



Social Gaming Platform, S.R.L.

Resumen Ejecutivo

Madrid, a 06 de abril de 2010

Francisco Carrero, Director Ejecutivo

José Carlos Cortizo, Director Técnico

Borja Monsalve, Director de Márketing

1. RESUMEN EJECUTIVO

Social Gaming Platform, S.L., es una empresa de base tecnológica establecida en Madrid, y constituida en noviembre de 2008 como spin-off del Consorcio MAVIR (<http://www.mavir.net>), cuya principal actividad es el desarrollo de tecnología y servicios para medios sociales e Internet.

Los socios fundadores son Francisco Carrero, José Carlos Cortizo y Borja Monsalve, con experiencia previa en consultoría, creación de empresas de base tecnológica, y en el desarrollo de proyectos de tecnología e innovación. En este sentido, en los últimos años han participado en 15 proyectos de I+D con un presupuesto agregado de más de 5 millones de €, realizando tareas de investigación y gestión.

El principal objetivo de las tecnologías desarrolladas por SGP es mejorar los ingresos de las empresas con actividad en Internet, centrándose especialmente en sitios de comercio electrónico y medios sociales. Para ello, una primera línea de negocio busca aumentar las ventas de publicidad y de productos online mediante la utilización de un motor de recomendación, ya en producción, y un motor de búsqueda social que se encuentra en desarrollo.

Una segunda línea de negocio importante es el desarrollo de servicios propios, donde destaca Wipley, una red social de videojugadores que permite a los usuarios gestionar sus videojuegos y acceder a una comunidad donde compartir información, a la vez que funciona como plataforma de publicidad y comercio electrónico de videojuegos. Wipley actúa asimismo como demostrador de las tecnologías de SGP, y actualmente integra el motor de recomendación aplicado a videojuegos.

Los mercados a los que SGP dirige sus productos y servicios han mantenido una tendencia creciente durante los últimos años. Nuestro principal mercado se encuentra en webs con facturación media-alta y una gran cantidad de usuarios, y cuyos ingresos se generen a través de la venta de publicidad online (que en España movió 610 millones de € en 2008) o del comercio electrónico (que en España llegó a los 5.810 M€ también en 2008).

En este mercado, la competencia está concentrada en los sistemas de recomendación, donde existen empresas con un gran recorrido, como Strands, aunque con poca entrada en medios sociales. Sin embargo existen pocas empresas que comercialicen motores de búsqueda para terceras partes, debido principalmente a que es un mercado muy centrado en la explotación de buscadores web, y hasta la fecha ninguna de las empresas comercializa motores de búsqueda social.

En el caso de Wipley el mercado está constituido por videojugadores, cuyo número ha alcanzado ya en España los 10.4 millones, y de los cuales el 85% utiliza Internet para buscar información sobre videojuegos. Conviene tener en cuenta que, pese a las altas cifras de piratería, las ventas de videojuegos en España en 2009 estuvieron en torno a los 714 millones de euros.

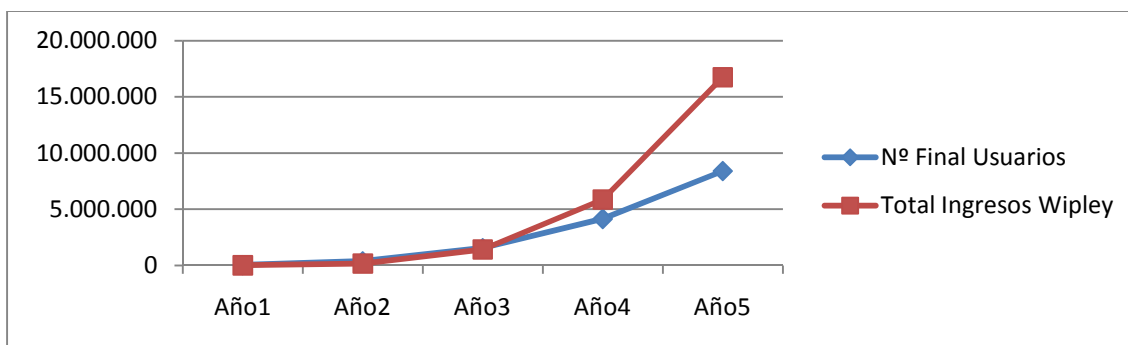
La competencia de Wipley está compuesta por redes sociales de jugadores de habla hispana que han comenzado a surgir en 2009, donde destaca TagUIn. A nivel internacional, existen varias redes sociales anglosajonas como GamerDNA o Raptr, que en los últimos meses han sido adquiridas por grandes empresas de desarrollo de videojuegos. La diferenciación de Wipley pasa por una orientación a contenidos generados por los usuarios que permite disponer de contenidos únicos, la aplicación de un sistema de recomendación que guía a los usuarios y mejora las ventas, y la localización de la plataforma y contenidos en castellano e inglés.

El modelo de negocio de los productos tecnológicos de SGP (sistema de recomendación, motor de búsqueda, etc.) se basa principalmente en el licenciamiento a terceros mediante el modelo Software as a Service. A diferencia de otras empresas que actualmente ofrecen servicios similares, se adopta una estrategia de *revenue share*, donde los beneficios se comparten con los clientes.

La línea de servicios es otra forma de rentabilizar la tecnología desarrollada, y su modelo de negocio se sustenta en servicios a empresas (como pueden ser informes de mercado o campañas multimedia específicas), venta de espacios publicitarios y venta de productos online mediante programas de afiliados, con intención de entrar en comercio electrónico más puro a medio/largo plazo.

Las expectativas en cuanto al número de clientes para los productos tecnológicos crecen desde los 6 clientes en el primer año hasta los 66 en el año 5, con unas ventas asociadas que llegarían a los 6.000.000 € en el último año.

En el caso de Wipley hemos estimado un crecimiento en el número de usuarios que llegaría a los 2.000.000 en España en el año 5. Sin embargo, se ha previsto comenzar un proceso de expansión a partir del año 2 que empezaría con Sudamérica y seguiría con Europa, por lo que el crecimiento global de usuarios y ventas quedaría tal y como se muestra en la siguiente figura.



Según las proyecciones financieras, se prevé entrar en beneficios a los dos años y medio, con un *pay-back* de unos 3 años y medio, y una TIR modificada de un 66%. La siguiente tabla muestra las proyecciones financieras a 5 años.

	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Ingresos	130.705	562.745	2.700.079	9.105.577	22.788.458
Benef. Después Impuestos	-85.485	-56.667	844.868	3.797.597	11.529.854
Inversión Activos Fijos	230.750	274.249	840.315	1.772.280	2.294.053
Inversión en NOF	21.376	54.220	311.481	905.966	1.984.560
Cash Flow operativo	-289.188	-273.450	6.384	1.875.378	8.647.999

Estas cifras llevan a determinar unas necesidades de financiación de 300.000 € para el primer año, destinada principalmente a I+D, marketing y compra de equipos. Con el objetivo de cubrir estas necesidades se ha obtenido la concesión de un préstamo del CDTI para un Proyecto de Investigación y Desarrollo de 2 años de duración, con un presupuesto de 480.000 €. El préstamo del CDTI cubre el 70% del presupuesto (336.000 €), y el 30% restante (144.000 €) se deberá aportar como ampliación de capital. Teniendo en cuenta que con este proyecto se cubrirán 240.000 € de las necesidades para el primer año, se hace necesario elevar la ampliación de capital hasta los 200.000 €, de los cuales 80.000 € están actualmente comprometidos.