



Play

COUNT

Laura Martín Tristán
Andrés Wiehoff Melián
Sergio González Pajuelo
Miguel Crespo Puras
Alberto García González

Mentor: José Valerdi Tormo

RESUMEN EJECUTIVO: PLAYCOUNT

Datos de la empresa
Web: https://playcount.wixsite.com/eoi19
Persona de contacto:
Año fundación: 2019
Sector: Deportes
Nº Empleados: 5

Equipo
CEOs: Sergio González Pajuelo Laura Martín Tristán
CTO: Alberto García González
CCO: Andrés Wiehoff Melián
CMO: Miguel Crespo Puras
Mentor: José Valerdi Tormo

- **Descripción de la actividad de la empresa:**

Playcount es una plataforma digital que tiene como objetivo recoger las estadísticas de los partidos de tenis y pádel de los usuarios mediante la sensorización de las pistas, recogida de datos y su posterior análisis, de esta manera los clientes podrán analizar sus partidos, examinar su juego y comprobar sus puntos débiles y obtener una respuesta con el fin de mejorar sus habilidades deportivas. PlayCount es también una plataforma social en la que poder crear ligas con tus amigos, fomentando la práctica en equipo y mostrando la parte más social y divertida de hacer deporte. Además, la plataforma permite ver en streaming los partidos y jugar ligas entre los diferentes usuarios.

- **Descripción del equipo fundador:**

Miguel Crespo Puras: Graduado en Administración de empresas por la IE University. Este año ha cursado el Máster en Big data & BI en la EOI, con experiencia en emprendimiento, finanzas y análisis de datos.

Alberto García González: Graduado en Ingeniería de la Energía por la Universitat Politècnica de Catalunya con Máster en Energías Renovables y Mercado Energético en EOI. Actualmente trabajando como analista y operador de mercado eléctrico.

Laura Martín Tristán: Graduado en Ingeniería Química por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid con Máster en Energías Renovables y Mercado Energético en EOI. Empezando su carrera en el mundo de las energías renovables.

Sergio González Pajuelo : Graduado en Ingeniería Química por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid con Máster en Energías Renovables y Mercado Energético en EOI. Actualmente trabajando como Consultor en la rama de Ingeniería de la Energía en Auren Spain.

Andrés Wiehoff Melián: Ingeniero Eléctrico con Máster en Energías Renovables y Mercado Energético. Con ganas de empezar mi vida profesional en el campo de la energía y de emprender.

- **Resumen del modelo de negocio:**

El modelo de negocio de PlayCount se fundamenta en la venta directa de un producto para dar un servicio continuado en el tiempo. El modelo de ingresos se basa en un coste fijo por la venta e instalación de los accesorios necesarios para dar el servicio en los centros deportivos y un

modelo de suscripción mensual en el que se cobra una cuota en relación al mantenimiento del software del sistema y la implementación de nuevas funciones.

Por la parte del usuario final de la app, la aplicación móvil es freemium, teniendo disponible un plan premium anual, por el que obtendrá un servicio más extendido, con el que dispondrá de más memoria de almacenamiento para los vídeos de juego y las estadísticas:

En la siguiente tabla se recogen los precios establecidos:

Centros deportivos	
Instalación equipos	5000 €/pista
Cuota mensual	400 €/ mes
Usuarios App	
Descarga de la app	Gratuita
Cuenta Premium	10 €/ anual

La inversión total necesaria para el desarrollo del proyecto se indica en la siguiente tabla, de la cual se va a financiar pidiendo un préstamo al banco el 80% de la inversión:

Inversión necesaria	327.040 €
Financiación (Apalancamiento del 80%)	261.362 €
Interés de la financiación (comisión de apertura y coste)	3,5%

El periodo de recuperación de la inversión (payback) será durante el segundo año de operación.

- **Problema que se resuelve:**

Cada vez más los centros deportivos de España quieren diferenciarse del resto de sus competidores con alguna propuesta de valor diferente, es por eso que todos los años lanzan estrategias y acciones dirigidas a captar clientes y a retenerlos mediante el aumento de su satisfacción.

Actualmente los deportistas de élite están involucrados en procesos de mejora continua de sus habilidades a través de entrenadores personales y metodologías de alto rendimiento. No obstante, el usuario amateur, no tiene esa capacidad de análisis. A través de PlayCount, se logra profesionalizar el deporte amateur y dotar a este colectivo de unos privilegios hasta ahora limitados al atleta profesional.

Además, PlayCount promueve la competitividad, la socialización mediante la posibilidad de creación de torneos y ligas, y la diversión entre los jugadores de nivel amateur, ofreciendo la posibilidad de estar en contacto a través de diversas redes sociales y compartir sus mejores momentos y jugadas.

- **Productos o servicios ofrecidos**

PlayCount ofrece a los centros deportivos una solución basada en una instalación en sus pistas de tenis y pádel, compuesta principalmente por cuatro cámaras y un sensor de imagen. Además, de una plataforma digital que permitirá resolver los problemas identificados.

Dicha plataforma tecnológica, conseguirá dar a los centros deportivos una capa de diferenciación y modernidad con respecto a otros centros y a los usuarios de PlayCount una oportunidad distinta de hacer deporte, donde podrán verse jugar, ver a otros jugar, analizar sus estadísticas del partido y compararse con otros jugadores de la aplicación.

A los usuarios de la aplicación se le ofrecerá lo siguiente:

Servicio Freemium: Las estadísticas o el video que ocupen un almacenamiento de nuestros servidores se eliminarán a la semana o una vez superada su capacidad de cliente freemium, no podrá descargarse las estadísticas ni el video, simplemente podrá visualizarlo a través de la app/web.

Servicio Premium: Tendrá capacidad de almacenamiento de 12 meses (suscripción anual), tanto de estadísticas como de videos, y capacidad de descarga de dichos datos. Además, el software le permite comparar sus datos y ver su evolución.

- **Descripción del mercado**

Mercado con gran potencial, baja competencia en la que solo actúan distribuidores nacionales de empresas estadounidenses con servicios enfocados a un servicio a deportistas profesionales con un precio elevado. Poca explotación en España de servicios IoT, principalmente en el deporte amateur, nicho de mercado donde se desarrollará PlayCount.

- **Estrategia de marketing**

Nuestra estrategia del primer año va a estar basada en dos ramas: offline y online. En la parte offline, nuestra labor de venta directa a los centros deportivos va a ser el principal valedor para darnos a conocer, así como el evento formativo que realicemos en cada club que obtenga nuestros servicios. En la parte online, se va basar en una campaña de marketing digital en redes sociales a través de facebook ads y google adwords. Una vez implementados en el mercado, la estrategia se enfocará en fidelizar al cliente y a expandir el mercado en Madrid y posteriormente en un futuro a las principales ciudades donde más se juega al tenis y pádel.

- **Competencia**

Los competidores más potentes del mercado son dos compañías internacionales, PlaySight y MyPlay, que realizan un servicio de información deportiva del jugador con datos que recopilan a través sistema de video y movimiento. Estas compañías operan en el mercado a través de distribuidores locales. Su punto fuerte son las academias y los equipos universitarios. También encontramos productos sustitutos, como los dispositivos de Sony o la compañía Zepp, que se acoplan a la raqueta y monitorizan el juego del deportista junto al video que graban a través de su aplicación.

- **Ventajas competitivas**

La ventaja competitiva de PlayCount es su enfoque en el deportista amateur de centros deportivos de alto-standing que buscan mejorar deportivamente de una forma óptima y económica. También, tiene una ventaja en un mercado con poca competencia como el español, que además tiene un perfil tecnológico bajo a nivel amateur.