

Caso de negocio

Identificación del proyecto

Nombre del Proyecto : Joguers

CEO : Carlos Aravena

Justificación del proyecto:

Es muy frecuente, que, a la hora de organizar un partido de futbol, con amigos, ocurran algunos quiebres, que son muy comunes. Pero, que no siempre somos conscientes de ellos y que muchas veces solucionamos a la rápida y otras tantas quedan sin solución y nos dejan con un sabor amargo que nos impide disfrutar de una buena experiencia de juego.

Algunos de estos problemas son, la falta de jugadores disponibles, dificultad para reservar canchas, no ponernos de acuerdo de quien lleva el balón o dar por hecho que alguien lo va a llevar y nadie llega con uno. Todo, estos quiebres ocurren de forma tan natural que a nadie se le ha ocurrido sacarlos del contexto de obviedad y siguen sucediendo y lo único que se hace con ellos es mantener una queja constante.

Pensando en cómo solucionar estos quiebres y tomando en cuenta que queremos mejorar la experiencia en torno a la organización de un encuentro deportivo, de carácter amateurs, se identifican 3 ejes de acción.

1. Reunir y poner a disposición una cantidad de jugadores que garanticen que el partido se realizará y no se suspenderá por falta de quorum.
2. Hay ciertas tareas inherentes al juego que es necesario coordinarlas con éxito para disfrutar de una grata experiencia.
3. Facilitar el proceso para reservar y arrendar canchas

En este contexto Joguers, surge como una opción, que pretende hacerse cargo de transparentar y solucionar estas dificultades. Para ello, se presenta como una red social que conecta y agrupa deportistas amateurs, permitiéndoles coordinar las tareas inherentes al juego y encontrar con mayor facilidad disponibilidad de cancha.

El éxito del proyecto depende del nivel de entusiasmo que genere el uso de la aplicación. Por tanto, uno de los indicadores de éxito con los que se trabajará será la cantidad de usuarios que se registren gratuitamente en la aplicación. Por otra parte, se medirá la cantidad de partidos que se organicen y el nivel de conversión de usuario freemium a Premium.

Creemos que el interés de los jugadores estará marcado por la experiencia de uso de la aplicación. Por una parte, que permita tener una coordinación exitosa de un partido y que genere una grata experiencia de participación.

Análisis de la situación

En un contexto post pandemia, en el que las personas necesitan volver a relacionarse con sus pares y recuperar sus rutinas diarias. Vemos una oportunidad de negocios a partir de hacernos cargo de la problemática que afecta a los deportistas en general.

Creemos que crear comunidades en torno al deporte, reuniendo deportistas que interactúen entre si genera la oportunidad de focalizar un mercado que se vuelve totalmente atractivo para que las empresas puedan ofrecer y publicitar sus productos.

Claramente existe un riesgo, a la hora de invertir, dado que la estrategia para poner en marcha Joguers implica, estar durante los primeros 6 meses sin percibir ingresos ya que se privilegiará la difusión y el incremento de usuarios registrados. No obstante, el éxito de la inversión se garantiza en la medida que se cumplen los mínimos Kpis esperados. Dado que, inmediatamente después de poner en marcha el sistema de venta de publicidad y la membresía Premium, los ingresos comienzan a crecer exponencialmente proyectando recuperar la inversión a inicios del segundo año de funcionamiento.

En la medida que aumentan los usuarios registrados, sin siquiera considerar la conversión a usuarios Premium, se vuelve muy atractivo para las empresas ligadas al deporte contar con un público cautivo. Incluso el escalamiento hacia otras ciudades y otros deportes garantiza el aumento de los ingresos.

Es de vital importancia mientras se implementa el proyecto desarrollar el concepto Joguers, que responde a un tipo de deportista que aprovecha al máximo las oportunidades de practicar su deporte favorito, obviamente a través del uso de la aplicación.

Opciones recomendadas

Para desarrollar este proyecto adoptamos 2 modelos de negocio:

B2B

Este modelo de negocios se desarrolla a través de la venta de espacios publicitarios.

Se implementarán 4 carouseles publicitarios, dentro del perfil de cada usuario, totalmente integrados en la estética de la aplicación. Cada carousel dispondrá de 6 espacios que las empresas podrán adquirir por un costo mensual.

El primer carousel será de carácter nacional y estará disponible en todos los perfiles de usuario

El segundo carousel será regional y aparecerá en los perfiles de los usuarios que viven en la región. Pueden implementarse de 1 a 16 carouseles.

Joguers

El tercer carousel será de carácter provincial. Es decir por ciudades principales.

El cuarto carousel será de carácter comunal y aquí diferenciamos 2 tipos lo que irían en comunas 100% urbana y los rurales mixtos. En el primer caso pueden implementarse de 1 a 27 y en el segundo caso de 1 a 319. Todo dependerá del escalamiento que tenga la aplicación.

Inicialmente partiremos con el deporte del futbol, para luego ir escalando hacia otros deportes.

B2C

Si bien, como estrategia de lanzamiento, durante los primeros meses la aplicación no tendrá costo, luego implementaremos el modelo de membresía, momento en el que se ofrecerán funcionalidades Premium. De todas formas, el costo no será muy elevado, será un precio moderado.

En ambos casos pueden existir limitaciones, que podrían darse en el segundo modelo que la conversión de Freemium a Premium no sea la esperada.

En cuanto al modelo de venta publicitaria podría darse en términos de no alcancemos la cantidad de usuarios que sea atractiva para las empresas.

En la Planilla Excel, Joguers_flujo de caja se puede ver el análisis más detallado y comprobar las proyecciones estimadas.

Los principales hitos del proyecto, son los siguientes:

1. Desarrollo de MVP y test con early adopter
2. Lanzamiento de la aplicación con eventos promocionales en el caso del futbol un mini torneo organizado a través de la aplicación.
3. Implementación de modelo Premium
4. Escalamiento a otros deportes
5. Escalamiento a otros países

En la primera etapa el equipo de trabajo estará compuesto por el CEO, el CFO un Teach Lead y un community manager.

El costo de inversión es de 50 millones de peso para el funcionamiento de los primeros 6 meses. A partir del 7 mes, se implementa el sistema de venta de publicidad el cual comienza a generar ingresos rápidamente.

La inversión se recupera totalmente a partir del mes 14. Aunque hay que considerar que el éxito depende mucho de que la campaña de lanzamiento tenga buenos resultados.

Conclusión

Para que el proyecto tenga éxito, se debe estructurar sobre la base del concepto Joguers, que representa un estilo y forma de relacionarse con el deporte a través de nuestra aplicación. En la medida que se pueda desarrollar ese concepto podremos aumentar la cantidad de usuarios registrados. Nuestro modelo de negocios más importante es el de B2B. Si bien implementaremos un modelo de membresía que también aportará utilidades, su implementación tiene más bien un sentido estratégico con el propósito de generar pertenencia.