**Proyecto:**

Stop & live.

**Nombre del equipo:**

Acordeón

**Integrantes:**

Carlos Salcedo

David López

1. **¿POR QUÉ ESTE NEGOCIO / PRODUCTO / SERVICIO?**

En primer lugar, nos motivó el hecho de realizar algo que generará entretención y que al mismo tiempo fuera educativo pensando de esta manera en un juego. Partiendo desde este aspecto se crea un producto el cual genera interacción activa entre todos los usuarios de la plataforma, donde dentro del juego las personas podrán aprender nuevas palabras, podrán conocer nuevas personas con intereses similares, ya que se encontrarán dentro del mismo lugar, también podrán genera agilidad mental y lo más importante es que esto podrá hacerlo tan solo desde su dispositivo móvil.

1. **PROPUESTA DE VALOR**

* **Descripción del producto/servicio:**

Juego de lluvia de palabras respecto a las letras del abecedario y una categoría que se define por la ubicación del usuario. Multijugador en línea.

El juego permite la creación de salas privadas donde pueden ingresar de 2 a 10 participantes que accedan a la sala por una contraseña proporcionada al *host* (creador de la sala). El número de rondas se define inicialmente por el *host.* La duración de cada ronda la podrá seleccionar el *host* al crear la partida. Cada participante deberá escribir diferentes palabras que comiencen con la letra que el juego proporciona aleatoriamente y esa lluvia de palabras, debe tener relación con el lugar actual donde se encuentre el usuario. Al final de cada ronda, cada persona evalúa a todos los participantes del juego con base en la ubicación actual de cada usuario. Por cada palabra evaluada como correcta por más de la mitad de los participantes se proporciona 1 punto; en cambio, si la palabra está evaluada como incorrecta por la mitad o más del número de participantes de la sala, esa palabra tendrá un puntaje de 0 puntos. El ganador será el participante con más palabras evaluadas como correctas.

* **¿Qué no ofreceré?**

No ofrecerá el juego clásico de stop en el cual se cuenta con diferentes categorías y a partir de una letra estas tienen que ser llenadas

* **¿Qué lo hace único?**

El juego es el único, dentro de los juegos de stop que existen actualmente en el mercado, en contar con una opción en la cual el usuario juega a partir de su ubicación actual. Lo que quiere decir que dependiendo de donde la persona se encuentre las categorías serán distintas como lo puede ser un centro comercial, la casa, un lugar público, el centro histórico de la ciudad, entre otros.

También cuenta con la opción donde otros jugadores evalúan las palabras y dependiendo de si estas se adaptan al lugar o sector se genera un determinado puntaje por palabra luego de haberse realizado la lluvia de ideas. Para finalizar con un puntaje global para el usuario que acaba de jugar. Además de contar con salas privadas donde solo los jugadores que se encuentren en determinada localización podrán acceder.

* **Estudio del mercado:**

**Distribución:** Anuncios en internet, anuncios en otras aplicaciones y en redes sociales. **Cobertura:** En primer lugar, se tiene pensado realizar un despliegue local (Bogotá) en el cual se encontrarán las categorías que se puedan encontrar dentro del área, para un futuro la idea es expandir a diferentes ciudades de Colombia donde se querrá ampliar las categorías, así como la misma aplicación. **Aceptación:** Este juego está pensado para todo tipo de usuarios. Es una gran opción para el entretenimiento de las personas que buscan alternativas interesantes y diferentes a juegos comunes.  **Casos de éxito:** los casos de éxito que se presentan en este documento son basados de acuerdo con referencias que se encuentran dentro de las diferentes tiendas de los dispositivos IOS y Android. Donde se encuentran las aplicaciones llamadas “Stop”, “Stopots” y “94 segundos” dentro de las cuales se encuentra que cuentan con un promedio por encima de las 3.8 estrellas, pensando así que se tiene una aceptación importante por parte de los usuarios. **Productos de referencia:**

* Stopots (Gartic)
* Stop (Fanatee,Inc.) **Productos sustitutos:**
* Fight List (VOODOO)
* Trivia Crack (etermax)
* Hangman (Senior Games)
* CodyCross (Fanatee, Inc.)
* Rummikub (Kinkajao) **Productos complementarios:**
* Google Maps (Google-LLC) **Estrategia de Precios:** La estrategia que se utilizará para la manutención del aplicativo será a través de canales de publicidad incluidos dentro del aplicativo, así como la posibilidad de pagar dentro del aplicativo para que este genere una serie de bonus donde el jugador podrá utilizarlas cuando las necesite, estos bonus constan principalmente de un autocompletar en las palabras que vaya escribiendo.  **Publicidad:** Los canales de preferencia para la divulgación del aplicativo serán a través de redes sociales principalmente por medio de publicidad paga.

**El usuario / consumidor:** Personas de todas las edades con disponibilidad de un teléfono inteligente con acceso a internet.  **Motivaciones de consumo:** Las razones por las cuales el usuario estaría interesado en el producto son: se creará agilidad mental lo cual generará calidad en la salud mental, podrá conocer más personas con lo mismo intereses, ya que se encuentran en la misma ubicación, también tendrá la oportunidad de aprender ortografía y aprender nuevas palabras. **Hábitos de compra:** La idea es que la persona para obtener mejores resultados tenga la necesidad de usar los bonos, los cuales de por sí tienen un determinado valor. **Preferencias y aceptación**

* **Precio:** El juego no presenta costo para su descarga. Se ofrecen compras opcionales dentro de la aplicación que no interfieren con su desarrollo, pero mejoran la experiencia de juego.
* **Calidad:** El juego presenta una sincronía aceptable entre los participantes evitando retardos en la jugabilidad.
* **Facilidad de uso:** El juego además de ser muy intuitivo para los usuarios, cuenta con una información detallada que describe la funcionalidad del juego.

**Modelo Lean Canvas**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Problema**  **Problema o necesidad del cliente / grupo objetivo**  No se permite evaluaciones *in live* de los usuarios en juegos convencionales similares perjudicando la jugabilidad  Falta de comunicación directa con los usuarios (chat de voz)  Carencia de alternativas a juegos convencionales que generan el abandono de una app. | **Solución**  Se espera que las personas al aumentar su agilidad mental y destrezas lingüísticas sean capaces de mejorar en su vida diaria al momento de redactar.  Se quiere que se creen vínculos de basados en el lugar donde se encuentren las personas | **Propuesta de Valor \***  Aplicativo que permite a las personas una interacción directa dependiendo del lugar donde se encuentren con otras personas.  También permite jugar al juego Stop&Live el cual se compone principalmente de una lluvia de palabras donde posteriormente serán calificadas por los distintos usuarios que se encuentre en este lugar. | | **Ventaja especial**  Contamos con la posibilidad de tener un sistema de localización activa para el juego el cual da la oportunidad de crear categorías dependiendo del lugar donde se encuentre la persona.  Además, no es un juego convencional de stop sí no es una lluvia de ideas, y para hacerlo más interactivo las otras personas cuentan con la responsabilidad de calificar las palabras. | **Segmentos de clientes**  Nuestro enfoque es hacia los clientes que les gustan los juegos interactivos, llenos de mucha dinámica, especialmente personas jóvenes las cuales también salen bastante y se encuentran en lugares públicos.  Además de esto que también quieran aprender cosas y lugares nuevos.  La idea es crear valor a aquellas personas que se encuentren interesadas en aumentar la agilidad mental. |
| **Métricas clave**  Para el desarrollo de la aplicación se levantarán los requerimientos necesarios, se realizará el diseño arquitectónico del aplicativo.  Por otro lado, se realizará la respectiva validación de la solución propuesta a una cantidad considerable de clientes potenciales para saber la viabilidad del aplicativo, así como su retroalimentación.  Evaluación de los costos que requiere para todo el tema de desarrollo de la aplicación y su despliegue | **Canales**  Los canales ideales para llegar a nuestro cliente final serán a través de redes sociales debido a nuestra segmentación de clientes  Enganchar al cliente a través de campañas de publicidad interactivas dentro de las redes sociales será de gran valor para llegar a conocer el uso del aplicativo  Para la fidelización de los clientes se usarán los bonos que funcionan para una facilidad en la obtención de resultados |
| **Estructura de costos**  Todo el desarrollo por parte del equipo cuenta como desarrollo, así como el diseño de la solución y en sí la puesta en producción de todo el sistema. El sistema cuenta con sistemas externos, pero que no requieren de ningún valor | | | **Fuentes de Ingreso**  Implementar una alianza con Google ADMOB para implementar anuncios de otras apps.  Ofrecer compras *In App* a los usuarios para mejorar experiencia de juego. | | |