar transparencia y seguridad durante la transacción. Los usuarios pueden ver desglosados los costes asociados, incluyendo posibles tarifas adicionales por certificados o materiales del curso. La política de cancelación y reembolso es claramente accesible para brindar confianza al usuario. Existe una sección dedicada para ingresar códigos promocionales o cupones, aplicando descuentos directamente al total del carrito y mejorando la experiencia de compra.

Se ofrecen múltiples métodos de pago, incluyendo tarjetas de crédito, PayPal y otras plataformas de pago en línea, cada una detallada para que los usuarios elijan la que prefieran.

Durante todo el proceso de compra, se muestran indicadores de progreso para mantener a los usuarios informados sobre el estado de su transacción.

Antes de finalizar la compra, se sugieren cursos adicionales que complementan o mejoran la experiencia de aprendizaje, basados en las selecciones actuales del usuario. Esta técnica de venta cruzada no solo aumenta la exploración de nuevos contenidos, sino que también mejora la satisfacción del usuario al ofrecer opciones relevantes y personalizadas.

Aunque los productos son digitales, se recopila la información necesaria para la facturación y registro del estudiante, como nombre y dirección de correo electrónico. Además se utiliza la función de autocompletar para facilitar el llenado de formularios, optimizando la experiencia del usuario. Antes de finalizar la compra, se muestra un resumen completo del pedido antes de finalizar la compra, permitiendo a los usuarios verificar y ajustar la información según sea necesario.

Se ofrece la opción de registro para futuras conveniencias, como seguimiento de progreso del curso, aunque también se permite la inscripción sin crear una cuenta para agilizar el proceso inicial. En la página, se refuerza la confianza del usuario con testimonios de estudiantes anteriores, y sellos de seguridad que validan la calidad y seguridad del sitio.

**8.**

## **TEST DE USUARIOS**

## 8. Test de usuarios

El prototipo del marketplace Live Workshop requiere una prueba de usabilidad para identificar posibles mejoras. Según Jakob Nielsen, consultor danés de usabilidad web, investigador de la interacción persona-ordenador y cofundador de Nielsen Norman Group<sup>53</sup>, el test de usuarios se define como un método de investigación que implica que un investigador, conocido como "facilitador" o "moderador", solicite a un participante que realice una serie de tareas utilizando interfaces de usuario específicas. Durante la ejecución de cada tarea, el investigador observa el comportamiento del participante y escucha sus comentarios. Las pruebas de usabilidad pueden ser cualitativas, enfocadas en identificar problemas en una interfaz, o cuantitativas, centradas en recopilar métricas que evalúen la experiencia general del usuario con el producto. Los elementos centrales de estas pruebas incluyen el moderador, las tareas y el participante.

El **objetivo principal del test de usuarios para Live Workshop** es identificar problemas en la navegación y funcionalidad, asegurando que los usuarios puedan interactuar de manera eficiente y satisfactoria con la plataforma. En este test, **se descarta el uso del menú principal y del buscador** descrito en el prototipo con el fin de evaluar si los usuarios pueden detectar rápidamente los contenidos navegando a través de las páginas sin necesidad de acudir al menú principal, donde se encuentran todas las categorías y subcategorías.

Siguiendo con los objetivos del test de usabilidad, **se busca conocer la facilidad de uso** que presenta el prototipo del sitio web Live Workshop de acuerdo con los principales servicios que ofrece y el nivel de eficacia, eficiencia y satisfacción que produce en los usuarios. De esta forma, **se podrán detectar posibles problemas de usabilidad y errores en el diseño** del prototipo del sitio web y así, posteriormente, **plantear propuestas de mejora**. En cuanto al contenido del sitio web, se quiere determinar si la información proporcionada en el sitio web es útil para los usuarios y **si los contenidos están organizados de una forma clara**.

Por otra parte, saber cómo se sienten los usuarios, que expresan antes, durante y tras finalizar el estudio resulta muy útil en la identificación de problemas que nos guíen hacia la mejora del sitio web. Por este motivo, **se emplea la metodología "Think Aloud"**<sup>54</sup>, definida por Jakob Nielsen (2012) como "una prueba de pensamiento en voz alta, se pide a los participantes que utilicen el sistema pensando continuamente en voz alta, es decir, verbalizando sus pensamientos mientras se mueven por la interfaz de usuario."

---

<sup>53</sup> <https://www.nngroup.com/>

<sup>54</sup> Jakob Nielsen, J. (2012) - Thinking Aloud: The #1 Usability Tool.

## 8.1. Metodología

Han participado tres usuarios de diferentes edades y características, seleccionados para obtener una visión representativa de la experiencia de usuario en el prototipo.

Cada uno de estos perfiles puede aportar datos significativos sobre los problemas de uso del marketplace. Los usuarios más jóvenes acostumbran a pasar un mayor número de horas consumiendo Internet y, aunque no implique necesariamente que se trate de usuarios avanzados, son conocedores de los estándares y patrones de diseño más extendidos en este entorno. Por su parte, los usuarios de mayor edad pueden presentar otras características que impliquen ciertos aspectos de diseño fundamentales para garantizar una buena experiencia de usuario.

### **Perfil de los usuarios que han participado en el test de usabilidad**

- **Usuario 1:**
  - Mujer de 60 años
  - Pediatra jubilada
  - Utiliza internet por ocio y se conecta aproximadamente un total de 4 o 5 horas a la semana desde el móvil principalmente.
  - No ha consumido nunca cursos online.
- **Usuario 2:**
  - Mujer de 27 años.
  - Fisioterapeuta.
  - Utiliza Internet por ocio y trabajo. Se conecta un total de 5-6 horas al día. Se conecta normalmente desde el móvil y desde el ordenador del trabajo.
  - Ha reservado cursos en una página web de su trabajo llamado “fisioformación”. La última vez hace 6 meses.
- **Usuario 3:**
  - Mujer de 30 años
  - Trabaja en el sector del marketing
  - Utiliza Internet por trabajo con el ordenador y ocio con el móvil, unas 10 horas al día.
  - Se inscribió a un máster online que finalmente no acabó en la UOC.
  - La última vez que reservó un curso fue hace 3 años.

En primer lugar, se realiza un **cuestionario pre-test** para conocer a los participantes del estudio, en concreto su nivel tecnológico y detectar otros sitios web del sector que puedan servir de referentes. **Se ha establecido un guión estándar** para la realización del test, el cual se puede ver en el [Anexo 4. \(14.4\)](#). Por otra parte, en el [Anexo 5. \(14.5\)](#) se comparte un enlace para acceder a las grabaciones.

En segundo lugar, se deja medio minuto a los usuarios para que visualicen y naveguen por el sitio con el fin de recoger sus primeras impresiones.

En tercer lugar, se realiza el test con usuarios. Se les presenta a los usuarios una serie de tareas a realizar a partir de unos escenarios concretos para ponerlos en situación y así recoger datos cuantitativos sobre la eficiencia y la eficacia.

**Cada tarea se ha formulado de acuerdo con un objetivo**, se han contemplado los diferentes caminos de navegación que podían seguir los usuarios para realizar cada una de las tareas, y se ha determinado el éxito y el fracaso de cada una de ellas.

Mientras los usuarios hablan, se van tomando notas para recoger datos cualitativos respecto a la satisfacción de los usuarios con el sitio web. Concretamente se recogen los siguientes datos:

- **Observaciones:** anotaciones sobre las dificultades y los comportamientos inesperados del usuario.
- **Comportamiento:** camino que sigue el usuario para la ejecución de la tarea. Ej. Home > categorías > ... y comentarios que realiza el usuario mientras realiza la acción.
- **Experiencia con la interfaz** expresada por los usuarios y anotaciones sobre las reacciones emocionales de los usuarios, tales como exclamaciones de sorpresa, disgusto, expresiones de frustración, de alegría, etcétera.

Una vez finalizadas las tareas, se solicita a los usuarios que realicen un **cuestionario post-test** para recoger datos cualitativos respecto a la satisfacción.

**Duración del test:** 30 min máximo, pero los usuarios han realizado el test entre 10-20 min.

**Software utilizado:** Lookback

**Dispositivos utilizados:** Los tres tests se han realizado con ordenador portátil Mac.

## 8.2. Tareas del test de usuarios

### Tarea 1:

- **Objetivo:** Comprobar si los usuarios pueden navegar fácilmente entre páginas para encontrar una clase en concreto sin necesidad de usar el menú de navegación principal o el buscador.
- **Inicio:** Página de Inicio
- **Final (éxito):** Los usuarios llegan a la página específica de “Yoga para el dolor de espalda” y la añaden al carrito.
- **Fracaso:** No encuentra la página o tarda más de 3 minutos
- **Pregunta:** Imagina que estás interesado en ver los detalles de una clase específica llamada “Yoga para el dolor de espalda”. ¿Podrías identificar la página de esta clase en concreto dentro del sitio web y añadirla al carrito?

### Tarea 2:

- **Objetivo:** Comprobar si los usuarios pueden encontrar fácilmente las clases de una categoría específica y añadir una clase directamente al carrito desde la página de categorías, sin necesidad de entrar a la página de producto.
- **Inicio:** Si la anterior tarea ha sido exitosa, se inicia la tarea desde la página de producto “Yoga para el dolor de espalda”.
- **Final (éxito):** Añade al carrito el curso directamente desde la página de la subcategoría del idioma Francés.
- **Fracaso:** El usuario no logra añadir la clase al carrito desde la página de categorías.
- **Pregunta:** Imagina que ahora quieres encontrar un curso online para aprender francés y en concreto, quieres encontrar un curso titulado “Francés básico para principiantes”. En este caso, no quieres ver los detalles de la clase, solo añadirla al carrito para ver los detalles más tarde.

### Tarea 3:

- **Objetivo:** Comprobar si los usuarios pueden acceder fácilmente a su carrito de compra y finalizar la compra de cursos.
- **Inicio:** Si la anterior tarea ha sido exitosa, se inicia la tarea desde la página de categoría que responde a las clases de francés.
- **Final (éxito):** Accede a la página de pago

- **Fracaso:** No se especifica, pero se infiere que el usuario no logra llegar a la segunda página de pago.
- **Pregunta:** Ahora imagina que quieres comprar la clase de francés y de yoga que has añadido al carrito anteriormente.

#### Tarea 4:

- **Objetivo:** Comprobar que la página de suscripción esté suficientemente visible desde cualquier página.
- **Inicio:** Si la anterior tarea ha sido exitosa, se inicia la tarea desde la página de pago
- **Final (éxito):** Menos de 30 segundos para completar la tarea y llegar a la página de los planes de suscripción.
- **Fracaso:** No se especifica, pero se infiere que el usuario no encuentra la página de suscripción en menos de 1 minuto.
- **Pregunta:** Imagina que una vez comprados, quieres ver la información de los planes de suscripción que ofrece el marketplace ¿Puedes encontrar rápidamente la página de suscripción desde la página en la que te encuentras?

#### Tarea 5:

- **Objetivo:** Evaluar si los usuarios pueden identificar rápidamente dónde registrarse/iniciar sesión, encontrar su página del perfil personal y visualizar su propia agenda dentro de la plataforma.
- **Inicio:** Si la anterior tarea ha sido exitosa, se inicia la tarea desde la página de los planes de suscripción.
- **Final (éxito):** El usuario se registra, accede a su página del perfil personal y llega a la sección de su calendario personal de clases.
- **Fracaso:** El usuario no logra acceder a su perfil o llegar a la pestaña del calendario personal.
- **Pregunta:** Imagina que ya te has suscrito y que ya has comprado los dos cursos mencionados anteriormente, ¿podrías iniciar sesión para poder ver tu calendario personal de clases, y en concreto, ver qué días de la semana tienes clase?

## 8.3. Resultados del test de usuarios

El presente informe muestra los resultados del test con usuarios realizado a tres usuarios que podrían perfilarse como usuarios del sitio web objeto de estudio Live Workshop.

### 8.3.1. Resultados cuantitativos

#### Éxito y fracaso de las tareas:

En la siguiente tabla, se indica el porcentaje de éxito que tiene cada tarea. Para ello, se ha establecido un 0 como indicador de “fracaso”, un 0,5 como indicador de éxito parcial y un 1 como indicador de éxito total:

Tarea	Usuario 1	Usuario 2	Usuario 3	% Éxito
1	0,5	0	0	16.67%
2	0,5	1	1	83,33%
3	1	1	1	100%
4	1	1	1	100%
5	1	1	1	100%

Figura 60: Tabla del porcentaje de éxito de las tareas del Test de Usuarios. Fuente: Elaboración propia.

#### Tiempo medio de las tareas:

Tarea	Usuario 1	Usuario 2	Usuario 3	Promedio
1	2 min y 11 segundos	2 minutos	1 minuto y 13 segundos	1 minuto y 48 segundos
2	35 segundos	24 segundos	1 minuto	40 segundos
3	25 segundos	12 segundos	9 segundos	15 segundos
4	23 segundos	13 segundos	14 segundos	16 segundos
5	1 minuto 26 segundos	25 segundos	40 segundos	50 segundos

Figura 61: Tabla del tiempo medio de las tareas del Test de Usuarios. Fuente: Elaboración propia.

## **NPS:**

Se pidió a los usuarios que calificaran, en una escala del 1 al 10, qué tan probable sería que recomendaran el sitio web a otras personas. Esta pregunta proporciona una visión clara sobre el nivel de satisfacción general y la probabilidad de que los usuarios se conviertan en promotores del producto.

	<b>Usuario 1</b>	<b>Usuario 2</b>	<b>Usuario 3</b>	<b>Promedio</b>
<b>NPS</b>	7	9	7	<b>7,67</b>

Figura 62: Tabla del promedio del NPS del Test de Usuarios. Fuente: Elaboración propia.

### **8.3.2. Resultados cualitativos**

#### **Tarea 1 (Encontrar una clase de yoga concreta):**

##### **Usuario 1 (60 años):**

El usuario comienza a hacer scroll por la página y se detiene en cursos que mencionan "yoga". Lee en voz alta algunos cursos de la página de inicio hasta que llega a la sección de "Categorías". Aunque ve la categoría de salud y bienestar, no le convence que esté clasificada ahí y vuelve a hacer scroll hacia arriba. Luego, selecciona la categoría de salud y bienestar, hace scroll y revisa brevemente el contenido. Inicialmente, no está seguro de la categoría "Fitness", pero al ver una clase de estiramientos decide hacer clic. Como no puede acceder a ella, regresa y opta por "Fitness", luego elige "Yoga y Pilates". Esta indecisión refleja la necesidad de una mejor organización de las etiquetas textuales y temáticas. Al acceder a la subcategoría de "Yoga y Pilates", hace scroll hasta encontrar "Yoga para el dolor de espalda", pero no añade el curso al carrito y finaliza la tarea. Por lo tanto, se considera un éxito parcial al no completar la última parte de la tarea.

##### **Usuario 2 (27 años):**

El usuario empieza a hacer scroll y se detiene en la primera clase de yoga que encuentra. Al llegar a la sección de categorías, selecciona rápidamente "Salud y Bienestar" sin explorar las subcategorías como "Fitness". Señala que iría más abajo en el carrusel titulado "Clases para Principiantes", lo cual es incorrecto. Continúa haciendo scroll hacia arriba y hacia abajo, situando el cursor en el menú lateral. Después de varios intentos de encontrar la información, decide seleccionar una de las clases en la página de salud y bienestar para

añadirla al carrito, aunque menciona que ninguna opción permite esta acción. Finalmente, no completó la tarea con éxito.

### **Usuario 3 (30 años):**

A pesar de que se informa a los usuarios que algunas funcionalidades, como el buscador, no están disponibles, el Usuario 3 intenta utilizar el buscador para encontrar la clase deseada. Al desistir de esta opción, hace scroll hacia abajo y se detiene en la primera clase de yoga visible. Luego regresa arriba e intenta dar clic al menú principal en “Categorías”, el cual también está especificado como no funcional en el prototipo. Muestra signos de nerviosismo al ver que no puede interactuar con el menú y vuelve a insistir en usar el buscador. No explora más allá de la página actual y pasa por alto el módulo de categorías. Finalmente, se rinde y no encuentra la manera de completar la tarea, resultando en un fracaso.

### **Observaciones generales de la tarea 1:**

Los tres usuarios experimentaron **dificultades al intentar encontrar cursos específicos** y se quedaron atascados en la página de inicio, sin explorar adecuadamente las categorías al final de la página. Todos mostraron signos de frustración debido a la falta de accesibilidad y claridad en la navegación. La tarea **revela la necesidad de mejorar la organización de la información y la visibilidad de las categorías** para facilitar una búsqueda más eficiente.

### **Tarea 2 (Añadir clase de francés al carrito):**

#### **Usuario 1 (60 años):**

El usuario comienza la tarea desde la página de la clase de yoga. Utiliza eficazmente las migas de pan para retroceder y navegar dentro de la categoría de salud y bienestar. Localiza rápidamente el menú lateral, donde encuentra la subcategoría de idiomas. Este usuario encuentra más fácil identificar las subcategorías dentro de la página de idiomas, ubicadas en la misma área que la página de categoría de salud y bienestar. Dentro de la categoría de francés, localiza la clase indicada, pero no se da cuenta del botón de llamado a la acción (CTA) para añadir al carrito, lo que sugiere que el CTA debería ser más prominente y quizás cambiar el texto de “agendar” por otro más claro. Después, hace clic en el curso para acceder a la página del curso, donde el CTA de “añadir clases al carrito” es más visible y claro para el usuario, permitiéndole completar la tarea con éxito.

### **Usuario 2 (27 años):**

Este usuario accede rápidamente al menú lateral y encuentra la categoría de idiomas. Luego, hace scroll por la página y vuelve a subir para seleccionar la subcategoría “Aprender Francés”. Posteriormente, hace clic en el botón “agendar” sin acceder a la página del curso específico, lo que le permite completar la tarea con éxito. Su rápida navegación y comprensión de las opciones disponibles le permiten realizar la tarea de manera eficiente.

### **Usuario 3 (30 años):**

El usuario inicia haciendo scroll por la página de inicio y revisa las clases individuales. Después de hacer scroll hacia abajo con lentitud y cierta inseguridad, hace clic en un banner para probar gratis el plan de suscripción, accediendo a esa página. Utiliza el logo en la cabecera para volver a la página de inicio. Finalmente, encuentra el módulo de categorías y elige “Asignaturas Académicas”, pero al ver que no funciona, se dirige a “Idiomas”. Desde allí, encuentra rápidamente la sección “Aprender Francés” y hace clic en el botón “agendar” para la clase de francés básico para principiantes. Completa la tarea con éxito, mostrando una capacidad de navegación efectiva a pesar de algunos pasos erróneos iniciales.

### **Observaciones generales de la tarea 2:**

Todos los usuarios encontraron más **fácil navegar utilizando el menú lateral**, que muestra claramente las categorías y subcategorías. El **uso de las migas de pan** y el menú lateral ayudaron a mejorar la navegación, mientras que la visibilidad del **botón de llamado a la acción (CTA) podría mejorarse** para facilitar la acción de añadir al carrito.

### **Tarea 3 (Acceder al carrito y comprar las clases):**

#### **Usuario 1 (60 años):**

El usuario localiza rápidamente el icono del carrito y accede a él sin problemas. Identifica claramente el botón de llamado a la acción (CTA) “pagar” y hace clic en él. La tarea se considera completa hasta el paso de la página de pago, donde el usuario mostró confianza en el proceso.

#### **Usuario 2 (27 años):**

Este usuario encuentra rápidamente el icono del carrito y hace clic en “pagar” sin ningún problema. Su navegación es fluida y directa, lo que le permite completar la tarea con éxito y sin dudas.

**Usuario 3 (30 años):**

El usuario localiza el icono del carrito de manera eficiente y hace clic en el botón “pagar”. Completa la tarea con éxito, mostrando una navegación sin inconvenientes durante el proceso.

**Observaciones generales de la tarea 3:**

El éxito de todos los usuarios en esta tarea indica que el **icono del carrito y el botón de pago están bien posicionados** y cumplen adecuadamente su función. La navegación para acceder al carrito y **proceder con la compra es clara y directa**, facilitando la finalización de la tarea sin problemas.

**Tarea 4 (Encontrar el plan de suscripción):****Usuario 1 (60 años):**

El usuario omite el recuadro promocional en la parte derecha de la página que menciona un plan personal con un precio destacado y un CTA de prueba gratuita. Realiza un desplazamiento (scroll) extenso por toda la página hasta llegar al pie de página (footer), donde localiza la etiqueta de "Planes de Suscripción" y accede a la página correspondiente.

**Usuario 2 (27 años):**

Este usuario también pasa por alto el recuadro del plan personal con el CTA de prueba gratuita. Al llegar al footer de la página, accede a la sección de planes de suscripción a través de la etiqueta correspondiente.

**Usuario 3 (30 años):**

El usuario navega directamente al footer de la página y encuentra la sección de planes de suscripción sin problemas.

**Observaciones generales de la tarea 4:**

Todos los usuarios logran completar la tarea con éxito accediendo a la página de suscripción **desde el footer de la página**. Sin embargo, ninguno de los tres usuarios presta atención al recuadro que menciona el plan personal y la prueba gratuita. Esto sugiere que la **información sobre el plan de suscripción y la prueba gratuita podría estar más destacada** para mejorar la visibilidad y la conversión. Considerar mejorar la colocación y visibilidad de estas ofertas puede facilitar el acceso y aumentar la tasa de conversión.

## **Tarea 5 (Iniciar sesión y acceder al calendario personal):**

### **Usuario 1 (60 años):**

El usuario localiza rápidamente las opciones para registrarse e iniciar sesión. Después de iniciar sesión, regresa a la página de inicio pero no se da cuenta de que el icono de "Iniciar sesión" ha sido reemplazado por un icono de perfil. Realiza un desplazamiento (scroll) por la página y no encuentra sus clases reservadas, lo que sugiere que sería útil mostrar una sección destacada con su navegación personal en la página de inicio una vez registrado. El usuario continúa desplazándose y revisa los módulos, pero muestra confusión y no sabe hacia dónde dirigirse. Finalmente, decide hacer clic en el icono de perfil, creyendo que está iniciando sesión de nuevo, pero termina accediendo a la página de perfil personal. No encuentra las pestañas de calendario de inmediato y, al no localizarlo en el menú lateral, finalmente encuentra la pestaña de "Mi Calendario".

### **Usuario 2 (27 años):**

Este usuario accede rápidamente a la opción de inicio de sesión en la parte superior de la página. Una vez iniciada la sesión, regresa a la página de inicio, donde identifica de inmediato el icono de perfil en la parte superior y hace clic en él. Visualiza rápidamente la pestaña de "Mi Calendario" y accede a ella sin dificultades.

### **Usuario 3 (30 años):**

El usuario accede al inicio de sesión en la parte superior de la página y, después de iniciar sesión, regresa a la página de inicio. Al ver el icono de perfil, hace clic en él, pero inicialmente dirige su atención al menú lateral en busca del calendario. Se acerca mucho a la pantalla, lo que sugiere que algunas partes del texto tienen una fuente demasiado pequeña, dificultando la lectura.

### **Observaciones generales de la tarea 5:**

El primer usuario (60 años) **presenta dificultades para identificar rápidamente el icono del perfil o entender su función**, indicando que sería beneficioso especificar más claramente que este icono representa el acceso a la página de perfil personal. Además, los tres usuarios utilizan el menú lateral como una referencia principal para la navegación, lo que sugiere que **podría ser útil integrar el acceso a las diferentes funcionalidades del perfil personal, como es el caso del calendario , también en el menú lateral** para mejorar la navegación y la visibilidad. Considerar mejoras en el diseño y en la visibilidad del texto puede ayudar a reducir la confusión y mejorar la experiencia del usuario.

## **Consideraciones finales de los usuarios:**

### **Usuario 1:**

El usuario 1 experimentó nerviosismo y estrés durante la prueba, indicando que tuvo dificultades significativas para encontrar las diferentes secciones y funciones dentro del prototipo. Mencionó que le costó especialmente encontrar la opción de "Mi Calendario", la cual no es fácilmente visible o accesible desde la página de inicio. Este feedback sugiere que se podrían realizar mejoras en la visibilidad y el acceso a las funcionalidades clave para reducir la frustración del usuario.

### **Usuario 2:**

El usuario 2 se sintió en general satisfecho con el prototipo. Sin embargo, encontró dificultades en la primera tarea, ya que le costó encontrar la clase de yoga específica. Aunque la mayoría de las tareas fueron claras para él, esta dificultad inicial sugiere que la organización de la información y las opciones de navegación pueden necesitar ajustes para mejorar la facilidad de acceso a contenidos específicos.

### **Usuario 3:**

El usuario 3 reportó una experiencia positiva en general, pero destacó que la falta de funcionalidad de algunas características afectó la fluidez de las tareas. Mencionó que los cursos estaban agrupados en la parte inferior de la página y que esto dificulta su visualización. Este comentario sugiere que las categorías de los cursos podrían estar más visibles para facilitar la navegación y la selección de cursos.

## **8.3. Propuesta de mejoras**

### **Propuestas de mejora de la organización de la información:**

#### **Visibilidad de las categorías principales**

Dado que se trata de un sitio web nuevo, las categorías de todos los cursos se mostrarán desde el primer momento en la página de inicio. Se reubican las categorías principales en el segundo módulo de la página de inicio para que los usuarios puedan identificarlas rápidamente y no tengan que hacer scroll por toda la página para llegar a ellas. Además, estas categorías se presentarán en formato de carrusel, lo que facilita la exploración rápida y accesible de las distintas áreas temáticas.

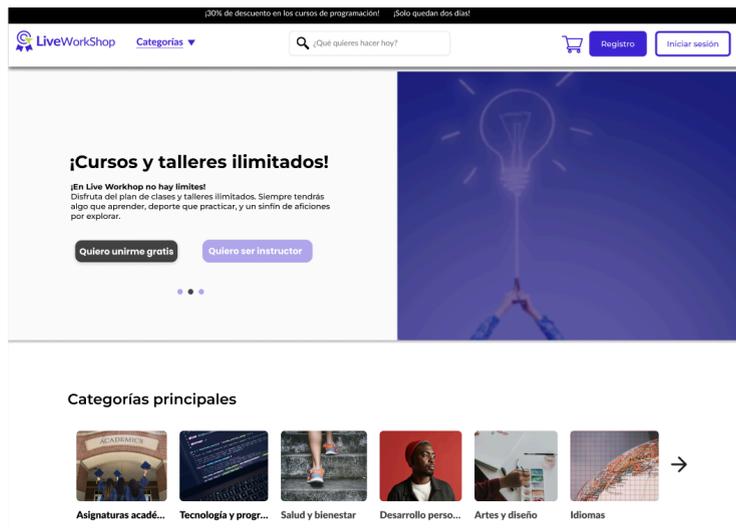


Figura 63: Captura de pantalla de la Página de Inicio de Live Workshop. Fuente: Elaboración propia

## Reorganización de la categoría de Yoga

Actualmente, el yoga se encuentra como una subcategoría dentro de la categoría de fitness, lo cual no es óptimo ya que muchos usuarios no asocian el yoga directamente con el fitness, sino como un tema independiente relacionado con la salud y el bienestar. Se recomienda mover el yoga para que sea una categoría propia dentro de la sección de salud y bienestar. Esto no solo refleja mejor las expectativas de los usuarios, sino que también hará que la navegación sea más intuitiva.

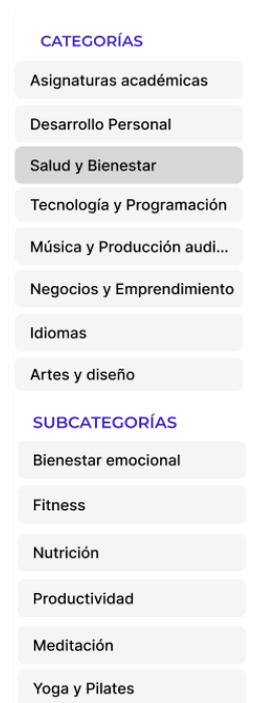


Figura 64: Menú local vertical de la página de categorías. Fuente: Elaboración propia

## Reorganización de la jerarquía en las páginas de categorías

Se sugiere mejorar la organización de la información dentro de las páginas de categorías para evitar confusiones. Específicamente, el título "temas más buscados" podría llevar a malentendidos si no se diferencia claramente de las categorías más populares. Se propone renombrar el carrusel que actualmente aparece debajo del título "temas más buscados" a "subcategorías más buscadas". Esto ayudaría a clarificar la jerarquía y relación entre las temáticas generales y las más específicas, facilitando la navegación y la comprensión de la estructura del contenido.

### Antes



Figura 65: Captura de pantalla de la página de categorías de Live Workshop. Fuente: Elaboración propia.

### Después



Figura 66: Captura de pantalla de la página de categorías de Live Workshop. Fuente: Elaboración propia.

## **Propuestas de mejora en la página del perfil personal**

### **Mayor visibilidad del acceso al perfil**

La actual ubicación del acceso al perfil parece no ser lo suficientemente visible o clara para algunos usuarios. Para mejorar esto, se añade una etiqueta de texto junto al icono de la persona en la cabecera que diga "Mi Perfil". Este cambio hará que el acceso a la página del perfil personal sea más evidente.



Figura 67: Captura de pantalla de cabecera de Live Workshop. Fuente: Elaboración propia.

### **Mejor acceso a funcionalidades dentro del perfil personal**

Dentro de la página principal del perfil personal, la funcionalidad del calendario y otras opciones clave deberían estar más accesibles. Se recomienda incluir estas funcionalidades en el menú lateral izquierdo, una zona que los usuarios tienden a utilizar como referencia principal para la navegación. Al integrar el calendario y otras herramientas directamente en este menú, se facilitará el acceso rápido y directo, mejorando la experiencia de usuario.

### **Optimización del tamaño de fuente para pestañas de navegación**

Por otra parte, si se decide mantener las pestañas de navegación dentro del perfil personal, es importante que estas sean fácilmente legibles. Se propone un aumento en el tamaño de la fuente utilizada en las pestañas para que sean más visibles y accesibles, especialmente para usuarios que puedan tener dificultades de visión. Un tamaño de fuente mayor reducirá el riesgo de que los usuarios pasen por alto funciones importantes dentro de su perfil.

### **Antes**

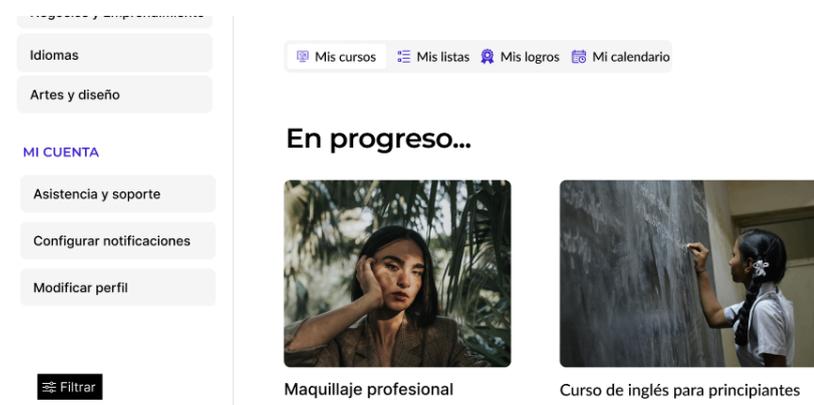


Figura 68: Captura de pantalla de la página del perfil personal de Live Workshop. Fuente: Elaboración propia.

## Después

Negocios y Emprendimiento

Idiomas

Artes y diseño

### MI CUENTA

Asistencia y soporte

Configurar notificaciones

Modificar perfil

Mi Calendario de clases

Filtrar

Mis cursos Mis listas Mis logros Mi calendario

## En progreso...



Maquillaje profesional



Curso de inglés para principiar

Figura 69: Captura de pantalla de la página del perfil personal de Live Workshop. Fuente: Elaboración propia

## Personalización del perfil en la página de inicio

Para una experiencia más personalizada y coherente, podría considerarse la integración de ciertos elementos del perfil personal en la página de inicio una vez que el usuario haya iniciado sesión. Por ejemplo, mostrar un resumen del calendario o clases reservadas directamente en la página de inicio podría mejorar la visibilidad de estas funcionalidades y reforzar la sensación de personalización del usuario dentro de la plataforma.

## Antes

¡Cursos y talleres ilimitados!

¡En Live Workshop no hay límites! Ofrecida en los planes de clases y talleres ilimitados. Siempre tendrás algo que aprender, deporte que practicar, y un sinnúmero de aficiones por explorar.

Quiero unirme gratis Quiero ser instructor

### Cursos destacados

- Curso de cocina profesional** (★★★★★)  
10 talleres en vivo para que aprendas aspectos fundamentales de la cocina profesional. €10.99 Más información
- Habla en público como un orador experto** (★★★★★)  
Un taller práctico para que hables en público pase de ser tu peor temor a tu mejor amigo. €10.99 Más información
- Inglés para principiantes** (★★★★★)  
Un curso completo para sentar las bases del idioma. Vocabulario, gramática, speaking, reading... €10.99 Más información

Plazas limitadas

- 60 minutos de clases de zumba** (★★★★★)  
Dinámica y divertida con esta clase dirigida. ¡A mover el esqueleto! €10.99 €5.99 Más información
- Clase de yoga nivel II** (★★★★★)  
Clase dirigida de yoga vinyasa. 60 minutos de sesión para ayudarte a conectar con el ejercicio. €10.99 Más información
- Fotografía profesional para viajes** (★★★★★)  
Aprende conceptos básicos y tipos esenciales de la mano de un experto para captar las mejores fotos de viajes. €10.99 Más información

## Después

¡Cursos y talleres ilimitados!

¡En Live Workshop no hay límites! Ofrecida en los planes de clases y talleres ilimitados. Siempre tendrás algo que aprender, deporte que practicar, y un sinnúmero de aficiones por explorar.

Quiero unirme gratis Quiero ser instructor

### Mis próximas clases

- Francés para principiantes**  
-Clase 1: Iniciación  
Viernes, 13 de septiembre  
Ver más detalles Ir a mi calendario
- Francés para principiantes**  
-Clase 2: Vocabulario  
Martes, 27 de septiembre  
Ver más detalles Ir a mi calendario

### Clases recomendadas para ti

Plazas limitadas

- 60 minutos de clases de zumba** (★★★★★)  
Dinámica y divertida con esta clase dirigida. ¡A mover el esqueleto! €10.99 €5.99 Más información
- Clase de yoga nivel II** (★★★★★)  
Clase dirigida de yoga vinyasa. 60 minutos de sesión para ayudarte a conectar con el ejercicio. €10.99 Más información
- Fotografía profesional para viajes** (★★★★★)  
Aprende conceptos básicos y tipos esenciales de la mano de un experto para captar las mejores fotos de viajes. €10.99 Más información

Figura 70: Captura de pantalla de la página de inicio de Live Workshop. Fuente: Elaboración propia.

## Propuesta de mejora y unificación de CTA (Call to Action)

### Unificación de los CTA "Añadir" y "Agendar"

Inicialmente, los CTA estaban divididos en "Agendar" para clases en vivo y "Añadir" para cursos grabados. Sin embargo, para evitar confusiones y simplificar la experiencia de usuario, se ha decidido unificar estos CTA. A partir de ahora, todos los CTA en los carruseles de las páginas de categorías o en la página de inicio se unificarán bajo el término "Añadir al Carrito". Esta unificación no solo simplifica la interfaz, sino que también reduce la carga cognitiva del usuario, facilitando el proceso de compra.

### Antes

#### Cursos destacados

The screenshot shows a grid of six course cards. Each card features a thumbnail image, a star rating, a title, a short description, a price, and a CTA button. The CTA buttons are either 'Añadir' (Add) or 'Agendar' (Schedule). The first three cards have 'Añadir' buttons, while the last three have 'Agendar' buttons.

Curso	Rating	Descripción	Precio	CTA
Curso de cocina profesional	★★★★	10 talleres en vivo para que aprendas aspectos fundamentales de la cocina profesional.	€10.99	Añadir
Habla en público como un orador experto	★★★★	Un taller práctico para que hablar en público pase de ser tu peor temor a tu nueva afición.	€10.99	Añadir
Inglés para principiantes	★★★	Un curso completo para sentar las bases del idioma. Vocabulario, gramática, speaking, reading...	€10.99	Añadir
60 minutos de clases de zumba	★★★★	Disfruta y ponte en forma con esta clase dirigida. ¡A mover el esqueleto!	€10.99 / €5.99	Agendar
Clase de yoga nivel II	★★★	Clase dirigida de yoga vinyasa. 60 minutos de sesión para ayudarte a conectar con el ejercicio.	€10.99	Agendar
Fotografía profesional para viajes	★★★★★	Aprende conceptos básicos y tips esenciales de la mano de un experto para captar las mejores fotos de viajes.	€10.99	Añadir

Figura 71: Captura de pantalla de la página de inicio de Live Workshop. Fuente: Elaboración propia.

### Después

#### Cursos destacados

The screenshot shows a grid of six course cards, identical to the 'Antes' page. However, all CTA buttons are now unified and labeled 'Añadir al carrito' (Add to cart), regardless of whether the course is live or recorded.

Curso	Rating	Descripción	Precio	CTA
Curso de cocina profesional	★★★★	10 talleres en vivo para que aprendas aspectos fundamentales de la cocina profesional.	€10.99	Añadir al carrito
Habla en público como un orador experto	★★★★	Un taller práctico para que hablar en público pase de ser tu peor temor a tu nueva afición.	€10.99	Añadir al carrito
Inglés para principiantes	★★★	Un curso completo para sentar las bases del idioma. Vocabulario, gramática, speaking, reading...	€10.99	Añadir al carrito
60 minutos de clases de zumba	★★★★	Disfruta y ponte en forma con esta clase dirigida. ¡A mover el esqueleto!	€10.99 / €5.99	Añadir al carrito
Clase de yoga nivel II	★★★	Clase dirigida de yoga vinyasa. 60 minutos de sesión para ayudarte a conectar con el ejercicio.	€10.99	Añadir al carrito
Fotografía profesional para viajes	★★★★★	Aprende conceptos básicos y tips esenciales de la mano de un experto para captar las mejores fotos de viajes.	€10.99	Añadir al carrito

Figura 72: Captura de pantalla de la página de inicio de Live Workshop. Fuente: Elaboración propia.

## Incorporación de un CTA adicional para conversiones rápidas

Los CTA actuales como "Pagar" en la página de pago y "Añadir al Carrito" en las páginas de producto o clase muestran ser claros para los usuarios. Estos botones son intuitivos y cumplen con las expectativas de los usuarios, por lo que no se requieren cambios en su diseño o ubicación.

Sin embargo, en las páginas de clases individuales (de producto), se propone añadir un botón adicional debajo del CTA "Añadir al Carrito" que invite a una conversión rápida. Este nuevo botón podría ser "Comprar Ahora" o "Reservar Ahora", dependiendo del tipo de clase: "Comprar Ahora" para cursos grabados y "Reservar Ahora" para clases en vivo. Esto ofrece a los usuarios una opción más directa para completar su compra, dirigiendo directamente al usuario a la página de pago, lo que puede aumentar la tasa de conversión.

### Antes

#### ♥ Yoga para el dolor de espalda



€9.99

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit.

Añadir clase al carrito

Compartir clase

Nivel: Iniciación

2 recursos adicionales con acceso ilimitado

Figura 73: Captura de pantalla de la página de curso de Live Workshop. Fuente: Elaboración propia.

### Después

#### ♥ Yoga para el dolor de espalda



€9.99

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit.

Añadir clase al carrito

Comprar ahora

Compartir clase

Nivel: Iniciación

2 recursos adicionales con acceso ilimitado

Figura 74: Captura de pantalla de la página de curso de Live Workshop. Fuente: Elaboración propia.

## Propuestas de mejora para la visibilidad de los planes de suscripción

### Mayor visibilidad de los planes de suscripción

Para mejorar la visibilidad y atractivo de los planes de suscripción, es fundamental diversificar los mensajes y el diseño de los CTA. En lugar de utilizar siempre el CTA "Unirme Gratis", o "Prueba gratis", se propone la incorporación de mensajes alternativos que resalten los beneficios de suscribirse. Por ejemplo, en recuadros promocionales o banners, se podría utilizar un CTA como "Ahorra con el Plan de Suscripción" o "Descubre Nuestras Ofertas Exclusivas". Estos mensajes destacan el valor añadido de suscribirse, apelando directamente al interés del usuario por ahorrar o acceder a beneficios exclusivos.

### Optimización del diseño de los banners y recuadros promocionales

Los banners y recuadros promocionales deben ser visualmente atractivos y ubicarse en puntos estratégicos de la página, como la parte superior o integrados dentro del flujo de navegación en secciones clave, como la página de categorías o la página de pago. Usar colores contrastantes y una tipografía legible que resalte el valor del plan de suscripción es crucial para captar la atención. Además, se puede incorporar elementos visuales como íconos de ahorro, gráficos de comparación de precios, o testimonios breves para reforzar la propuesta de valor.

#### Antes

€9.99

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit.

Añadir clase al carrito

 [Compartir clase](#)

Nivel: Iniciación

2 recursos adicionales con acceso ilimitado

#### Ahorra con el Plan Personal

Consigue esta clase gratuita y muchas más con el plan personal de Live Woskhop  
¡Pruébalo gratis!  
Más información

Desde **20€** al mes

- Cursos y talleres grabados o en vivo disponibles con la suscripción
- 7 días de prueba gratuita
- Cancela cuando quieras

Prueba gratis

#### Después

€9.99

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit.

Añadir clase al carrito

Comprar ahora

 [Compartir clase](#)

Nivel: Iniciación

2 recursos adicionales con acceso ilimitado



¡Ahorra con el Plan de suscripción!

Consigue esta clase gratuita y muchas más uniéndote gratis al plan personal de Live Woskhop

- Cursos y talleres grabados o en vivo disponibles con la suscripción
- 7 días de prueba gratuita
- Cancela cuando quieras

¡Pruébalo gratis hoy mismo!

Figura 75: Captura de pantalla de la página de curso de Live Workshop. Fuente: Elaboración propia

**9.**

## **PLAN DE DIFUSIÓN**

## 9. Plan de difusión

El éxito de cualquier plataforma digital de aprendizaje en línea no solamente se basa en la calidad de los cursos y talleres disponibles, sino también en la capacidad para atraer y ser accesible al público objetivo. En el presente proyecto de marketplace, Live Workshop, es imprescindible contar con un plan de difusión sólido y bien organizado para poder atraer, convertir y mantener a los usuarios. En este apartado, se detallan las estrategias y tácticas que se van a utilizar con el fin de garantizar que el sitio web no solo llegue al público objetivo, sino que también se consolide como un referente en el campo educativo y de formación por internet.

El enfoque del plan de difusión abarca distintas áreas esenciales dentro del marketing digital, tales como el **SEO, la creación de contenido, las redes sociales, el email marketing, la publicidad online y las colaboraciones estratégicas con socios afiliados**. Todas estas estrategias están pensadas para trabajar unidas, generando así un entorno de promoción que potencia al máximo el impacto y la eficacia de las acciones de marketing.

Además de aumentar el tráfico hacia el marketplace, el objetivo de este plan es promover la conversión de visitantes en usuarios registrados y suscriptores de pago, así como la compra recurrente de cursos talleres. De esta manera, se asegura la viabilidad y éxito a largo plazo de Live Workshop.

### 9.1. Objetivos del plan de difusión

El principal objetivo del plan de difusión del marketplace de cursos y talleres en línea es aumentar la visibilidad y el alcance de la plataforma, asegurando una sólida presencia en el mercado para atraer y convertir a más usuarios. Para ello, se han establecido los siguientes objetivos específicos:

#### 1. Aumentar la visibilidad de la plataforma:

- Aumentar la presencia del marketplace en canales digitales y medios convencionales.
- Aplicar tácticas de optimización SEO y SEM con el fin de incrementar la visibilidad en los motores de búsqueda.
- Trabajar en conjunto con influencers y personas influyentes para incrementar el reconocimiento de la marca.

## **2. Generar tráfico que derive en conversión:**

- Realizar campañas publicitarias en medios sociales y otras plataformas para generar tráfico de calidad.
- Crear contenido para guiar a los usuarios hacia la plataforma e incentivar el compromiso.
- Mejorar constantemente la experiencia de usuario (UX) y la interfaz de usuario (UI) para aumentar la tasa de conversión.

## **3. Captación de leads y registros:**

- Desarrollar estrategias de inbound marketing para captar leads interesados en los cursos y talleres ofrecidos.
- Generar material educativo valioso, como libros electrónicos, webinars y blogs, con el objetivo de atraer a posibles usuarios y lograr que se registren.
- Para agilizar el proceso de inscripción, utilizar formularios de registro optimizados y landing pages efectivas.

## **4. Fomentar las suscripciones y retención de usuarios:**

- Para promover la retención de usuarios, se ofrecen suscripciones y membresías que brindan beneficios exclusivos.
- Implementar programas de fidelización y recompensas.
- Campañas de email marketing y notificaciones push para mantener a los usuarios informados sobre nuevas ofertas y actualizaciones.

## **9.2. Definición y segmentación del público objetivo**

Para maximizar la efectividad de las estrategias de marketing y asegurar que los mensajes lleguen a las personas adecuadas, es crucial segmentar el público objetivo de manera detallada. Esta segmentación permitirá personalizar las campañas y mejorar la tasa de conversión y retención de usuarios. A continuación, se detalla la segmentación del público objetivo para Live Workshop:

### **Segmentación demográfica**

#### **1. Edad:**

- **Estudiantes:** 15-25 años
- **Jóvenes profesionales:** 26-35 años

- **Adultos en búsqueda de habilidades adicionales:** 36-50 años
  - **Mayores de 50:** Interesados en aprendizaje continuo y nuevas habilidades
2. **Género:**
- **Hombres y mujeres:** Enfocar campañas que sean inclusivas y que puedan resonar con ambos géneros, dado que las necesidades de aprendizaje pueden variar pero son igualmente importantes para todos.
3. **Ubicación geográfica:**
- **Urbanos y suburbanos:** Mayor accesibilidad a internet y tendencia a participar en actividades online.
  - **Regiones con alta concentración de instituciones educativas:** Zonas cercanas a universidades y centros de formación.
4. **Nivel educativo:**
- **Estudiantes de secundaria y universitarios:** Buscan apoyo adicional y cursos complementarios.
  - **Graduados universitarios y profesionales en activo:** Interesados en desarrollo profesional y habilidades prácticas.
  - **Adultos sin educación superior formal:** Buscan nuevas oportunidades de aprendizaje y mejora personal.

## **Intereses y comportamientos**

1. **Intereses en educación:**
- **Cursos académicos:** Matemáticas, Ciencias, Historia, etc.
  - **Desarrollo profesional:** Habilidades empresariales, liderazgo, marketing digital.
  - **Habilidades prácticas:** Cocina, bricolaje, jardinería.
2. **Habilidades Específicas:**
- **Bienestar y salud:** Yoga, fitness, meditación.
  - **Idiomas:** Inglés, español, francés, otros idiomas.
  - **Artes y manualidades:** Pintura, fotografía, música.
3. **Comportamiento en línea:**
- **Usuarios activos en redes sociales:** Participación en grupos, seguimiento de páginas educativas.
  - **Frecuentes compradores online:** Comodidad con el e-commerce y pagos digitales.
  - **Consumidores de contenido digital:** Preferencia por videos tutoriales, webinars, podcasts.

#### 4. Uso de redes sociales:

- **Plataformas populares:** Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn.
- **Interacción con contenido educativo:** Seguimiento de canales educativos, participación en cursos online gratuitos.

### Segmentación psicográfica

#### 1. Motivaciones para el aprendizaje:

- **Profesional:** Buscan avanzar en sus carreras, obtener certificaciones, aprender nuevas habilidades laborales.
- **Personal:** Desean mejorar en hobbies, mantenerse mentalmente activos, aprender por interés personal.

#### 2. Estilo de vida:

- **Activos y en movimiento:** Prefieren cursos que se puedan seguir en cualquier momento y desde cualquier lugar.
- **Orientados al bienestar:** Interesados en cursos que promuevan la salud física y mental.
- **Dominan la tecnología:** Cómodos con la tecnología, interesados en plataformas de aprendizaje digital.

Gracias a la segmentación, se tendrá la capacidad de desarrollar campañas específicas y adaptadas a cada cliente. Un ejemplo sería el uso de redes sociales: Utilizar LinkedIn y campañas de email marketing dirigidas a jóvenes profesionales interesados en desarrollar sus habilidades empresariales y liderazgo. Aquellos que estén interesados en el bienestar podrán encontrar contenido atractivo sobre yoga y fitness en las cuentas de Instagram y YouTube. También, se crearán promociones y mensajes personalizados que sean atractivos para las motivaciones y estilos de vida identificados en la segmentación psicográfica.

Esta aproximación detallada permitirá no solo atraer al público objetivo, sino también ofrecer una experiencia de aprendizaje personalizada y relevante, aumentando así su satisfacción y fidelidad hacia Live Workshop.

## 9.3. Estrategias de difusión

### 9.3.1. SEO (Search Engine Optimization)

El plan de difusión de Live Workshop contará con una estrategia para el posicionamiento en buscadores. El objetivo de esta estrategia integral de SEO interno y externo es mejorar la visibilidad en los diferentes buscadores, atraer tráfico cualificado y potenciar la conversión de usuarios interesados en los cursos y talleres ofrecidos en el marketplace. A continuación, se presentan las principales tareas de cada tipo de SEO:

#### SEO Interno

##### 1. SEO Técnico:

- **Optimización del sitio web:**
  - Asegurarse de que el sitio sea rápido y esté optimizado para dispositivos móviles.
  - Mejorar la estructura de URL y la navegación para una experiencia de usuario intuitiva.
  - Optimización de meta etiquetas (títulos, descripciones) y etiquetas HTML.
  - Implementación de archivos robots.txt y sitemap.xml para facilitar la indexación.

##### 2. SEO Semántico:

- **Investigación de palabras clave:**
  - Identificación de palabras clave relevantes para cursos y talleres ofrecidos (ej. "clases de yoga online", "aprender inglés en línea", "talleres de cocina").
  - Uso de herramientas como SEMrush y Google Keyword Planner para análisis de volumen de búsqueda y competencia.
- **Optimización de contenidos:**
  - Creación de contenido relevante y valioso basado en palabras clave identificadas.
  - Uso adecuado de palabras clave en títulos, subtítulos, texto y metadatos.
  - Optimización de imágenes con etiquetas alt descriptivas y nombres de archivo relevantes.

### 3. SEO de contenidos:

- **Marketing de contenidos:**

- Desarrollo de una estrategia de contenido que aborde temas relevantes para el público objetivo.
- Publicación regular de artículos de blog, videos educativos y recursos descargables.
- Incorporación de SEO on-page en cada pieza de contenido para mejorar su visibilidad en los motores de búsqueda.

### SEO Externo

#### 1. SEO Social:

- **Promoción en redes sociales:**

- Uso estratégico de plataformas como Facebook, Instagram, LinkedIn y TikTok para compartir contenido y atraer tráfico al sitio web.
- Fomento de la interacción y el engagement a través de publicaciones, encuestas, y sesiones en vivo.

#### 2. SEO de contenidos externo

- **Colaboraciones y Guest Posting:**

- Establecimiento de colaboraciones con influencers, bloggers y otros sitios web para crear y compartir contenido.
- Publicación de artículos como invitado en blogs relevantes para aumentar la visibilidad y construir enlaces externos.

#### 3. SEO de enlaces externos:

- **Construcción de enlaces (linkbuilding):**

- Desarrollo de una estrategia de construcción de enlaces efectiva.
- Búsqueda de oportunidades para obtener enlaces de calidad de sitios web relevantes y de autoridad.
- Participación en directorios de negocios y asociaciones relevantes para mejorar la autoridad de dominio.

## **Implementación y seguimiento**

Se utilizarán herramientas como Google Analytics, SEMrush y plataformas de análisis de redes sociales para monitorear el rendimiento del SEO. En función de los datos y métricas obtenidas, se ajustará el contenido de las estrategias. Con el fin de llevar un correcto seguimiento, se establecerá una revisión periódica del contenido y las técnicas de SEO, asegurando así un aumento del tráfico orgánico constante y progresivo.

### **9.3.2. Marketing de contenidos**

A través de la creación y distribución de contenido valioso, relevante y consistente, se busca atraer y retener al público. El marketing de contenidos de Live Workshop se centrará en tres pilares principales: blog y artículos, videos educativos, y ebooks y guías.

#### **Blog y Artículos**

Publicar artículos útiles y relevantes es esencial para posicionar a Live Workshop como un referente en educación y desarrollo de habilidades. Los artículos se enfocarán en temas de interés para el público objetivo, incluyendo:

- **Técnicas y consejos prácticos:** Artículos que ofrezcan consejos prácticos sobre temas como yoga, cocina, idiomas, y más.
- **Entrevistas con Instructores:** Conversaciones con los expertos que imparten los cursos, proporcionando una visión profunda de sus métodos y experiencias.
- **Historias de éxito:** Testimonios y casos de éxito de usuarios que han mejorado sus habilidades y conocimientos a través de la plataforma.
- **Actualizaciones de cursos:** Información sobre nuevos cursos, talleres y eventos especiales, manteniendo a la audiencia informada sobre las últimas novedades.

El objetivo es generar tráfico orgánico al sitio web, mejorar el SEO y construir una relación de confianza con el público objetivo mediante contenido de alta calidad y relevancia.

#### **Videos educativos**

Los videos son una herramienta poderosa para captar la atención y educar a la audiencia. Se crearán videos cortos y tutoriales que muestren fragmentos de los cursos ofrecidos. Este contenido audiovisual incluirá:

- **Fragmentos de clases:** Clips cortos que destaquen partes clave de los cursos, demostrando la calidad y el valor educativo de la plataforma.
- **Tutoriales y demostraciones:** Videos que enseñen habilidades específicas, proporcionando valor inmediato a los espectadores.
- **Testimonios en video:** Historias de éxito y experiencias de los usuarios en formato de vídeo, aportando una dimensión más personal y auténtica.

Los videos se distribuirán a través de las redes sociales, el blog y el canal de YouTube de Live Workshop, ampliando el alcance y la visibilidad de la marca.

### **Ebooks y guías**

Se ofrecerá contenido descargable para captar leads y enriquecer la base de datos de usuarios. Se desarrollarán ebooks y guías detalladas sobre temas específicos, los cuales se ofrecerán a cambio del registro en el sitio. Ejemplos de este tipo de contenido incluyen:

- **Guías de introducción:** Ebooks que introducen a los usuarios a temas como yoga, cocina, o aprendizaje de idiomas, con fundamentos y primeros pasos.
- **Manuales avanzados:** Guías detalladas para usuarios que deseen profundizar en temas más complejos, ofreciendo técnicas avanzadas y consejos especializados.
- **Recopilaciones de tips y trucos:** Documentos que agrupen consejos útiles y prácticos sobre diversas temáticas abordadas en los cursos de la plataforma.
- **Guías gráficas y tablas:** información relevante y visual, como tablas de ejercicios, entre otros.

Estos materiales no solo proporcionan valor inmediato a los usuarios, sino que también facilitan la generación de leads y la conversión de visitantes en suscriptores y clientes.

En conclusión, a través de la creación de artículos, videos y materiales descargables se busca educar y entretener a la audiencia además de fortalecerla presencia de la marca y facilitar la conversión de usuarios.

### **9.3.3. Redes sociales**

El plan de difusión para las redes sociales de Live Workshop se centrará en una estrategia integral y personalizada para cada plataforma, aprovechando sus características únicas y sus respectivos públicos. La implementación de perfiles oficiales y la creación de contenido interactivo y atractivo serán pilares fundamentales para establecer una fuerte presencia en redes sociales y atraer a un público diverso.

Se crearán y gestionarán perfiles oficiales de Live Workshop en las siguientes plataformas:

- **Facebook:** Para llegar a una audiencia amplia y diversa, y aprovechar las herramientas de grupos y eventos.
- **Instagram:** Para atraer a un público más joven y visualmente orientado, utilizando imágenes, vídeos cortos y stories.
- **LinkedIn:** Para profesionales y empresas interesados en formación continua y desarrollo profesional.
- **YouTube:** Para compartir vídeos más extensos, tutoriales, entrevistas y clases magistrales.
- **TikTok:** Para atraer a un público joven con contenido dinámico y entretenido, utilizando vídeos cortos y virales.

### **Formato de creatividades**

El formato principal de las publicaciones serán los **vídeos**, aprovechando su alto nivel de engagement y su capacidad para transmitir información de manera atractiva y dinámica. Estos vídeos incluirán:

- Demostraciones de cursos: Clips de clases y talleres para mostrar la calidad y el contenido.
- Testimonios de usuarios: Experiencias y opiniones de los usuarios para generar confianza y credibilidad.
- Promociones y ofertas especiales: Anuncios de descuentos, eventos y novedades para mantener el interés y la participación.

### **Calendario de publicaciones**

Se planificará y programará un calendario de publicaciones regular y consistente para mantener una presencia constante en todas las plataformas. Esto incluirá:

- Publicaciones diarias: Imágenes y vídeos de alta calidad relacionados con cursos y talleres.
- *Stories* y *reels*: Contenido breve y atractivo que fomente la interacción diaria.
- Publicaciones semanales: Actualizaciones de blog, noticias y novedades de la plataforma.
- Eventos mensuales: Anuncios de eventos en vivo, Q&A y sesiones especiales con instructores.

## **Contenido interactivo**

El contenido interactivo será clave para fomentar la participación de los usuarios y crear una comunidad activa y comprometida. Esto incluirá:

- Encuestas y cuestionarios: Para obtener retroalimentación y conocer mejor los intereses del público.
- Q&A en vivo: Sesiones en directo donde los usuarios pueden hacer preguntas a los instructores.
- Clases en directo: Clases y talleres en vivo más breves que demuestren la calidad y variedad de la oferta educativa de "Live Workshop".

En definitiva, con la estrategia de redes sociales y a través de contenido de alta calidad, interacción constante y publicidad segmentada, se busca posicionar a "Live Workshop" como la plataforma de referencia para aprender y desarrollar nuevas habilidades en múltiples disciplinas.

### **9.3.4. Email Marketing**

El uso de email marketing será una herramienta clave dentro del plan de difusión del marketplace Live Workshop. Se implementará Mailchimp, una herramienta de automatización de email marketing que permitirá segmentar, diseñar y enviar correos electrónicos de manera efectiva y dirigida.

Para el envío de los boletines se implementará una clara segmentación entre los usuarios suscritos y los no suscritos.

#### **Newsletters**

Durante los primeros meses del lanzamiento, se enviará una newsletter general al mes. Sin embargo, el objetivo es segmentar estos envíos por intereses del lead y su comportamiento en la plataforma. Estas newsletters incluirán:

- Novedades y actualizaciones: Información sobre nuevos cursos y eventos.
- Masterclases especiales: Detalles de clases impartidas por influencers y expertos reconocidos.
- Acceso a contenidos gratuitos: Cursos gratuitos, tutoriales, artículos y entrevistas.
- Blog relevantes y ofertas especiales.

Estos boletines están diseñados para mantener a los usuarios informados y comprometidos con el contenido de la plataforma.

La **automatización** permitirá configurar correos electrónicos que se enviarán automáticamente en diferentes momentos clave del ciclo de vida del usuario, tales como:

- Correos de bienvenida para nuevos usuarios, con información básica y una guía de inicio rápido.
- Emails de seguimiento para aquellos que hayan comenzado un curso pero no lo han completado.
- Mensajes destinados a retener a usuarios inactivos o que no han realizado compras recientes.
- Confirmaciones de compra y solicitudes de opiniones.

El comportamiento del usuario dentro de la plataforma servirá como base para organizar las automatizaciones de los correos electrónicos. Por ejemplo:

- Recordatorios de carrito abandonado: Emails dirigidos a usuarios que han añadido clases a su carrito pero no han completado la compra.
- Recomendaciones personalizadas: Basadas en el historial de navegación y compras anteriores.

### **Segmentación por intereses y comportamiento**

La segmentación será fundamental para personalizar la comunicación. Los correos electrónicos se segmentarán según los intereses específicos del público (por ejemplo, cocina, fitness, idiomas) y según el comportamiento del usuario registrado (por ejemplo, cursos iniciados, clases guardadas en listas). También se considerará la etapa del funnel de conversión en la que se encuentre el usuario, adaptando el mensaje según se trate de potenciales clientes, clientes activos o clientes que requieren remarketing.

### **Campañas por temporada y fechas especiales**

Se aprovecharán las campañas por temporada y fechas señaladas para atraer a los usuarios con mensajes personalizados y relevantes. Ejemplos de estas campañas incluyen:

- Día de la madre y padre: Clases de cocina o manualidades para disfrutar con la familia.
- Navidad: Ofertas especiales y paquetes de regalo.
- Verano: Cursos para mantener la forma física y aprender nuevas habilidades.

### 9.3.5. Publicidad en línea (PPC)

Se realizarán anuncios a través de diversas plataformas de anuncios, buscando aumentar la visibilidad del marketplace, atraer a nuevos usuarios y convertir visitas en inscripciones y compras.

En **Google Ads**, se seleccionarán palabras clave específicas relacionadas con los cursos y talleres ofrecidos, como "clases de yoga online", "aprender inglés", "cursos de cocina", etc. Los anuncios de texto estarán optimizados para aparecer en los primeros resultados cuando los usuarios busquen términos relacionados con las ofertas de "Live Workshop".

#### **Social Media Paid**

Se lanzarán campañas de anuncios pagados segmentados para atraer tráfico y suscriptores. Esto incluirá:

- Anuncios en Facebook e Instagram: Utilizando segmentación avanzada para llegar a usuarios interesados en educación, fitness, cocina, y más.
- Vídeos promocionales en YouTube y TikTok: Mostrando los beneficios clave de "Live Workshop", como la variedad de temáticas y la flexibilidad de aprendizaje.
- LinkedIn Ads: Para atraer a profesionales y empresas interesadas en formación continua.

Para la publicidad en redes sociales, en **Facebook Ads** se utilizarán capacidades de segmentación demográfica e intereses para dirigirse a usuarios interesados en educación, habilidades y bienestar. Se crearán anuncios en formato de video y carrusel para mostrar múltiples cursos y testimonios de usuarios en un solo anuncio, con un enfoque en campañas optimizadas para conversiones, como registros y compras de cursos.

En **Instagram Ads**, se producirán anuncios de alta calidad que muestren fragmentos de clases, historias de éxito y promociones. Se aprovecharán las *Stories* y *Reels* para llegar a un público más joven y captar su atención con contenido dinámico.

En **LinkedIn Ads**, se dirigirá a profesionales que buscan mejorar sus habilidades o adquirir nuevas competencias mediante anuncios segmentados por industria, cargo y nivel de educación. Se utilizarán anuncios de texto y gráficos para promocionar cursos de desarrollo profesional, idiomas y habilidades técnicas, y se publicarán artículos y actualizaciones patrocinadas para llegar a una audiencia profesional interesada en el aprendizaje y el desarrollo continuo.

### 9.3.6. Colaboraciones y alianzas estratégicas

Según los resultados de la encuesta detallada en el [Anexo 14.2](#), la mayoría de los participantes están dispuestos a pagar más por cursos impartidos por instructores reconocidos. En respuesta, se implementará una estrategia de colaboración y alianzas estratégicas tanto con influencers de diferentes tamaños de audiencia como con entidades educativas, empresas y universidades para fortalecer su presencia en el mercado.

#### **Colaboraciones con Influencers**

Para este proyecto, se realizarán colaboraciones con influencers para que actúen como instructores para cursos específicos, aprovechando su autoridad y el alcance de sus seguidores. Además, se implementarán descuentos exclusivos promocionados por los influencers dirigidos a su audiencia, con el objetivo de incentivar la participación y aumentar las conversiones. Asimismo, se desarrollará contenido colaborativo más profundo, incluyendo tutoriales detallados, demostraciones prácticas y testimonios exhaustivos, para enriquecer la experiencia del usuario y fortalecer la credibilidad del marketplace.

#### **Nano-influencers (1.000 - 10.000 seguidores):**

Para la estrategia de marketing de influencers se identificarán y colaborarán con nano influencers que tienen entre 1.000 y 10.000 seguidores en plataformas como Instagram y YouTube. Estos influencers, aunque tienen un alcance más limitado en comparación con los nano influencers, tienen una audiencia altamente comprometida y nichos específicos que pueden alinear perfectamente con las categorías de cursos ofrecidos por Live Workshop. Además, este grupo de influencers suele ser más accesible y flexible para impartir cursos en línea debido a su capacidad para interactuar de manera más cercana con sus seguidores.

#### **Micro Influencers (10.000 - 100.000 seguidores):**

Los micro influencers jugarán un papel crucial en la estrategia de alcance de Live Workshop. Estos influencers tienen la capacidad de alcanzar una audiencia más amplia mientras mantienen niveles significativos de interacción. Un ejemplo de microinfluencers para la temática de idiomas, y, en concreto, para aprender inglés sería el perfil de “aprendeinglesconlu” (figura 76):

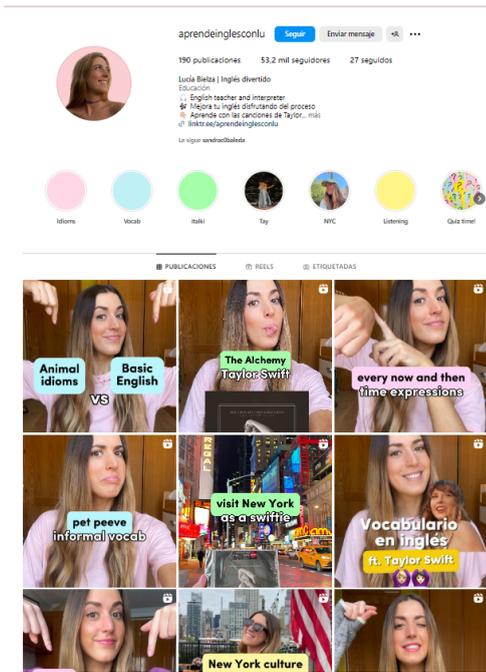


Figura 76: Captura de pantalla del perfil de instagram de Influencer.

### Macro Influencers (más de 100,000 seguidores):

Live Workshop se asociará con macro influencers que tienen más de 100.000 seguidores en varias plataformas sociales. Estos influencers tienen un alcance masivo y son capaces de generar un impacto considerable en la percepción de marca y la adquisición de nuevos usuarios. Algunos ejemplos de macro influencers para la temática de belleza y, en concreto, para aprender a maquillarse serían los perfiles de “heyratolina” y “MyCrazyMakeup (figura 77):

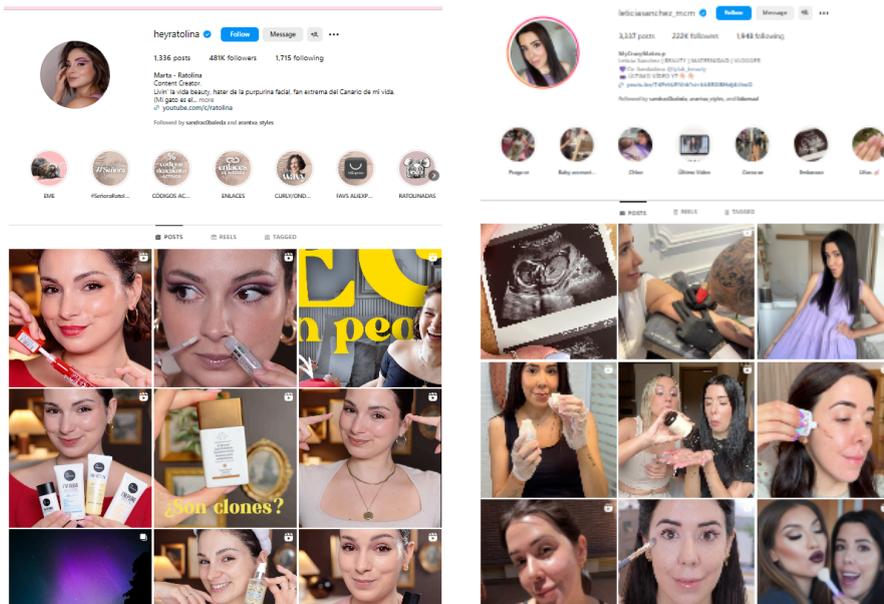


Figura 77: Capturas de pantalla del perfil de instagram de Influencers.

En resumen, la estrategia de influencers consiste en seleccionar tres perfiles distintos para cada tema de curso o taller. De esta manera, se logra abarcar una parte significativa de la comunidad, aprovechando la colaboración de todos los influencers con Live Workshop.

### **Colaboraciones con entidades, empresas y universidades**

Además de las colaboraciones con influencers, se establecerán alianzas estratégicas con entidades educativas, empresas y universidades para ampliar su oferta educativa y fortalecer su credibilidad en el mercado:

- **Ofertas corporativas:** En el marketplace Live Workshop se ofrecerán paquetes de formación a empresas interesadas en mejorar las habilidades de sus empleados a través de cursos personalizados y talleres exclusivos.
- **Integración en programas educativos:** Se establecerán colaboraciones con universidades y otras entidades educativas para integrar sus cursos y talleres en programas académicos, proporcionando a los estudiantes acceso a recursos adicionales y enriqueciendo su experiencia educativa.
- **Webinars y talleres gratuitos:** Se organizarán eventos en línea en colaboración con universidades, donde los estudiantes podrán participar en webinars y talleres gratuitos para demostrar el valor del contenido ofrecido en la plataforma.

La estrategia de colaboraciones y alianzas estratégicas con influencers y entidades educativas, empresas y universidades permitirá a Live Workshop maximizar su visibilidad, mejorar la credibilidad de la marca y atraer nuevos usuarios interesados en una variedad de temas educativos y formativos ofrecidos en la plataforma. Estas colaboraciones no solo expandirán el alcance de la plataforma, sino que también fortalecerán la conexión con el público objetivo, asegurando una experiencia de aprendizaje enriquecedora y de alta calidad para todos los usuarios.

### **9.3.7. Marketing de afiliados**

El marketing de afiliados es un componente esencial dentro del plan de difusión del marketplace "Live Workshop". Este programa permitirá ampliar el alcance del mercado y atraer a nuevos usuarios mediante la colaboración con sitios web, bloggers, empresas y clientes existentes. El objetivo es crear una red de promoción que incentive a los afiliados a difundir los cursos, talleres y clases ofrecidos en la plataforma, a cambio de una comisión por cada venta referida.

## **Programa de Afiliados**

El diseño del programa de afiliados de Live Workshop se centrará en crear una estructura de comisiones atractiva y un proceso de inscripción sencillo para los nuevos afiliados. La estructura de comisiones ofrecerá un porcentaje fijo por cada venta realizada a través de sus enlaces de afiliado, incentivando a los participantes a maximizar sus esfuerzos promocionales. Para facilitar la inscripción, se proporcionarán herramientas y recursos necesarios desde el primer momento, incluyendo un panel de control donde los afiliados podrán rastrear sus referidos, ventas y comisiones en tiempo real, mejorando la transparencia y la gestión de sus campañas.

Los afiliados podrán encontrar material promocional dentro de su cuenta personal de Live Workshop, como banners, enlaces y contenido que puedan utilizar en sus sitios web y blogs. Además, se ofrecerán promociones exclusivas y descuentos especiales que los afiliados podrán compartir con sus audiencias, aumentando el atractivo de las ofertas y las posibilidades de conversión.

## **Descuentos a través de afiliados**

Para incentivar aún más a los afiliados y a sus audiencias, se proporcionarán descuentos adicionales a los clientes que compren a través de enlaces de afiliados. Esta estrategia aumentará la probabilidad de conversión, creando un incentivo adicional para la participación en el programa de afiliados.

## **Colaboración con empresas**

El programa de afiliados también se extenderá a la colaboración con empresas, estableciendo enlaces de afiliación para socios corporativos. Las empresas podrán promocionar los cursos de "Live Workshop" a través de estos enlaces, incentivando a sus empleados y clientes a inscribirse en la plataforma. Se ofrecerán paquetes de cursos personalizados para empresas con descuentos exclusivos a través de enlaces de afiliación, fomentando el desarrollo profesional de sus empleados y aumentando la probabilidad de conversión.

## **Referencias y programas de recompensas**

Para fomentar la participación y el crecimiento orgánico, se implementará un sistema de referencias donde los usuarios actuales podrán invitar a amigos a unirse a la plataforma y ganar recompensas por cada nuevo usuario que se registre y realice una compra. Para promocionar esta opción de descuento o clases gratis por recomendación, se establecerá en

distintas pantallas del marketplace. Por ejemplo, en una página de un curso de baile, aparecerán banners con llamados a la acción claros como pueden ser: "Invita a tu amigo a bailar y gana una clase gratis".

El programa de recompensas permitirá a los usuarios acumular puntos por cada referencia exitosa, que luego podrán canjear por clases gratuitas, descuentos en suscripciones o acceso a contenido premium. Además, se introducirán elementos de gamificación en el programa de referencias, como tablas de clasificación y desafíos de referencias, para hacer el proceso más divertido y motivador para los usuarios.

En conclusión, al crear un programa de afiliados bien estructurado, y al colaborar con empresas y clientes actuales, se puede generar un flujo constante de nuevos usuarios y aumentar las ventas.

## 9.4. Plan de acción y calendario

El plan de acción y calendario para la difusión del marketplace Live Workshop se estructurará en tres fases: **Pre-lanzamiento, Lanzamiento, y Post-lanzamiento**, con acciones específicas alineadas con el funnel de conversión. Además, se utilizarán herramientas de análisis para monitorear y ajustar las estrategias a lo largo del tiempo.

### Fases del plan de acción

#### 1. Pre-lanzamiento (Mes -3 a Mes 0)

**Objetivo:** Crear expectativa y generar interés antes del lanzamiento oficial.

- **SEO:**

- o Investigación de palabras clave por tipología de curso.
- o Optimización del contenido por las búsquedas de los usuarios.
- o Creación de artículos de blog optimizados.
- o Configuración de Google Search Console.

- **Redes Sociales:**

- o Crear perfiles oficiales en Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube y TikTok.

- o Publicar contenido "teaser", un recurso audiovisual creativo de corta duración, de entre 20 y 30 segundos, cuyo objetivo es obtener la atención del usuario sobre el próximo lanzamiento.
  - o Realizar encuestas y Q&A en vivo para generar interés.
- **Marketing de contenidos:**
    - o Publicar artículos de blog que aborden temas relevantes por temática de curso.
    - o Crear videos educativos y tutoriales.
    - o Ofrecer ebooks y guías descargables.
- **Publicidad de pago:**
    - o Configurar campañas de Google Ads para la Red de Búsqueda y Display.
    - o Iniciar campañas de retargeting para visitantes del sitio web.
    - o Lanzar anuncios en redes sociales (Facebook Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads).
- **Colaboradores e Influencers:**
    - o Identificar y contactar a influencers y embajadores.
    - o Planificar webinars y talleres gratuitos con instructores conocidos.

## 2. Lanzamiento (Mes 1)

**Objetivo:** Maximizar la visibilidad y atraer usuarios a la plataforma.

- **SEO:**
  - o Publicación de contenido fresco y relevante.
  - o Monitoreo de rendimiento de palabras clave y ajustes necesarios.
- **Email Marketing:**
  - o Enviar una newsletter general de bienvenida al marketplace.
  - o Crear y segmentar una lista de correo electrónico.
  - o Activar campañas automatizadas de seguimiento y retención.

- **Redes Sociales:**
  - o Publicar contenido interactivo y en vivo (encuestas, Q&A, sesiones en directo).
  - o Realizar una campaña intensiva de anuncios pagados.
  
- **Marketing de Contenidos:**
  - o Publicar artículos y videos de lanzamiento.
  - o Promocionar ebooks y guías exclusivas.
  
- **Publicidad de Pago:**
  - o Intensificar campañas de Google Ads y retargeting.
  - o Ejecutar campañas específicas en redes sociales.
  
- **Colaboradores e Influencers:**
  - o Colaborar con influencers para promover el lanzamiento.
  - o Realizar webinars y talleres gratuitos para demostrar el valor de la plataforma.

### **3. Post-lanzamiento (Mes 2 en adelante)**

**Objetivo:** Mantener el interés, retener usuarios y fomentar la conversión continua.

- **SEO:**
  - o Continuar con la optimización del contenido.
  - o Publicar nuevos artículos y videos basados en análisis de rendimiento.
  
- **Email Marketing:**
  - o Enviar boletines periódicos con actualizaciones y ofertas especiales.
  - o Implementar campañas automatizadas para usuarios en diferentes etapas del funnel.
  
- **Redes Sociales:**
  - o Mantener un calendario de publicaciones regulares y consistentes.
  - o Realizar campañas de anuncios pagados de forma continua.

- **Marketing de Contenidos:**
  - o Publicar contenido educativo y relevante de forma regular.
  - o Ofrecer nuevos ebooks y guías para descargar.
  
- **Publicidad de Pago:**
  - o Ajustar campañas de Google Ads y redes sociales según el rendimiento.
  - o Continuar con el retargeting para maximizar conversiones.
  
- **Colaboradores e Influencers:**
  - o Mantener colaboraciones continuas con influencers y embajadores.
  - o Organizar eventos en línea periódicos.

#### 4. Revisión Trimestral

**Objetivo:** Evaluar y ajustar las estrategias basadas en los resultados obtenidos.

- **Revisión de KPIs:** Analizar métricas clave de cada canal de marketing.
- **Ajustes estratégicos:** Realizar cambios en las estrategias según los resultados y tendencias.
- **Planificación de nuevas acciones:** Definir nuevas acciones y campañas para el siguiente trimestre.

El análisis y la planificación de la medición, junto con los correspondientes KPI del plan de difusión, se detallan en el apartado [10. Plan de evaluación.](#)

## 9.5. Embudo de conversión (Inbound Marketing)

En la implementación de una estrategia de Inbound Marketing, es fundamental alinear cada acción específica con la etapa en la que se encuentra el usuario dentro del embudo de conversión. Este enfoque, formalizado por Brian Halligan y Dharmesh Shah<sup>55</sup>, cofundadores de HubSpot, permite guiar al usuario desde el primer contacto hasta la conversión final. Aunque el concepto de Inbound Marketing ya existía previamente, Halligan y Shah fueron

---

<sup>55</sup>García. M.A. (2014) - La historia detrás de Inbound Marketing.

quienes lo establecieron oficialmente, proporcionando un marco metodológico claro y efectivo para atraer, convertir y fidelizar a los clientes potenciales.

## Atraer

- **Objetivo: Captar la atención del cliente potencial.**
- Acciones:
  - SEO y contenido optimizado.
  - Publicaciones en redes sociales para generar interés.
  - Campañas de publicidad para aumentar la visibilidad.
  - Creación de contenido educativo relevante.

## Convertir

- **Objetivo: Convertir visitantes en leads interesados.**
- Acciones:
  - Email marketing: captación de suscriptores con contenido exclusivo.
  - Ofertas de contenido descargable (ebooks, guías).
  - Acciones con Influencers
  - Campañas de remarketing

## Cerrar

- **Objetivo: Convertir leads en clientes que realizan una compra.**
- Acciones:
  - Ofertas personalizadas: descuentos y promociones.
  - Testimonios para generar confianza.
  - Webinars y clases gratis para demostrar el valor agregado del marketplace.

## Fidelizar

- **Objetivo: Mantener y fortalecer la relación con los clientes existentes.**
- Acciones:
  - Programas de fidelización: descuentos por lealtad.
  - Contenido exclusivo para clientes recurrentes.
  - Programas de recompensas y afiliados

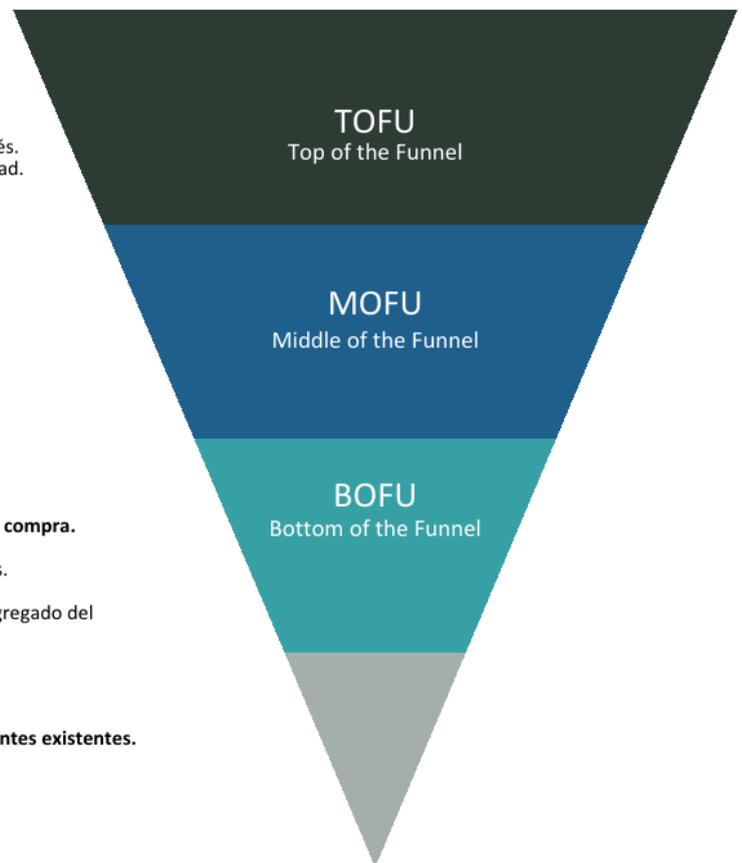


Figura 78: Modelo de embudo de conversión para Live Workshop. Fuente: Elaboración propia

El embudo o funnel de conversión para el marketplace Live Workshop se estructurará en los siguientes objetivos: **atraer, convertir, cerrar y fidelizar clientes potenciales**. Como se ilustra en la figura X, el embudo de conversión se divide en TOFU (Top of the Funnel), MOFU (Middle of the Funnel) y BOFU (Bottom of the Funnel), representando gráficamente las acciones de marketing digital alineadas con cada etapa del proceso en la que se encuentra el usuario.

Siguiendo el modelo que proponen en el blog de Hubspot (2023)<sup>56</sup>, la fidelización no formaría parte de este embudo de conversión. Sin embargo, sí que se ha considerado como una etapa adicional ya que es una etapa crucial para asegurar que los clientes satisfechos se conviertan en defensores leales y recurrentes del servicio, impulsando así la retención y la recomendación.

<sup>56</sup>Santos. D. (2023, 5 de septiembre) - TOFU, MOFU y BOFU: qué son, ejemplos e implementación

**10.**

## **PLAN DE EVALUACIÓN**

## 10. Plan de evaluación

El plan de medición es fundamental para evaluar la efectividad de las estrategias de marketing, la experiencia del usuario y el rendimiento general del Marketplace Live Workshop. A continuación, se detallan las métricas clave y las herramientas que utilizaremos para medir y analizar el éxito del proyecto.

### Métricas de Marketing

**Objetivo:** Definir e implementar métricas clave para evaluar el éxito de las estrategias de marketing.

1. **Tráfico del sitio Web:** Número de visitas y visitantes únicos.
2. **Tasa de conversión:** Porcentaje de visitantes que se registran o compran un curso.
3. **Retención de usuarios:** Porcentaje de usuarios que regresan al sitio y participan activamente.
4. **ROI (Return on Investment):** Retorno de la inversión en campañas publicitarias.
5. **Adquisición de usuarios:**
  - **Número de nuevos usuarios registrados:** Monitorear el crecimiento de la base de usuarios.
  - **Tasa de conversión de visitantes a usuarios registrados:** Porcentaje de visitantes del sitio web que se registran.
  - **Costo por adquisición (CPA):** Costo promedio de adquirir un nuevo usuario a través de campañas de marketing.
6. **Rendimiento de campañas:**
  - **Tasa de clics (CTR):** Medir la efectividad de los anuncios y campañas de email marketing.
  - **Tasa de conversión de anuncios:** Proporción de clics en anuncios que resultan en registros o compras.
  - **Retorno de inversión en marketing (ROMI):** Evaluar la rentabilidad de las inversiones en marketing.

## Métricas de experiencia de usuario (UX)

### 1. Usabilidad y navegación:

- **Tasa de abandono:** Porcentaje de usuarios que abandonan el sitio después de visitar una sola página.
- **Tiempo promedio en el sitio:** Duración promedio de la visita de los usuarios en el sitio web.
- **Páginas por sesión:** Número promedio de páginas visitadas por sesión.
- **Páginas más visitadas**

### 2. Satisfacción del usuario:

- **Encuestas de satisfacción:** Recopilar comentarios directos de los usuarios sobre su experiencia.
- **Net Promoter Score (NPS):** Medir la lealtad del cliente y la probabilidad de que recomienden el servicio a otros.
- **Tasa de retención de usuarios:** Porcentaje de usuarios que continúan utilizando la plataforma después de un período de tiempo.
- **Seguimiento de las consultas realizadas** a atención al cliente y cantidad de consultas a la página de FAQ.

## Métricas de rendimiento del marketplace

### 1. Actividad y Participación:

- **Número de cursos comprados:** Cantidad de cursos adquiridos por los usuarios.
- **Participación en clases y talleres:** Número de usuarios que asisten y participan en clases en vivo y talleres.
- **Tasa de finalización de cursos:** Proporción de usuarios que completan los cursos que inician.
- **Tasa de Conversión por Página:** El porcentaje de visitantes de una página específica que realizan una compra.
- **Correlación Interés-Compra:** Análisis de la relación entre el interés mostrado por los usuarios (medido por visualizaciones, clics, o tiempo en página) y las

conversiones (compras realizadas) para identificar discrepancias y oportunidades de mejora. Se utiliza para detectar categorías o páginas que generan un alto nivel de interés pero tienen bajas tasas de conversión, indicando posibles áreas de optimización en la experiencia del usuario, el contenido, o la estructura del sitio.

## 2. Ingresos y Monetización:

- **Ingresos totales:** Ingresos generados por la venta de cursos y suscripciones.
- **Valor promedio del pedido (AOV):** Ingresos promedio por transacción.
- **Ingresos por suscriptor:** Ingresos promedio generados por cada suscriptor.

## Herramientas y métodos de medición

### 1. Google Analytics:

- Seguimiento de tráfico web, comportamiento de usuarios, y métricas de conversión.
- Análisis de fuentes de tráfico para identificar los canales más efectivos.

### 2. Software de Email Marketing:

- Medición de tasas de apertura, clics y conversiones de campañas de email marketing.
- Segmentación y personalización de campañas basadas en el comportamiento del usuario.

### 3. Plataformas de Publicidad (Google Ads, Facebook Ads, etc.):

- Monitoreo de rendimiento de anuncios, CTR, y CPA.
- Optimización de campañas basadas en datos de rendimiento.

### 4. Encuestas y formularios de feedback:

- Herramientas como SurveyMonkey o Google Forms para recopilar feedback directo de los usuarios.
- Análisis de resultados para identificar áreas de mejora.

## **5. Software de CRM (Customer Relationship Management):**

- Seguimiento de interacciones con los clientes y análisis de la tasa de retención.
- Gestión de relaciones con los usuarios para mejorar la lealtad y satisfacción.

## **6. Herramientas de usabilidad (Hotjar, Crazy Egg, etc.):**

- Análisis de mapas de calor y grabaciones de sesiones para entender el comportamiento de los usuarios en el sitio.
- Identificación de puntos de fricción y oportunidades de mejora en la navegación.

**11.**

# **PLANIFICACIÓN**

# 11. Planificación

## 11.1. Recursos

La planificación de este proyecto requiere una estimación inicial de los recursos humanos, materiales y tecnológicos necesarios para su realización. A continuación, se detallan los recursos humanos, materiales y tecnológicos necesarios para llevar a cabo el desarrollo del marketplace de cursos y talleres en línea.

### 11.1.1. Recursos humanos

1. **Gerente de proyecto:** Responsable de la planificación, ejecución y cierre del proyecto.
2. **Desarrolladores web:**
  - **Front-End Developers:** Encargados del diseño y la implementación de la interfaz de usuario.
  - **Back-End Developers:** Encargados de la lógica del servidor, integración de bases de datos y funcionalidades del servidor.
3. **Diseñadores UX/UI:** Para asegurar una experiencia de usuario óptima y un diseño atractivo.
4. **Especialistas en SEO y SEM:** Para optimizar la visibilidad del marketplace en buscadores y gestionar las campañas de publicidad pagada.
5. **Especialista en marketing de contenidos:** Encargado de crear y gestionar contenido relevante para el blog, ebooks, guías y videos educativos.
6. **Community Manager:** Responsable de gestionar las redes sociales e interactuar con la comunidad.
7. **Especialista en publicidad digital:** Gestiona las campañas de Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads y LinkedIn Ads.
8. **Coordinador de colaboraciones e influencers:** Encargado de establecer y mantener relaciones con influencers y colaboradores.

9. **Soporte técnico:** Proporciona asistencia técnica a los usuarios y soluciona problemas técnicos de la plataforma.
10. **Especialista en email Marketing:** Encargado de crear, gestionar y optimizar las campañas de email marketing.

### 11.1.2. Recursos materiales y tecnológicos

1. **Plataforma de desarrollo:** Herramientas y entornos para el desarrollo y pruebas de la plataforma (e.g., servidores, software de desarrollo, etc.).
2. **Herramientas de análisis:** Google Analytics, SEMrush, herramientas de análisis de redes sociales y otras plataformas analíticas para monitorear y optimizar el rendimiento.
3. **Software de diseño:** Adobe Creative Suite o similar para la creación de materiales gráficos y contenido visual.
4. **Herramientas de gestión de proyectos:** Trello, Asana o similar para la planificación y seguimiento de tareas y proyectos.
5. **Herramientas de marketing de contenidos:** Plataformas para la creación y gestión de blogs, ebooks, videos y otros contenidos.
6. **Plataformas de email marketing:** Mailchimp, Sendinblue o similar para la gestión de campañas de correo electrónico.
7. **Equipos informáticos:** Computadoras, laptops y otros equipos necesarios para el trabajo diario de los recursos humanos.
8. **Infraestructura web:** Servidores, hosting, dominios y otros elementos necesarios para el funcionamiento de la plataforma online.
9. **Bancos de imágenes y videos**

## 11.2. Presupuesto

A continuación, se presenta un presupuesto detallado para la creación y operación del marketplace Live Workshop. Este incluye costos de recursos humanos, materiales,

tecnológicos, marketing y publicidad, diseño y producción de contenidos, herramientas y software, eventos y colaboraciones.

## **Recursos Humanos**

### **Equipo de desarrollo y tecnología:**

<b>Posición</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Salario Mensual (€)</b>	<b>Salario Anual (€)</b>	<b>Total Anual (€)</b>
Desarrolladores Front-End	2	3.500	42.000	84.000
Desarrolladores Back-End	2	3.500	42.000	84.000
Ingeniero DevOps	1	4.000	48.000	48.000
Arquitecto de Software	1	5.000	60.000	60.000
Especialista en Seguridad	1	4.500	54.000	54.000
<b>Total Desarrollo y Tecnología</b>				<b>330.000</b>

Figura 79: Tabla del presupuesto de los recursos humanos de desarrollo y tecnología. Fuente: Elaboración propia.

### **Equipo de marketing y contenidos:**

<b>Posición</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Salario Mensual (€)</b>	<b>Salario Anual (€)</b>	<b>Total Anual (€)</b>
Especialista en Marketing Digital	2	3.000	36.000	72.000
Community Manager	1	2.500	30.000	30.000
Redactor de Contenidos	2	2.500	30.000	60.000
Diseñador Gráfico	1	2.500	30.000	30.000
Videógrafo/Editor	1	3.000	36.000	36.000

Total Marketing y Contenidos				<b>228.000</b>
------------------------------	--	--	--	----------------

Figura 80: Tabla del presupuesto de los recursos humanos de marketing y contenidos. Fuente: Elaboración propia

#### Equipo de soporte y operaciones:

Posición	Cantidad	Salario Mensual (€)	Salario Anual (€)	Total Anual (€)
Soporte Técnico	2	1.500	18.000	36.000
Administrador de Sistemas	1	3.000	36.000	36.000
Gerente de Operaciones	1	3.500	42.000	42.000
Total Soporte y Operaciones				<b>114.000</b>

Figura 81: Tabla del presupuesto de los recursos humanos de soporte y operaciones. Fuente: Elaboración propia.

#### Equipo de gestión y administración:

Posición	Cantidad	Salario Mensual (€)	Salario Anual (€)	Total Anual (€)
Gerente de Proyecto	1	3.500	42.000	42.000
Contador/Finanzas	1	3.000	36.000	36.000
Asistente Administrativo	1	2.000	24.000	24.000
Total Gestión y Administración				<b>102.000</b>

Figura 82: Tabla del presupuesto de los recursos humanos de gestión y administración. Fuente: Elaboración propia.

**Total Recursos Humanos: €774,000**

## Recursos materiales y tecnológicos

### Desarrollo y mantenimiento de la plataforma:

Concepto	Costo Mensual (€)	Costo Anual (€)
Servidores y Hosting	1,000	12,000
Dominio y Certificados SSL	100	1,200
Software de Desarrollo	1,000	12,000
AWS Media Services (Streaming)	600	7,200
Licencias de Herramientas Dev	500	6,000
<b>**Total Desarrollo y Mant.</b>	<b>3.200</b>	<b>38.400</b>

Figura 83: Tabla del presupuesto de los recursos tecnológicos para el desarrollo y mantenimiento. Fuente: Elaboración propia.

### Marketing y publicidad:

Concepto	Costo Mensual (€)	Costo Anual (€)
Google Ads	2.000	24.000
Facebook Ads	1.500	18.000
Instagram Ads	1.500	18.000
LinkedIn Ads	1.000	12.000
Total Marketing y Pub.	<b>6.000</b>	<b>72.000</b>

Figura 84: Tabla del presupuesto de los recursos tecnológicos para marketing. Fuente: Elaboración propia.

### Diseño y producción de contenidos:

Concepto	Costo Mensual (€)	Costo Anual (€)
Materiales Gráficos	500	6.000
Videos Promocionales	1.000	12.000
eBooks y Guías	500	6.000
<b>Total Diseño y Prod.</b>	<b>2.000</b>	<b>24.000</b>

Figura 85: Tabla del presupuesto de los recursos materiales para la creación de contenido. Fuente: Elaboración propia.

### Herramientas y software:

Concepto	Costo Mensual (€)	Costo Anual (€)
Herramientas de Análisis	500	6.000
Gestión de Proyectos	300	3.600
Diseño Gráfico	300	3.600
Email Marketing	400	4.800
<b>Total Herramientas y SW</b>	<b>1.500</b>	<b>18.000</b>

Figura 86: Tabla del presupuesto de herramientas y software. Fuente: Elaboración propia.

### Eventos y colaboraciones:

<b>Concepto</b>	<b>Costo Mensual (€)</b>	<b>Costo Anual (€)</b>
Honorarios Influencers	2.000	24.000
Webinars y Talleres	1.000	12.000
<b>Total Eventos y Colab.</b>	<b>3.000</b>	<b>36.000</b>

Figura 87: Tabla del presupuesto de los recursos para eventos y colaboraciones. Fuente: Elaboración propia.

<b>Categoría</b>	<b>Costo Anual (€)</b>
Recursos Humanos	774.000
Desarrollo y Mantenimiento	38.400
Marketing y Publicidad	72.000
Diseño y Producción de Contenidos	24.000
Herramientas y Software	18.000
Eventos y Colaboraciones	36.000
<b>Total General</b>	<b>962.400</b>

Figura 88: Tabla del presupuesto total.. Fuente: Elaboración propia.





Figura 90. Captura de pantalla del Diagrama de Gantt. Fuente: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1T1jm0P1wNqaNmaFc738iU3pMXLShd0FDz7s79ggGg4Q/edit?usp=sharing>

**12.**

## **CONCLUSIONES**

## 12. Conclusiones

Este proyecto tiene un potencial muy prometedor para revolucionar el mercado de la formación en línea, al proporcionar una plataforma integral que permita a varios instructores ofrecer cursos en vivo al mismo tiempo. No obstante, para lograr el éxito es necesario superar diversas limitaciones y enfrentar varios desafíos fundamentales.

### Principales retos y limitaciones

- **Inversión inicial alta:** Para crear este marketplace, se necesita una cantidad significativa de presupuesto inicial, aproximadamente 900.000 euros. El alto costo de es debido a la necesidad de adquirir tecnología avanzada, contratar personal especializado y desarrollar una estrategia de marketing sólida para lanzar y posicionar la marca en un mercado altamente competitivo.
- **Complejidad técnica:** El uso de Amazon Web Services (AWS), y especialmente Amazon IVS, agrega una complicación técnica adicional. Si bien AWS pone a disposición la infraestructura requerida para administrar múltiples transmisiones en vivo dentro de su plataforma, es importante tener en cuenta que esto viene acompañado por una curva de aprendizaje y una estructura de costos que podría resultar en gastos inesperados si no se maneja cuidadosamente.
- **Desafíos de mercado:** A pesar de que la idea de implementar una plataforma donde los cursos en vivo se integren directamente en el sitio web además de contar con cursos grabados y otros materiales, varias plataformas exitosas como Thinkific, Kajabi y Teachable han decidido utilizar herramientas externas como Zoom para llevar a cabo sus transmisiones en vivo. Esto representa un desafío extra, debido a que los usuarios ya tienen ciertas expectativas alineadas con esas soluciones más populares.

### Ventajas competitivas

A pesar de estos desafíos, el proyecto ofrece varias ventajas competitivas importantes:

- **Experiencia de usuario integrada:** Al emplear Amazon IVS y configurar una base para las retransmisiones en directo, se puede garantizar una experiencia de usuario más fluida y homogénea. Con esta característica, los usuarios pueden disfrutar de todo el contenido en vivo y grabado sin tener que dejar el sitio web. A diferencia de plataformas populares como Udemy o Domestika que no ofrecen transmisiones en vivo, esto podría convertirse en una ventaja competitiva.

- **Innovación en el mercado:** La mayoría de las plataformas actuales no ofrecen la funcionalidad para incluir transmisiones en vivo directamente en sus sitios web, y aquellas que lo hacen, suelen restringirse a temas especializados como deporte, yoga o artes. Este proyecto se distingue por ofrecer una propuesta verdaderamente innovadora: un sitio web que brinda múltiples opciones, ya sea para aprender idiomas, hacer ejercicio o explorar un pasatiempo en particular, todo dentro de una misma plataforma. Actualmente, en España no hay ninguna plataforma que permita realizar todas estas actividades en línea con una sola suscripción. Al combinar estos servicios de entretenimiento y aprendizaje en una única plataforma, se brinda a los usuarios la comodidad de concentrar todas sus necesidades. Esto podría motivarlos a abandonar otros servicios ya sea presenciales o en línea, optando por esta solución completa como alternativa. Abarcando una variedad amplia de opciones, como clases de idiomas, baile y cursos especializados en habilidades técnicas y profesionales.

La capacidad para gestionar los elevados costes iniciales y la complejidad técnica inherente a la implementación de una infraestructura avanzada como la que ofrece AWS será determinante para el éxito de este proyecto.

No obstante, si se logran superar estos obstáculos, la plataforma podría convertirse en un referente innovador dentro del mercado de la formación online al brindar una experiencia de usuario diferencial. Para tener éxito, será fundamental garantizar una financiación suficiente, administrar de manera eficaz los recursos y desarrollar una estrategia de marketing que logre posicionar la plataforma en un mercado competitivo pero dispuesto a recibir innovaciones.

# **13. BIBLIOGRAFÍA**

## 13. Bibliografía

Adsl Zone (s.f.). *Servicios OTT en España y todo lo que debes saber de ellos.*

<https://www.adslzone.net/reportajes/tecnologia/ott-que-son-listado/>

Business Market Insights. (2023). *Pronóstico del mercado europeo de aplicaciones para eventos hasta 2028: impacto de COVID-19 y análisis regional por tipo (aplicaciones para eventos empresariales, aplicaciones híbridas, aplicaciones para reuniones corporativas, aplicaciones para conferencias, aplicaciones para ferias comerciales, aplicaciones para festivales y aplicaciones para eventos deportivos), sistema operativo (iOS, Android y basado en Web) y usuario final (organizadores y planificadores de eventos, empresas, gobierno, educación y otros).*

<https://www.businessmarketinsights.com/es/reports/europe-event-apps-market>

Carmona, N. (2024, 25 de Abril). Tendencias, nuevas herramientas y desafíos futuros en la formación online. *Educaweb.*

<https://www.educaweb.com/noticia/2024/04/25/tendencias-nuevas-herramientas-desafios-futuros-formacion-online-21559/>

Cinedeck (s.f.). *How Cloud Video Solutions are Transforming the Broadcast Industry.*

<https://cinedeck.com/es/cinedeck-blog/how-cloud-video-solutions-are-transforming-the-broadcast-industry/>

Fernández, R. (2023, 23 de enero). Porcentaje de población que ha usado Internet para realizar cursos online en la Unión Europea (EU-27) en 2022, según país. *Statista.*

<https://es.statista.com/estadisticas/561245/porcentaje-de-poblacion-que-realizo-cursos-online-por-pais-en-la-union-europea/>

García, M.A. (2014, 10 de septiembre). La historia detrás de Inbound Marketing.

<https://blog.hubspot.es/marketing/la-historia-detras-de-inbound-marketing>

Grand View Research. (2023). *Video Streaming Market Size To Reach \$416.84 Billion By 2030.*

<https://www.grandviewresearch.com/press-release/global-video-streaming-market>

Grand View Research. (2023). *Video Streaming Market Size, Share & Trends Analysis Report By Streaming Type, By Solution, By Platform, By Service, By Revenue Model, By*

- Deployment Type, By User, By Region, And Segment Forecasts, 2024 - 2030.*  
<https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/video-streaming-market>
- Imarc Group (2023). *Unified Communications Market Report by Component (Solution, Services), Product (On-premises, Hosted), Organization Size (Small and Medium-sized Enterprises, Large Enterprises), End User (Enterprises, Education, Government, Healthcare, and Others), and Region 2024-2032.*  
<https://www.imarcgroup.com/unified-communications-market>
- Imarc Group. (2024). *Virtual Events Market Report by Type (Video Conferencing and Unified Communications & Collaborations, Web Conferencing), Solution Type (Webinars and Enterprise Streaming, Networking and Collaborations, Content Sharing and Media Development, Event Marketing, and Others), Application (Virtual Conferences, Virtual Tradeshows, Online Education Programs, Virtual Reality Exhibitions, and Others), End Use (Corporate, Education, Healthcare, Finance and Banking, Government, and Others), and Region 2024-2032.*  
<https://www.imarcgroup.com/virtual-events-market>
- Instituto tecnológico del cantábrico (ITC). (2024, 16 de enero). *Tecnologías en auge para la Formación Continua en 2024.*  
<https://itcformacionyconsultoria.com/noticias/tecnologias-en-auge-para-la-formacion-continua-en-2024/>
- Nielsen, J. (2012, 15 de enero). *Thinking Aloud: The #1 Usability Tool.*  
<https://www.nngroup.com/articles/thinking-aloud-the-1-usability-tool/>
- Kantar. (2022). *El mercado de 'streaming' en España se vuelve hipercompetitivo, según un nuevo servicio de Kantar.*  
<https://www.kantar.com/es/inspiracion/publicidad-y-medios/el-mercado-de-streaming-en-espana-se-vuelve-hipercompetitivo>
- Keegan, L. (2023, 29 de junio). 79+ Staggering Online Learning Statistics! (All You Need To Know!). *Skill Skouter.* <https://skillscouter.com/online-learning-statistics/>
- Kreitzberg, C.B., & Ambrose, L. (2009). *Usability in Practice - The Power of Personas.*  
<https://learn.microsoft.com/en-us/archive/msdn-magazine/2009/april/the-power-of-personas>

- Marr, B. (2023). Estas son las cinco principales tendencias en educación de 2023. *Forbes*.  
<https://forbes.es/tecnologia/235563/las-cinco-principales-tendencias-en-educacion-de-2023/>
- Mordor Intelligence. (2023). *Tamaño del mercado de eventos virtuales y análisis de participación tendencias de crecimiento y pronósticos (2024-2029)*.  
<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/virtual-events-market>
- Nexo Profesional. (2022, 27 de diciembre). *Ser formador online en 2023*.  
<https://nexoprofessional.com/ser-formador-online-en-2023/>
- Pérez, J.R. (2023, 25 de enero). *Los españoles se suben al carro de la formación 'online': cuatro de cada diez ya aprenden desde casa*.  
[https://www.eldebate.com/educacion/20230125/espanoles-suben-carro-formacion-online-cuatro-cada-diez-aprenden-desde-casa\\_88299.html](https://www.eldebate.com/educacion/20230125/espanoles-suben-carro-formacion-online-cuatro-cada-diez-aprenden-desde-casa_88299.html)
- Rodriguez, P. (2011, 14 de septiembre). Content Delivery Network (CDN): Qué es, para qué sirve y por qué no rompe con la Neutralidad de la Red. *Xataka Movil*.  
<https://www.xatakamovil.com/conectividad/cdn-que-es-para-que-sirve-y-por-que-no-rompe-con-la-neutralidad-de-la-red>
- RRHH Digital. (2023, 30 de junio). *Desarrollo profesional a través de la formación online: tendencias y oportunidades*.  
<https://www.rrhhdigital.com/secciones/actualidad/158770/Desarrollo-profesional-a-traves-de-la-formacion-online-tendencias-y-oportunidades/>
- Santos, D. (2023, 5 de septiembre). TOFU, MOFU y BOFU: qué son, ejemplos e implementación. *Blog Hubspot*.  
<https://blog.hubspot.es/marketing/que-significan-tofu-mofu-y-bofu#tofu>
- Spencer, D., & Warfel, T. (2004, 7 de Abril). *Card Sorting: A Definitive guide*. Boxes And Arrows. <https://boxesandarrows.com/card-sorting-a-definitive-guide/>
- Straits Research (2022). *Virtual Events Market Size, Share & Trends Analysis Report By Type (UC&C and Video Conferencing, Web Conferencing), By End-User (Education, Healthcare, Corporate, Government, Banking and Finance) and By Region(North America, Europe, APAC, Middle East and Africa, LATAM) Forecasts, 2022-2030*.  
<https://straitsresearch.com/report/virtual-events-market>

Turner, N. (2010). A step by step guide to scenario mapping. *UX for the masses*.

<http://www.uxforthemasses.com/scenario-mapping>

Web del Maestro. (2023, 2 de agosto). *El auge de la formación online*.

<https://webdelmaestro.com/educacion/el-auge-de-la-formacion-online/>

Informes de Expertos. (2023). *Industria Global de Eventos – Por Tipo de Evento (Conciertos de Música, Festivales, Deportes, Exposiciones y Conferencias, Eventos Corporativos y Seminarios, Otros); Por Fuente de Ingresos (Venta de Entradas, Patrocinio, Otros); Por Región (América del Norte, Europa, Asia Pacífico, América Latina y Medio Oriente y África); Dinámica del Mercado (2024-2032) y Panorama Competitivo*.

<https://www.informesdeexpertos.com/informes/industria-de-eventos>

# **14. ANEXOS**

## 14. Anexos

### 14.1. Anexo 1 - Guión de la encuesta

**Encuesta realizada para conocer las necesidades y preferencias de los potenciales clientes del Marketplace de cursos y talleres online.**

**1. Indique su edad.**

**2. Antes de la pandemia, ¿tomó alguna vez un curso o taller en línea?**

- Sí
- No

**3. Si tuviera que elegir algún curso o taller en línea de 1 o 2 sesiones, ¿qué temáticas escogería? (Elija un máximo de 3 opciones)**

- Desarrollo personal: Inteligencia emocional, Mindfulness y meditación, Gestión del tiempo y productividad
- Habilidades técnicas: programación, diseño gráfico, desarrollo web, automatización de procesos, excel
- Bienestar y salud: nutrición y dietética, fitness y ejercicio, salud y bienestar emocional, yoga, pilates
- Música y/o producción audiovisual: composición musical, producción musical, edición de video, producción de podcasts
- Artes y creatividad: pintura y dibujo, escritura creativa, fotografía, interpretación, manualidades
- Cocina y gastronomía: Cocina internacional, repostería, cocina saludable, cocina vegana/vegetariana
- Prácticas esotéricas: astrología, numerología, tarot y lectura de cartas
- Marketing y negocios: Redes sociales, planificación de eventos, finanzas personales, desarrollo de marca.
- Idiomas: inglés, francés, alemán, etc.
- Otro (Especificar)

**4. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar (por sesión) en un curso o taller online de 1 o 2 sesiones sobre alguna temática que sea especialmente de su interés?**

- Menos de 20 euros
- 20 - 50 euros
- 50 - 100 euros

- Más de 100 euros

**5. Si el curso que más le interesa fuera impartido por un experto reconocido en el campo, ¿estaría dispuesto a aumentar tu presupuesto inicial y pagar más por participar en él?**

- Sí
- No

**6. ¿Estaría dispuesto a pagar una suscripción mensual o trimestral para acceder a una amplia variedad de cursos en línea?**

- Sí
- No

**7. ¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por la suscripción mensual?**

- Menos de 20 euros
- 20 - 50 euros
- 50 - 100 euros
- Más de 100 euros

**8. ¿Qué formato de contenido preferiría para los cursos en línea?**

- Videoconferencias en vivo
- Videos pregrabados
- Texto y materiales escritos
- Interacción en tiempo real con el instructor
- Otro (Especificar)

**9. ¿Qué factor considera más importante al elegir un curso en línea?**

- Calidad del contenido
- Experiencia y reputación del instructor
- Interactividad y participación del estudiante
- Flexibilidad de horarios
- Precio
- Otro (Especificar)

**10. ¿Qué funcionalidades valora más en una plataforma de cursos en línea?**

- Sistema de seguimiento y progreso del estudiante
- Foros de discusión y comunidad
- Recursos complementarios (por ejemplo, material descargable)
- Evaluaciones y retroalimentación personalizada

- Opciones de networking con otros estudiantes
- Otro (Especificar)

**11. ¿Cómo prefiere realizar el pago por los cursos en línea?**

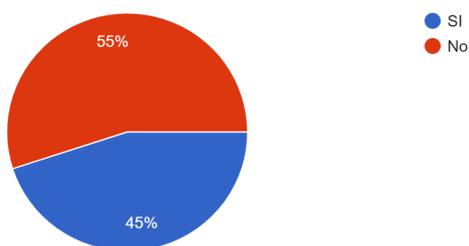
- Pago único por curso (varios talleres)
- Pago por suscripción mensual/trimestral/anual
- Pago por sesión individual (taller)
- Otro (Especificar)

**12. ¿Hay alguna cuestión no mencionada anteriormente sobre los talleres y cursos online que crea conveniente mencionar?**

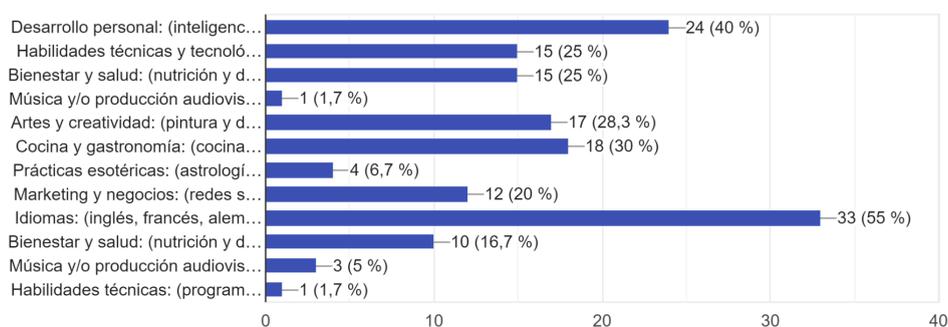
## 14.2. Anexo 2 - Resultados de la encuesta

### Resultados por pregunta:

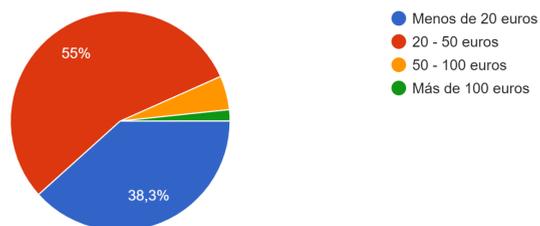
**Antes de la pandemia, ¿tomó alguna vez un curso o taller en línea?:**



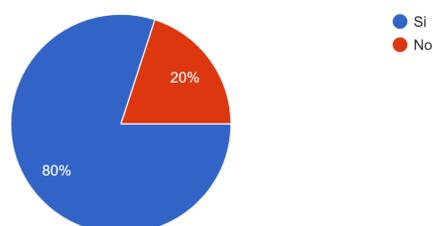
**Si tuviera que elegir algún curso o taller en línea de 1 o 2 sesiones ¿Qué temáticas escogería? Elija un máximo de 3 opciones:**



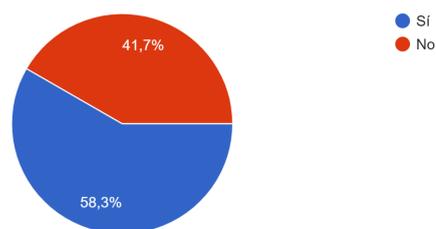
**¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar (por sesión) en un curso o taller en línea de 1 o 2 sesiones sobre alguna temática que sea especialmente de su interés?:**



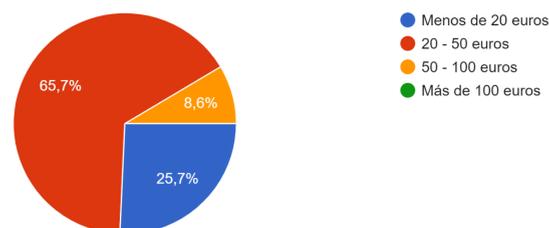
**Si el curso que más le interesa fuera impartido por un experto reconocido en el campo, ¿estaría dispuesto a aumentar su presupuesto inicial y pagar más por participar en él?:**



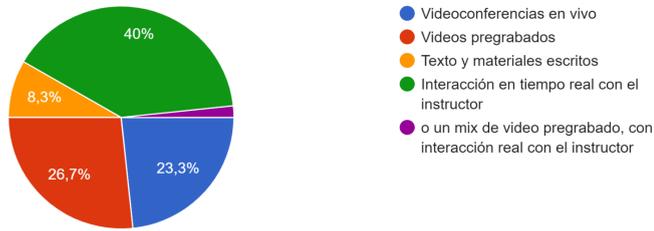
**¿Estaría dispuesto a pagar una suscripción mensual o trimestral para acceder a una amplia variedad de cursos en línea?:**



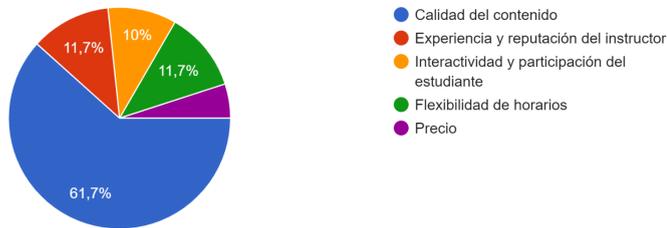
**¿Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por la suscripción mensual?:**



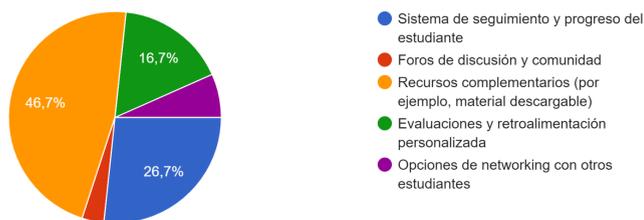
### ¿Qué formato de contenido preferiría para los cursos y talleres en línea?:



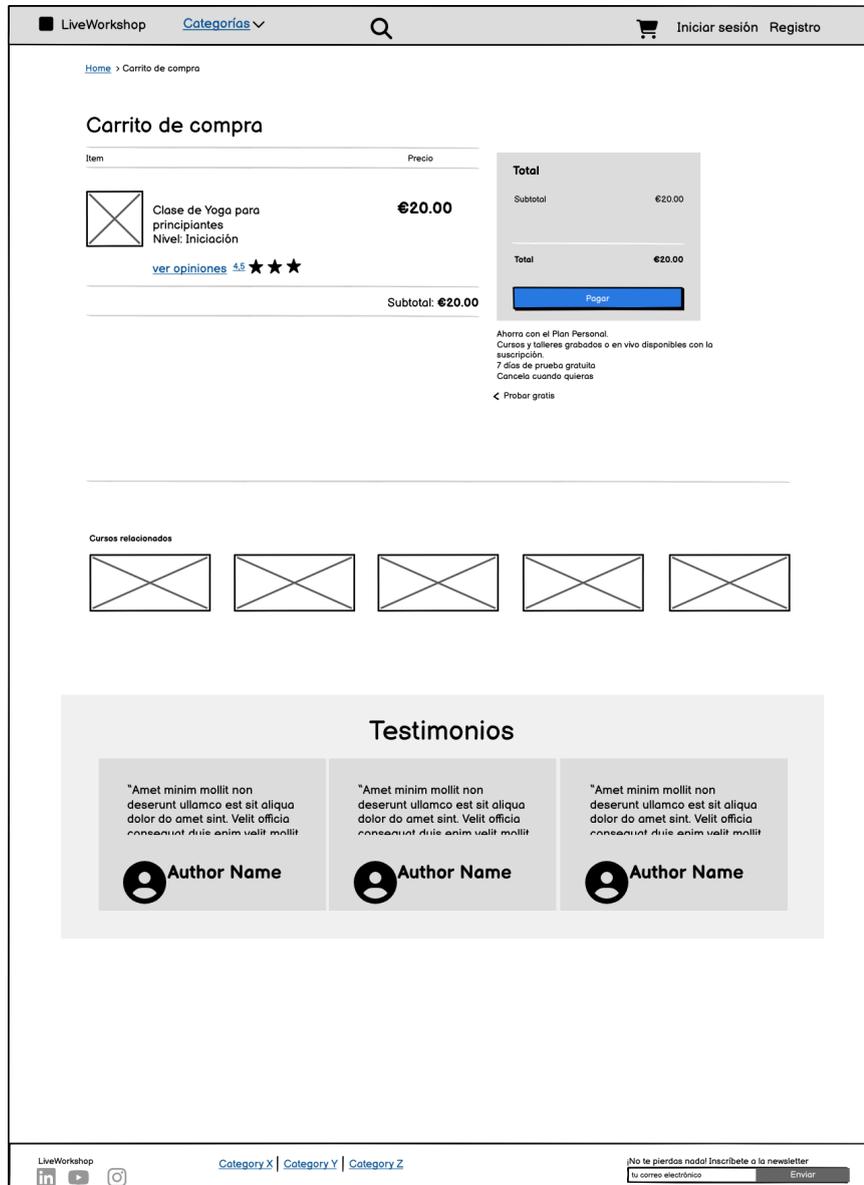
### ¿Qué factor considera más importante al elegir un curso o taller en línea?:



### ¿Qué funcionalidades valora más en una plataforma de cursos en línea?



## 14.3. Anexo 3 - Wireframes de baja fidelidad





[Home](#) > [Carrito de compra](#)

## Facturación

Dirección  [Editar](#)

Método de pago



Tarjeta de crédito/débito  
 PayPal

**TOTAL**

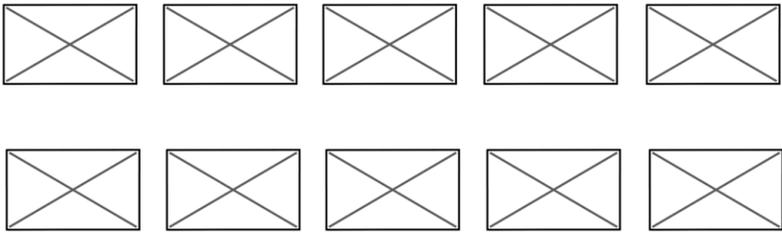
Subtotal €20.00  
Descuento -20%

Cupón de descuento  [Aplicar](#)

Total \* €16\*

[Completar pago](#)

Cursos relacionados



## Testimonios

"Amet minim mollit non deserunt ullamco est sit aliqua dolor do amet sint. Velit officia consequat duis anim velit mollit"



Author Name

"Amet minim mollit non deserunt ullamco est sit aliqua dolor do amet sint. Velit officia consequat duis anim velit mollit"



Author Name

"Amet minim mollit non deserunt ullamco est sit aliqua dolor do amet sint. Velit officia consequat duis anim velit mollit"



Author Name

"Amet minim mollit non deserunt ullamco est sit aliqua dolor do amet sint. Velit officia consequat duis anim velit mollit"



Author Name

"Amet minim mollit non deserunt ullamco est sit aliqua dolor do amet sint. Velit officia consequat duis anim velit mollit"

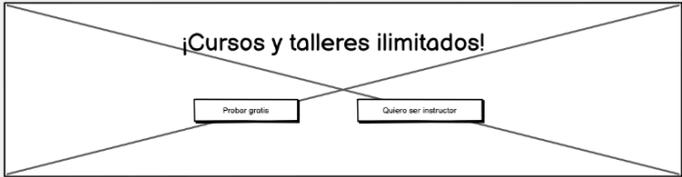


Author Name

"Amet minim mollit non deserunt ullamco est sit aliqua dolor do amet sint. Velit officia consequat duis anim velit mollit"



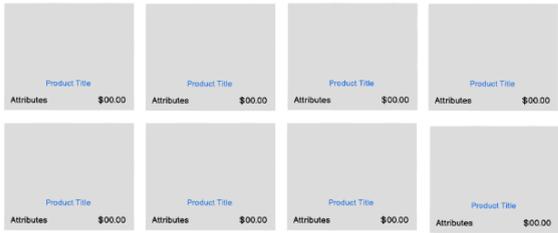
Author Name



### Cursos destacados

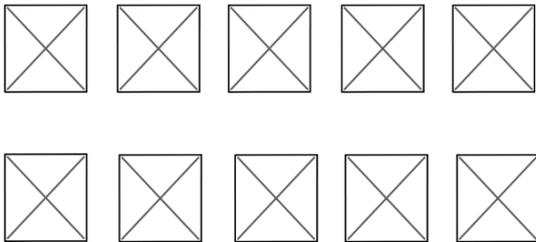


### Novedades



SUSCRÍBETE GRATIS!

### Categorías



### Próximas clases

JUNE 2024						
S	M	T	W	T	F	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	1	2	3	4	5

[Home](#) > [Salud y bienestar](#)

# Salud y bienestar

Product Title Attributes \$00.00	Product Title Attributes \$00.00	Product Title Attributes \$00.00	Product Title Attributes \$00.00

## Clases destacadas

Product Title Attributes \$00.00	Product Title Attributes \$00.00	Product Title Attributes \$00.00	Product Title Attributes \$00.00

Ordenar por

Categorías

- [Salud y bienestar](#)
- [Artes y diseño](#)
- [Desarrollo personal](#)
- [Asignaturas académicas](#)
- [Negocio y emprendimiento](#)
- [Idiomas](#)

Duración

Valoraciones

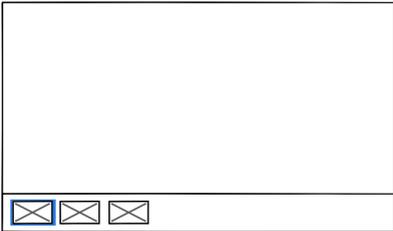
Nivel de dificultad

Precio


Prueba gratis el Plan Personal y accede a cursos, talleres y clases en vivo de forma ilimitada!

LiveWorkshop [Categorías](#)  [Inicio sesión](#) [Registro](#)

[Home](#) > [Salud y bienestar](#) > [Fitness > Yoga](#)



**Clase de Yoga para principiantes** €20

Dos recursos extra adicionales [Ver](#)

Agenda en tu calendario

Nivel: Iniciación

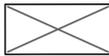
[Compartir](#)

Es para regalar

[Reservar clase](#)

Ahorra con el Plan Personal.  
Cursos y talleres grabados o en vivo disponibles con la suscripción.  
7 días de prueba gratuita  
[Probar gratis](#)

**Cursos relacionados**




## Descripción de la clase

Placeholder text for course description

Preguntas frecuentes
Sub-Item Z.1
Sub-Item Z.2
Item Three
Item Four

LiveWorkshop [Categoría X](#) | [Categoría Y](#) | [Categoría Z](#)  [No te pierdas nada! Inscríbete a la newsletter](#)

LiveWorkshop [Categorías](#)  [Inicio sesión](#) [Registro](#)

[Home](#) > [Perfil personal](#)

[Mis cursos](#) | [Mis listas](#) | [Mis logros](#) | [Mi calendario](#)

**En curso**







**Historial**







**Cursos y talleres recomendados**







LiveWorkshop [Categoría X](#) | [Categoría Y](#) | [Categoría Z](#)  [No te pierdas nada! Inscríbete a la newsletter](#)

## 14.4. Anexo 4 - Guión test de usuarios

*Gracias por participar en el test de usuarios de Live Workshop, el marketplace de cursos y talleres en línea. Soy Laura Calaf y te voy a guiar durante esta sesión.*

*Estás aquí para ayudarme a evaluar un prototipo de un sitio web. Dicho prototipo forma parte de mi Trabajo final de máster en “Gestión de contenidos digitales” de la Universidad de Barcelona. Con tu permiso vamos a grabar la sesión para que toda la información recogida sirva para mejorar el prototipo.*

*Gracias a tu participación podré obtener insights valiosos para ayudarme a mejorar la experiencia de usuario del prototipo del marketplace de cursos y talleres en línea.*

*Estos son los pasos que seguiremos:*

*Primero, te haré algunas preguntas breves para conocerte mejor. Luego, te mostraré el prototipo y te pediré que realices algunas actividades dentro de la interfaz. Para finalizar, te haré unas preguntas sobre tu experiencia en este sitio web. La sesión durará aproximadamente 30 minutos.*

*Quisiera aclararte que no te preocupes si hay algo que no entiendes o si alguna tarea te resulta difícil de completar. El objetivo de este estudio es identificar qué funciona y qué no en el sitio web. No estamos evaluando tus habilidades o conocimientos. Si encuentras algo confuso o no estás segura de cómo proceder, es una señal de que el diseño puede necesitar mejoras, y eso es precisamente lo que nos interesa descubrir.*

*No hay respuestas correctas o incorrectas; todas tus aportaciones son valiosas y nos ayudarán a mejorar la web. Además, ten en cuenta que estarás interactuando con un prototipo, es decir, con imágenes que representan un sitio web. Por lo tanto, muchas funcionalidades no estarán disponibles. Por ejemplo, verás que el buscador y el menú principal situados en la cabecera no funcionan.*

*Antes de empezar, te voy a explicar de qué trata el prototipo del sitio web. Live Workshop es un marketplace de cursos y talleres en línea donde puedes comprar clases individuales o suscribirte a la plataforma para tener acceso ilimitado a una variedad de cursos y talleres, tanto pregrabados como en vivo.*

*Antes de continuar, necesito que, por favor, firmes esta hoja de consentimiento informado para la grabación.*

*Además, te pediré que vayas explicando en voz alta lo que piensas, tus impresiones y los motivos por los que clicas en una sección o botón.*

*¿Tienes alguna pregunta sobre la prueba? ¿Empezamos?*

### **Cuestionario pre-test:**

#### **Cuestionario 1**

Objetivo: Conocer a los usuarios que van a realizar el estudio, en concreto su nivel tecnológico y detectar otros sitios web del sector que nos puedan servir de referentes.

Preguntas:

- *¿Cuántas horas al día te conectas a Internet?*
- *¿Desde dónde te conectas habitualmente?*
- *¿Has reservado alguna vez un curso/clase online?*
- *¿Me puedes especificar alguna web dónde hayas comprado o reservado el curso?*
- *¿Cuándo fue la última vez que compraste un curso online?*

#### **Cuestionario 2**

*Ahora que hemos concluido con la introducción, te mostraré el sitio web para que lo explores durante 30 segundos. Después, te presentaré varios escenarios para que navegues por las interfaces del prototipo.*

*Finalizados los cuestionarios, pasamos a las tareas que deberás realizar a partir de un conjunto de escenarios ficticios que te ayudarán a ponerte en situación. Recuerda que el buscador y el menú principal situados arriba de las páginas no funcionan en este prototipo.*

### **Tareas del test**

1. Pregunta: *Imagina que estás con un gran dolor de espalda y te han recomendado hacer yoga. Has entrado a este sitio web y quieres ver si existe alguna clase específica de yoga para el dolor de espalda. ¿Podrías identificar la página de esta clase en concreto dentro del sitio web y añadirla al carrito?*

2. Pregunta: *Imagina que ahora quieres encontrar un curso online para aprender francés y en concreto, quieres encontrar un curso titulado “Francés básico para principiantes”. En este*

*caso, no quieres ver los detalles de la clase, solo añadirla al carrito para ver los detalles más tarde.*

3. Pregunta: *Ahora imagina que quieres comprar la clase de francés y de yoga que has añadido al carrito anteriormente.*

4. Pregunta: *Imagina que una vez comprados, quieres ver la información de los planes de suscripción que ofrece el marketplace ¿Puedes encontrar rápidamente la página de suscripción desde la página en la que te encuentras?*

5. Pregunta: *Imagina que ya te has suscrito y que ya has comprado los dos cursos mencionados anteriormente, ¿podrías iniciar sesión para poder ver tu calendario personal de clases, y en concreto, ver qué días de la semana tienes clase?*

### **Cuestionario post-test:**

*Ya hemos planteado todas las tareas del estudio. Muchas gracias por realizarlas.*

*Para finalizar te vamos a realizar unas últimas preguntas para valorar tu grado de satisfacción con el sitio web.*

- *¿Cómo te has sentido durante este estudio?*
- *¿Has encontrado alguna tarea especialmente difícil?*
- *¿Recomendarías este sitio web a un familiar o amigo? Por favor, responde en una escala del 1 al 10, donde 1 significa "nada probable" y 10 "lo recomendaría con seguridad". (Encuesta NPS (Net Promoter Score))*

### **Cierre**

*Ya hemos finalizado el estudio. Nuevamente, muchas gracias por tu participación. Los resultados obtenidos se sumarán a los de otros estudios, lo que nos permitirá identificar posibles mejoras.*

*¿Tienes alguna pregunta o comentario sobre la sesión?*

*Muchas gracias.*

### **Documento de autorización**

Yo \_\_\_\_\_, con DNI número \_\_\_\_\_  
autorizo la captación de la imagen, voz y testimonio, a Laura Calaf Gómez con DNI  
\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, las cuales  
podrán ser utilizadas con la única y exclusiva finalidad de análisis de estudio del que he sido  
informado.

Firmado:

## **14.5. Anexo 5 - Grabaciones del test de usuarios**

→ [Videos del tests de usuarios](#)