

Proyecciones Financieras WINIM

Estrategia: En estos dos años desde el lanzamiento comprobamos que un crecimiento sostenido (a tasas altas de manera anualizada aún) son preferibles a grandes saltos discretos. Según nuestra experiencia, los saltos discretos elevados se vieron seguidos de períodos de amesetamiento y menor retención de usuarios. A su vez, los costos en logística suelen aumentar ante la necesidad de asegurar el servicio.

La razón fue una caída en la calidad del servicio. Saltos bruscos en la demanda requieren mayor fuerza logística e incluso, mayor capacidad de algunos locales socios que ven saltar su demanda sin estar listos. De esta manera, se generan demoras ya sea en producción o logística que bajan la calidad del servicio en una proporción de los pedidos.

Es por esto que definimos el aumento en el presupuesto de marketing como un aumento continuo que nos permita ir ganando en clientes y pedidos mes a mes sosteniendo e incluso mejorando la calidad del servicio brindado. Entendemos que de esta manera la retención de usuarios fieles a WINIM será mayor y el crecimiento más ordenado y sólido.

Base del modelo: Por lo explicado en el punto “estrategia”, la base del modelo gira en torno a una tasa de crecimiento en el número de pedidos y define los costos e ingresos en función de las mismas. Ejemplo, si esperamos determinado número de pedidos ¿qué costo necesitamos invertir en marketing? ¿y en logística?

Por otro lado, se suman costos fijos o de estructura (sueldos y servicios web). Los mismos aumentan en el mes siguiente a la inversión allanando el camino al crecimiento proyectado y, minimizando/evitando la probabilidad de cuellos de botella operativos. Luego, pasados determinados umbrales de pedidos proyectamos que la estructura deberá ir realizando saltos discretos para mantener la calidad del servicio en distintos niveles de pedidos.

¿Qué no incluye?: El modelo no incluye ingresos provenientes de Bipp, la nueva aplicación de mensajería on demand para empresas y emprendedores que estamos desarrollando (los costos serán absorbidos por la estructura de winim haciendo uso de economías de escala) ni tampoco una suba de ingresos por aumento en la comisión cobrada a locales, la cuál podría aumentarse en un futuro.

Necesidades de inversión: La inversión es requerida para cubrir las necesidades de nuestro caso pesimista que prevé un aumento del 300% en dos años. En caso de que el crecimiento efectivo sea mayor como está previsto en el escenario base y en el escenario “Carrefour”, el cash sobrante se utilizará en nuevos proyectos y/o aumento de marketing en busca de mayor crecimiento

Caso Carrefour: Modelamos el impacto de Carrefour a través de un aumento en la cantidad de pedidos y, en los pedidos con opción para retirar (take away) también. Este proyecto se ubica en fase de desarrollo ya y asignamos una alta probabilidad de ocurrencia a la alianza.