

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DE LA PROVINCIA DE BUENOS
AIRES

**DIPLOMATURA EN GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y
NEGOCIOS TECNOLÓGICOS**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



**DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE
NEGOCIOS TECNOLÓGICOS**

TRABAJO FINAL

Alumno: Emilio Bongiorno

Dirección de email: emiliobongiornov@gmail.com

Docente: Alejandro Bricker

Introducción

En este informe se desarrollan los diseños de la propuesta de valor para un segmento de mercado, y el modelo de negocio para dicha propuesta.

Canvas de Propuesta de Valor

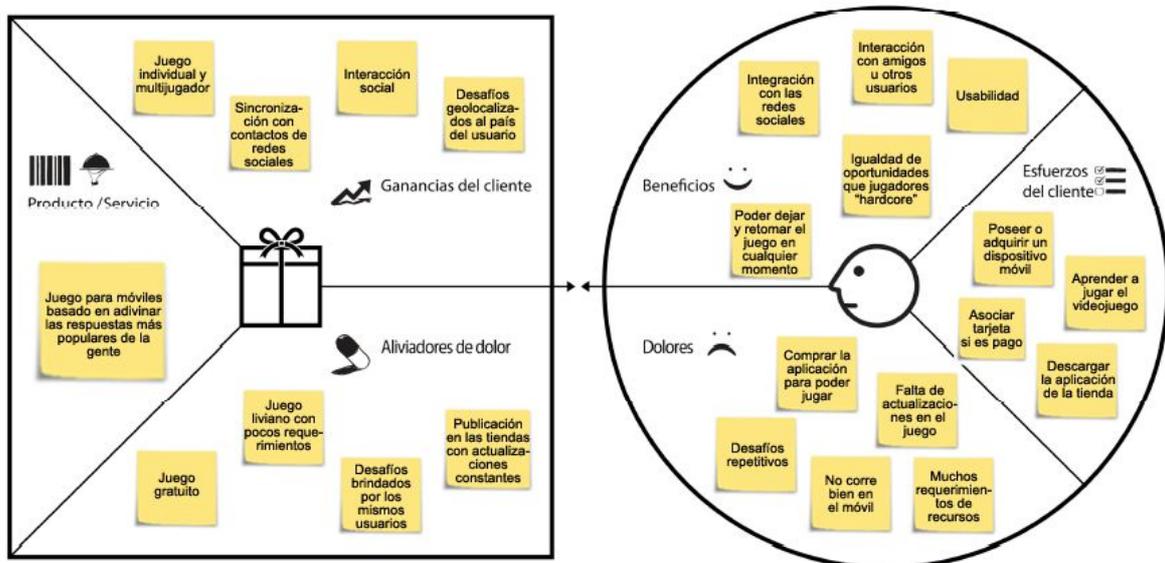
El segmento de mercado analizado para la propuesta de valor es el de los jugadores casuales (llamados en inglés “casual gamers”) o regulares de juegos en dispositivos móviles, que buscan entretenimiento accesible en sus tiempos libres. Estos se diferencian de los llamados “hardcore gamers” en principal medida porque generalmente juegan en intervalos irregulares como pasatiempo, y no buscan mejorar constantemente sus habilidades u obtener las mejores puntuaciones.

Canvas de Propuesta de valor

Nombre del Proyecto: Juego para móviles: ¿Qué dice la gente?

Fecha: 4-10-2015

Ciente: jugador casual (“Causal Gamer”) de juegos en dispositivos móviles que busca entretenimiento accesible en sus tiempos libres



Para explicar mejor algunas ganancias del cliente y aliviadores, a continuación se desarrolla brevemente la propuesta del producto.

En el mercado de juegos para dispositivos móviles existen distintos tipos de los llamados “[juegos de palabras](#)”. El principal problema que se encontraron en estos juegos es que los términos utilizados están estandarizados a la jerga que se utiliza en España, y por lo tanto, los usuarios de países latinoamericanos corren con desventaja ya que no conocen las palabras o la cultura de dicho país.

La idea innovadora consiste en desarrollar un juego para dispositivos móviles con una dinámica similar a la del programa emitido por televisión “[100 Argentinos Dicen](#)” (“Family Feud” en Estados Unidos). En pocas palabras, el desafío para el usuario consiste en descifrar las respuestas más populares que brindaron los demás usuarios de su región a partir de un enunciado sencillo, siendo el puntaje la proporción de gente que dio la misma respuesta.

Actualmente existe un sólo juego de este estilo en el mercado llamado “[94%](#)”, que sólo permite jugar en modo individual y donde las terminologías utilizadas para los países de habla hispana son acordes a los usuarios de España, lo cual causa frustración a los usuarios latinoamericanos.

El valor agregado que brindaría el juego en cuestión es que a cada usuario se le presentará desafíos orientados a su región geográfica. Es decir, para un usuario de Argentina, un posible enunciado podría ser “Prócer de un billete”, así como también otro más genérico como “Animal de granja”, siendo las respuestas y sus valores para este enunciado distintos a los de otras regiones, ya que las respuestas más comunes ante el enunciado mencionado pueden diferir en Argentina con el resto de los países.

Otra de las propuestas de valor es la posibilidad de desafiar a tus amigos con un modo multijugador, siendo este a su vez un camino para obtener usuarios de manera orgánica.

Modelo de Negocios

Lienzo de Modelo de Negocios



Como se indicó en la propuesta de valor, la novedad del producto consiste en ofrecer desafíos orientados a cada país. A su vez se puede mencionar que el juego se podrá jugar de forma gratuita y brindará interacción social a través de desafíos con amigos u otros usuarios.

En el segmento del mercado pueden distinguirse los usuarios finales que participan en el juego, y las redes de publicidad en línea como Google Admob, que brindan los anuncios publicitarios a mostrar en el juego de las empresas interesadas.

La relación que se establece con los clientes será a través de una página de Facebook donde pueden comunicarse directamente, y de ser factible se podrá crear una comunidad donde los usuarios puedan ayudarse mutuamente o colaborar con el juego.

Los canales que permitirán alcanzar a los clientes serán la promoción segmentada de publicaciones sobre la aplicación (publicada previamente en las tiendas online) a través de Facebook Ads y otras redes de publicidad como Google, y el boca en boca que puede atraer usuarios de manera orgánica gracias a la posibilidad de desafiar a los amigos de las redes sociales.

Las actividades clave se basan en el proceso de creación del juego, y la obtención inicial de datos junto con su actualización y expansión a través del tiempo. La primera actividad es central ya que si se busca alcanzar clientes de forma orgánica, es necesario brindarles un juego de calidad y con interfaz amigable. La segunda actividad no es de menor importancia, debido a que gran parte de la calidad que perciban los usuarios estará basada en poder jugar desafíos no repetitivos y orientados a su región. Para ello se pensaron diferentes alternativas posibles. Una de ellas es la de utilizar formularios de Google donde se colocarán los posibles enunciados y la gente deberá contestar una sola solución. Estos formularios estarán agrupados por país, y la propuesta será difundida en distintas comunidades y foros conocidos, donde se invitarán a personas de distintas regiones a completar los formularios y que estos a su vez lo difundan con sus conocidos, a cambio de una pequeña suma de dinero por formulario completado. Otra alternativa posible es ir enriqueciendo la base de datos a través de las respuestas que los usuarios brindan en el mismo juego, o agregar una sección de "fábrica de enunciados" donde los usuarios puedan colaborar, pero inicialmente es necesario brindar una amplia cantidad de enunciados de calidad ya preparados por lo que se considera una actividad clave. Cabe destacar que no necesariamente se deben cubrir todas las regiones en una primera publicación, ya que estas pueden ser añadidas más adelante.

De forma similar, los recursos claves están compuestos por los desarrolladores y diseñadores que llevarán a cabo el juego, así como también la información recopilada de las respuestas de los usuarios por cada país disponible.

Un socio clave que se pudo identificar es Facebook, que brinda tres servicios claves para el negocio: es una de las plataformas en las que puede correr el juego, es uno de los posibles anunciantes de la aplicación, y permite conectar dentro del juego a

los usuarios con sus amigos. Google por su parte, brinda también los dos últimos servicios mencionados a través de la red social Google+ y Google Admob/Adsense respectivamente.

El costo más importante consiste en los salarios de los programadores, ya que se requiere de una gran cantidad de horas de programación para obtener un producto de calidad que corra en múltiples plataformas. También es considerable el costo que se puede invertir en Facebook para aumentar el alcance de la aplicación, y el costo necesario para obtener información fiable de los usuarios para generar el contenido. Las fuentes de ingresos se obtendrán a través de la publicidad que se muestre dentro del juego, y de los servicios de ventas dentro de la aplicación para conseguir algunos beneficios que lo ayuden al usuario en el modo individual.

Conclusión

Uno de los problemas que se afrontó durante el desarrollo del trabajo fue el de querer realizar una propuesta de valor a partir del producto que se quiere ofrecer. Si bien resultó difícil ignorar esta forma de pensar, se pudo detectar un segmento de usuarios y un conjunto de esfuerzos, dolores y beneficios para el mismo independientemente del producto en cuestión, y lograr una propuesta a partir de estas necesidades.

Al completar el lienzo de modelo de negocios se logró analizar un panorama más completo del negocio, teniendo en cuenta todos los factores del mismo.

Finalmente se consideró que el desarrollo del trabajo en general resulta de suma importancia a la hora de estudiar un mercado y poder realizar una propuesta para el mismo junto con una planificación resumida del modelo de negocio.