

Los clientes (futbolistas amateurs, entrenadores, clubes) están dispuestos a pagar principalmente por servicios que aporten valor tangible: mejora del rendimiento, visibilidad y acceso a oportunidades profesionales, así como optimización del scouting y formación basada en datos objetivos. Según tendencias del mercado digital en fútbol, la disposición a pagar se concentra en modelos de suscripción accesibles y escalables, con opciones freemium para atraer usuarios iniciales y convertirlos en clientes pagos mediante funcionalidades avanzadas

Fuente de ingreso	Tipo de ingreso	Modelo de precios	Proporción estimada (%)	Justificación
Suscripciones mensuales/anuales	recurrente	precio fijo	60%	Modelo sostenible y predecible; usuarios pagan por acceso continuo a análisis y seguimiento.
Publicidad digital y patrocinios	recurrente	precio dinámico	20%	Marcas interesadas en el mercado futbolístico digital, con audiencia segmentada y creciente.
Licencias a clubes y academias	pago único o recurrente	precio fijo o mixto	15%	Venta de acceso a plataformas personalizadas para scouting y formación técnica.
Venta de cursos y contenido premium	pago único	precio fijo	5%	Formación especializada para entrenadores y jugadores, complemento del servicio principal.

## Ingresos para inversión inicial

- La inversión inicial estimada puede ser moderada, similar a plataformas digitales de scouting que requieren alrededor de 1 millón de euros para desarrollo y lanzamiento regional.
- Fuentes para cubrir inversión inicial:
  - Inversión personal y de socios fundadores.
  - Financiación externa: crowdfunding, inversores ángeles o préstamos.
  - Anticipos de clientes estratégicos (clubes o academias que aseguren licencias anticipadas).

Esta combinación permite mitigar riesgos y asegurar liquidez para desarrollo tecnológico y marketing inicial.

## Justificación

- El modelo recurrente (suscripciones) es el más adecuado para mantener ingresos estables y fomentar la fidelización de usuarios, especialmente jóvenes futbolistas y entrenadores que requieren seguimiento continuo.
- La publicidad y patrocinios aprovechan el crecimiento del mercado digital en fútbol y la alta demanda de visibilidad de marcas en este sector.
- Las licencias a clubes y academias permiten escalar el negocio con contratos institucionales, aportando ingresos significativos y estables.
- La venta de contenido premium complementa la oferta y diversificada ingresos sin depender exclusivamente de la base de usuarios general.

Este enfoque se alinea con la tendencia global de digitalización y profesionalización del fútbol amateur y juvenil, donde la tecnología y el análisis de datos son cada vez más valorados