

CAFÉ &  
NEGOCIOS

## Emprendedores



2 711 1000\* www.mp.com.uy

Nicolás Batlle  
y Daniel Armand Ugon

M. CERCHIARI

## UN AS BAJO LA MANGA

POR CECILIA AMORÍN  
twitter.com/cesamorin

Superando los 1.000 millones de usuarios, Facebook se ha convertido en una atractiva plataforma para lanzar a nuevos emprendedores. Atentos a esta situación, los socios de ConectaGames, Daniel Armand Ugon (51) y Nicolás Batlle (45), que trabajan en internet desde 1995, encontraron en la red social de Mark Zuckerberg un vehículo que les permitió desarrollar una vieja idea y reconvertirse para hacer un negocio rentable.

Hoy están dedicados exclusivamente al desarrollo de juegos para Facebook y de descarga para dispositivos móviles. Pero, en los comienzos, la estrategia había sido diferente.

En 1995, Armand Ugon fun-

Con Facebook como vehículo difusor de sus juegos online, **ConectaGames** entró este año al selecto grupo de emprendedores Endeavor

dó Intercanal, responsable de la creación de los primeros sitios de internet conocidos en el país, pero luego el corazón del negocio se trasladó a brindar servicios de acceso a internet. Años después se sumó al emprendimiento Batlle, aportando sus conocimientos en ingeniería de sistemas y convirtiéndose en el CTO (gerente de tecnología) de la compañía.

Culminaron sus operaciones con una cartera de 50 mil clientes, cuando el monopolio de

ANTEL no les permitió seguir con el camino lógico de llevar el emprendimiento hacia la banda ancha y prestar servicios como ADSL. La opción que otros competidores del rubro tomaron fue vender la clientela a ANTEL y seguir comercializando el servicio de la empresa estatal. Pero Armand Ugon y Batlle aseguraron que su espíritu emprendedor limitaba sus horizontes –pues se hubiesen convertido en vendedores para terceros– y pensaron

una nueva alternativa para poder desarrollar sus negocios.

Probaron con ofrecer banda ancha vía aire y, finalmente, se preguntaron si no era momento de desenterrar un proyecto que no había sido exitoso tiempo atrás: los juegos online.

Este proyecto, bajo el nombre de ConectaGames, comenzó a desarrollarse en 2009. Su predecesor fue Retruco.com: una página web para disputar partidos de truco entre uruguayos y una de las primeras del mundo de juegos de carta online.

Retruco.com, aseguró Armand Ugon, fue un proyecto creado para divertirse, que les pareció interesante para poder juntar a los uruguayos en el mundo. Pero también tenía un claro fin comercial. Como su empresa Intercanal brindaba servicios de acceso a internet, y la

conexión era por módem, cuanto más tiempo estuvieran conectados los usuarios más ganaban. Además, con el juego lograban atraer clientes de otros proveedores a su empresa.

“La idea del emprendimiento fue muy buena, pero fue muy mala la elección del juego, que es totalmente local”, reflexionó Armand Ugon.

Batlle agregó que la historia sería diferente si vivieran en Estados Unidos y hubiesen elegido el juego del póquer.

**Vehículo viral**

La aparición de Facebook refrescó su idea de trabajar con juegos online y vieron que podían llevar el truco a Argentina, una iniciativa que fracasó cuando lo intentaron con Retruco.com.

Continúa en la página siguiente



Pronto lanzarán juegos para Android, por la cantidad de dispositivos que funcionan con ese sistema operativo

# 500.000

**Partidas.** Medio millón de uruguayos disputan partidas en los diferentes juegos de ConectaGames cada mes.

# 80.000

**Personas** participan cada día en todos sus juegos de cartas a través de Facebook.

# 700.000

**Horas** al mes dedican las personas a las partidas de cartas desarrolladas por ConectaGames.

## La vuelta al mundo con Facebook

### Viene de la tapa

“Pusimos el juego y funcionó y vimos que Facebook era un vehículo que nos podía llevar a todas partes del mundo. Nos preguntamos por qué no desarrollar los clásicos de cada país y conquistar el mundo haciendo juegos”, recordó Armand Ugon.

Los socios desarrollaron un software que les permite aumentar la productividad y realizar juegos muy rápido. Ahora, usando Facebook como plataforma de apalancamiento, lograron instalar unos 15 juegos en 12 mercados como Uruguay, Argentina, Paraguay, Chile, Perú, Colombia, Venezuela, Brasil, Puerto Rico, España, Italia y Portugal.

### País por país

A partir del lanzamiento en Argentina con una adaptación de su juego original, el truco, comenzaron a desarrollar nuevas propuestas: truco venezolano, la conga, la sueca para Portugal y juegos para Brasil como la tranca. Ahora están desarrollando la escoba, que se juega en Uruguay, Argentina, Chile y España.

En palabras de Batlle: “El camino trazado es copar Latinoamérica en primera instancia y después expandirnos por Europa y Estados Unidos”.

Utilizando Facebook como llave principal de ingreso a cada país, los emprendedores apalancan sus decisiones en investigaciones previas, que les permiten conocer con qué juegos deben desembarcar en cada mercado.

Según indicó Armand Ugon, al elegir juegos de cartas típicos

de cada nación, el público “se engancha” automáticamente y luego, por los mismos canales de viralidad se expanden con rapidez. “Ese es el modelo que replicamos país por país y el único límite que encontramos es la ausencia de Facebook, como sucede en China”, indicó Armand Ugon.

Además, los juegos se pueden descargar en el Apple Store, para utilizarlos en iPad y en iPhone. Esta es también, según los emprendedores, una importante herramienta de difusión.

### Comprando entretenimiento

Los juegos de ConectaGames son freemium (*ver claves*). Los usuarios pueden jugar gratis y cuando se inscriben por primera vez reciben fichas para jugar. Según explicó Armand Ugon, muchas personas no se contentan jugando partidos con una ficha, y quieren jugar por 50 o 100. “Inconscientemente le dan un valor real a la ficha, a pesar de que no se la puede transformar en nada de valor”, indicó el emprendedor.

Para los usuarios, sin embargo, tienen un valor de competencia y es por eso que terminan comprando las fichas cuando las pierden en una partida.

Otra forma de monetizar el emprendimiento es a través de la venta de *virtual goods* (bienes virtuales). Se trata de objetos no físicos que se utilizan en comunidades virtuales de juego para distintos fines.

“Los jugadores pueden por ejemplo invitar una taza de café o regalarle una flor virtual al contrario, o incluso, si nos les cae bien, hacer que le ladre un perro

### LAS CLAVES

■ **EXPANSIÓN HISTÓRICA.** A los socios les resulta divertido ver cómo se refleja la historia en las descargas del Apple Store. Desarrollaron un juego tradicional de Portugal, y constataron que las que fueron colonias portuguesas como Angola también lo descargan.

■ **GRATIS + PREMIUM.** Los juegos de ConectaGames funcionan bajo el modelo freemium, es decir que una parte básica del servicio o producto se ofrece gratuitamente a los usuarios, mientras que aquellos que desean acceder a un servicio avanzado deben pagar.

virtual. Eso cuesta una décima de centavo, pero son millones de jugadas mensuales, por tanto son cientos de miles de virtual goods que se venden”, explicó Armand Ugon.

El otro camino para el ingreso de dinero es mediante la venta de publicidad. Los socios entienden que el espacio de juego es un buen lugar para difundir marcas.

Argumentaron que una de sus ventajas es que cuentan con amplio tráfico internacional y que entre el 15% y 20% de él se renueva mes a mes. Además, explicaron que el formato que proponen es más natural y efectivo que el clásico banner, ya que el anuncio está inmerso en el juego. La publicidad puede aparecer por ejemplo en el lomo de las cartas, en la mesa, o eventualmente en un virtual good. Incluso las marcas pueden elegir regalarles fichas a los usuarios.

Según evaluó Batlle, el mercado de publicidad en internet en Uruguay está un poco atrasado, pero a la vez consideró que las empresas van notando que es el camino a seguir. “Es verdad que en televisión la publicidad es masiva, pero en internet se puede segmentar y llegar adonde cada marca quiere”, indicó.

### La elite emprendedora

El gran avance internacional y un equipo consolidado de 10 personas más la participación de algunos desarrolladores externos, motivó a los socios a presentarse en la organización de apoyo a emprendedores de alto impacto Endeavor.

El año pasado arrancaron a transitar el arduo proceso de tra-

bajo para poder presentarse ante un panel internacional de selección. Endeavor analizó el negocio con su panel de expertos para evaluar si era un proyecto escalable, de alcance global, plausible de generar más fuentes laborales, que se diferencie y que fomente el emprendedurismo.

El equipo pudo demostrar su potencial y acceder después del riguroso análisis al panel internacional de Londres, que se llevó a cabo en junio de este año.

“Este es un negocio de escala enorme, que puede alcanzar los 10 millones de jugadores por día”, enfatizó Armand Ugon.

Un especialista en inteligencia artificial de Jordania, que trabajó en la NASA y en Yahoo, inversores de capital de riesgo de Silicon Valley y Egipto y profesores del MBA de Harvard, decidieron por voto unánime que ConectaGames tiene el potencial para integrar el selecto grupo de emprendedores mundiales de Endeavor.

Para los socios el apoyo de Endeavor es un reconocimiento de gran ayuda porque les permite conectarse con importantes empresarios e inversores del extranjero, que los pueden aconsejar o interesarse en su proyecto. Hasta el momento, han utilizado la red de contactos de Endeavor para acercarse a diferentes fondos de inversión.

### Un paso más

En Facebook juegan todos los días 250 millones de personas, aseguró Armand Ugon. Además, amplió que su interés es conseguir al menos entre el 5% y el 10% de la audiencia de Facebook, que tiene hoy 1.000 millones de personas. “Puede que no seamos la empresa de Uruguay que más exporte, pero con seguridad seremos la que llegue a más países”, remató. ●