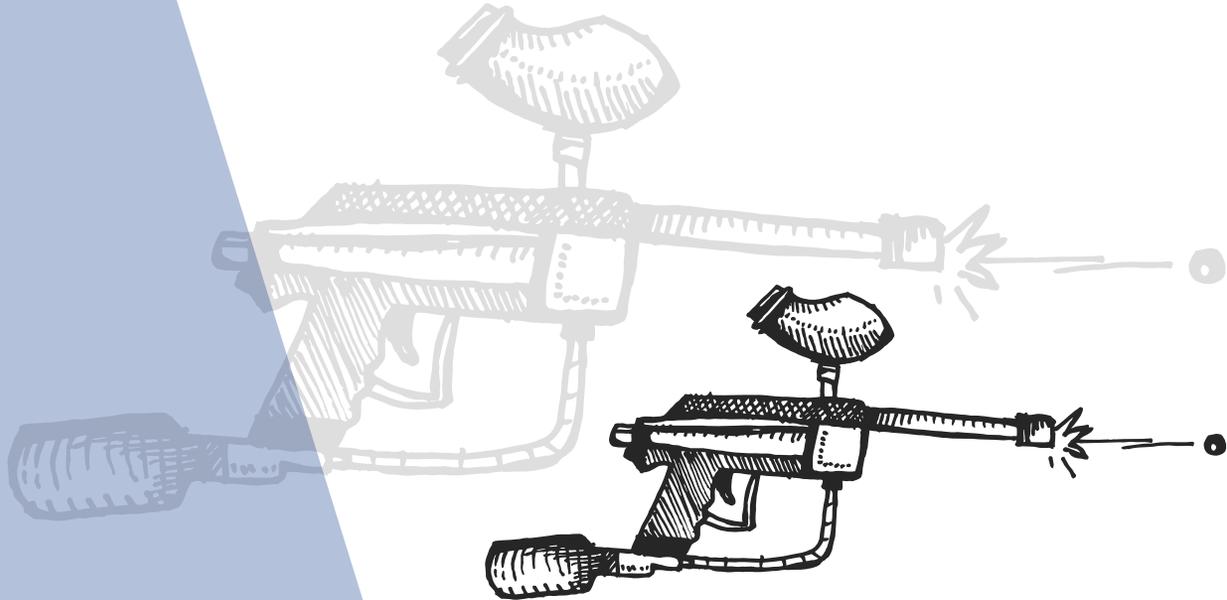




Disponible
en Video-caso



OK Paintball: Simulación Militar

De la táctica al posicionamiento en el mercado

Desde el año 2010 en el sector de Tabolango funciona un verdadero campo de batalla, ¿su nombre? OK Paintball. Simulando un campo de batalla militar, ha llegado a convertirse en uno de los mejores negocios de su especie de la región de Valparaíso. A pesar de que Mauricio Urrutia (su dueño) es estudiante universitario y dispone de poco tiempo para conseguir nuevos clientes, el campo siempre ha permanecido en movimiento, superando incluso a otros de mayor trayectoria. Sin embargo, la principal dificultad de OK Paintball ha sido la falta de capacidad para atender a sus clientes.

Para el verano del año 2014, Mauricio pretende aumentar la cantidad de armas, máscaras, trajes camuflados y chalecos anti impacto, además de adquirir un atractivo jeep de la Segunda Guerra Mundial, restaurándolo por completo. Aun así, nada le garantiza que logre

efectivamente cautivar más clientes puesto que teme que el mercado ya esté copado, pues existen nueve campos más en la V región.

“Mauricio contrató más personal, compró el jeep, que está casi completamente restaurado, y pretende con éste realizar una campaña publicitaria con volantes, promotoras y premios”.

El comienzo.

Antes de comenzar con este emprendimiento, Mauricio Urrutia, estudiante de Derecho, era un jugador de paintball semiprofesional, que dedicaba gran parte de su tiempo libre a practicar este deporte. El año 2010, Mauricio tuvo la idea de crear su propio campo de batalla de paintball, puesto que ninguno de los existentes en la región de Valparaíso satisfacía sus necesidades

o estándares mínimos de calidad, conocidos por un jugador habitual. Así, con la ayuda y financiamiento de su padre, lograron transformar un terreno abandonado en un campo de combate para jugadores de paintball. Ambos socios lograron juntar cerca de 20 millones de pesos para comprar equipos completos y marcadores de calidad para, al menos, 10 personas. Con este dinero y otros aportes ocasionales, lograron poner en marcha esta nueva empresa: OK Paintball.

Espíritu emprendedor en el momento adecuado

Durante el año es muy poco el tiempo que Mauricio puede dedicar a su negocio, ya que está constantemente presionado por sus obligaciones académicas, por lo que desconoce cuáles serían los resultados de un trabajo más intenso. Mauricio requiere de este conocimiento práctico del mercado antes de invertir en aumentar la capacidad de su negocio.

Es conocido que el descontento estudiantil respecto del lucro y la calidad de la educación en Chile han llevado a los escolares y universitarios a tomarse sus casas de estudio. Hace ya más de un mes que la universidad donde Mauricio estudia está en toma, tiempo que ha aprovechado para dedicarse por completo a su negocio, visitando empresas, generando promociones y haciendo publicidad a través de mailing¹. Todo este trabajo rindió frutos, pues Mauricio consiguió aumentar su flujo de clientes en más del doble en un periodo muy corto, pero bien aprovechado.

La competencia del paintball

Actualmente, en la región de Valparaíso existen cerca de nueve campos de batalla de paintball. A pesar de la competencia, OK Paintball ha logrado distinguirse entre los demás recintos de la zona. No obstante, la desventaja principal es que la competencia cuenta con dedicación exclusiva a su empresa, a diferencia de Mauricio.

A pesar de las dificultades, OK Paintball ha podido resaltar en el mercado implementado un sistema de simulación militar de gran calidad: incluye la indumentaria necesaria y desarrollan un juego que requiere un mayor trabajo táctico de los jugadores, para lo cual ofrecen orientación militar. La creación de distintos estilos de

juego ha permitido marcar grandes diferencias con la competencia.

La clave está en un trabajo eficiente y constante

Gracias al trabajo de Mauricio durante el periodo de toma de su universidad obtuvo los conocimientos que no tenía antes de realizar la inversión. Además quedó tan satisfecho con los resultados que ya aumentó en un 25% su capacidad de atención. De esta forma, Mauricio contrató más personal, compró el jeep -que está casi completamente restaurado- y pretende realizar una campaña publicitaria con volantes, promotoras y premios. Esta campaña se realiza ya sabiendo que aún existe un mercado para el paintball que no está explotado, y una demanda que no está satisfecha, por lo tanto, vale la pena invertir en aumentar y mejorar la oferta.

El emprendimiento definitivo

El actual aumento de la capacidad de atención no es suficiente para Mauricio, ya que piensa en llegar al 100% en un corto plazo. Para llegar a la meta deberá realizar una gran inversión de recursos, aunque con el estado actual del mercado y su poca disponibilidad de tiempo, se pregunta, ¿cómo puede posicionar su marca en el mercado de paintball, y aumentar su capacidad de atención?

¹El correo directo (también conocido como mailing) es una variedad de marketing directo que consiste en enviar información publicitaria por correo postal o correo electrónico; esto es, un folleto publicitario, que suele ir acompañado de una carta personalizada. Tanto el folleto como la carta son creaciones publicitarias que muestran los beneficios o ventajas de determinado producto.