

# **STUDYBLUE BUSCA LA OPORTUNIDAD ENTRE MOVILIDAD, CROWDSOURCING Y APRENDIZAJE**

*Posted on 07/06/2013 by Naider*



Esta semana me gustaría hablar de una startup que sigo desde hace un tiempo y cuyo modelo me interesa especialmente: [StudyBlue](#). StudyBlue fue fundada en 2009, tiene su base en Wisconsin (EEUU), y ha logrado **traspasar la cifra de dos millones de usuarios y captar 14,9 millones de dólares de inversión para desarrollar una plataforma social**

**móvil** que ayude al estudiante en movilidad haciendo accesibles millones de materiales de aprendizaje a los dispositivos móviles.

StudyBlue busca **monetizar la oportunidad de negocio generada en la intersección entre aprendizaje social 2.0 y la movilidad**. El potencial de las aplicaciones móviles para el aprendizaje *on-the-go* es enorme. Todos los días perdemos infinidad de tiempo en esperas y traslados y el móvil puede ser una herramienta perfecta para aprovechar esos vacíos aprendiendo algo. Por supuesto, hay muchas startups que se han fijado en este "océano azul". **Studyblue combina una herramienta Web social con una aplicación móvil que tiene también una faceta 2.0 bastante sólida**, aportando una propuesta de valor interesante tanto para el estudiante que quiere mejorar su aprendizaje como para el profesor que quiere facilitar el estudio a sus estudiantes así como las instituciones que pretendan generar nuevas herramientas de aprendizaje.

De momento **están apostando por un modelo de monetización mixto basado en publicidad y un esquema de pago freemium y están luchando por "atrapar" al usuario integrando la componente social en la app facilitando la comunicación entre compañeros de estudio**. Para lograr este efecto red, sin embargo, seguramente necesitarán también crear formatos y herramientas eficaces para el aprendizaje, una tarea que no está aún resuelta en el plano móvil. Personalmente, sigo experimentando con varias aplicaciones de aprendizaje de idiomas y me parece que todavía queda mucho campo para la innovación y la mejora.

La estrategia que han elegido en StudyBlue se enfrenta sin embargo a un enorme desafío. Su enfoque parece apostar por la captación de contenidos de la parte más institucional de la educación: Universidades, Escuelas, etc y en este sentido tendrán que ser **capaces de atraer la atención de estos generadores de contenidos** (profesores, escuelas, universidades, etc) y generar unos contenidos de calidad. Esta labor puede acabar siendo tremendamente intensiva en recursos y acabar ahogando su proceso de crecimiento si no la gestionan adecuadamente.

Además, deberán ser capaces de construir una herramienta sencilla pero útil. En este sentido **la falta de especialización de la plataforma puede resultar siendo un hándicap para lograr una experiencia de usuario diferencial** y, de hecho, **su funcionamiento actual puede resultar complejo para un mercado más allá de los early-adopters**. Me parece, por ejemplo, que la experiencia lograda por apps especializadas como [Babbel](#) puede ser mucho más enriquecedora para el estudiante.

Se trata por lo tanto de **un campo de oportunidad con mucho potencial de crecimiento** en el que todavía hay mucho espacio para enfoques **aún más disruptivos en la experiencia 2.0+móvil que democratizen mucho más la generación de contenidos y la experiencia de aprendizaje**. Studyblue lo están intentando, trabajando por pulir la experiencia de aprendizaje social+móvil y buscan un crecimiento viral. Seguro que veremos muchas más startups trabajando en este ámbito.

**There are no comments yet.**