



UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS POLÍTICAS

MODELO DE NEGOCIO
“JUGATECA”:

GERENCIA DE ESTUDIO DEL
PROCESO DE DESIGN THINKING

Elaborado por:

GABRIEL VICENTE VERDUGA FLOR

Tutoría por: Hector Juan Andrade Loor

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador

Febrero,2022

1. Cláusula de autorización

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Gabriel Vicente Verduga Flor** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Jugateca: Gerencia de Estudio del proceso de design thinking**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**Jugateca**”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes Emilia Lorena Vera Mieles, Ana Belen Falconi Mackliff, Fabrizio Luis Bellini Robles, Janis Maria Zambrano Vera y Guadalupe Irene Viteri Palan.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



Gabriel Vicente Verduga Flor

0908624810

Declaro que

Yo, Gabriel Vicente Verduga Flor en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación **“Modelo de Negocio Jugateca: Gerencia de Estudio del proceso de design thinking”** de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



Gabriel Vicente Verduga Flor

0908624810

2. Resumen Ejecutivo

La tecnología ha cambiado la forma en que experimentamos el mundo. Los desarrollos recientes permiten que todos los usuarios de computadoras y teléfonos celulares estén permanentemente en línea y conectados. Las pantallas han afectado profundamente muchos hábitos de estilo de vida y, dado que se utilizan para el teletrabajo, el aprendizaje a distancia y las actividades de ocio, llegaron para quedarse. Sin embargo, cuando las pantallas se usan incorrectamente o se usan en exceso, pueden tener efectos nocivos en la salud general, tanto para jóvenes como para adultos. Esto es conocido como hiperconectividad, y pinta una imagen preocupante de la vida familiar actual: todos en su propio dispositivo en lugar de interactuar entre sí. Y no se trata tanto de los niños o adolescentes, a los que se suele criticar por pasar tanto tiempo en la red, como de los propios padres. Ellos son los que se vuelven adictos al trabajo y descuidan a sus familias, subestimando el efecto a largo plazo en la salud de sus hijos. La dependencia excesiva de los dispositivos tecnológicos y sus aplicaciones se pueden convertir en una adicción, y nos imposibilita formar relaciones de alta calidad con familiares y amigos.

Cada momento libre que se tenga, hay que variar las fuentes de entretenimiento y relajación. Alentando a las familias y haciendo énfasis en los jóvenes a realizar actividades del mundo real con la mayor frecuencia posible, como deportes, artes, servicio comunitario, aventuras al aire libre y exploración espiritual y política. Los juegos de mesa fue una de las opciones que más llamo nuestra atención al haberse exponentiado su popularidad en los tiempos de pandemia. Basándonos en datos recopilados decidimos

darles a las familias la facilidad de acceder a un gran catálogo de juegos de mesa desde la comodidad de su hogar con costos accesibles mediante la creación de una página web (Jugateca) que facilite el alquiler de juegos de mesa con diferentes planes de suscripción y con la opción de pickup o envío/retiro a domicilio. En la era de la hiperconectividad, tenemos dificultad para separar lo que es importante de lo que no lo es. La crianza de los hijos sigue siendo una habilidad y una forma de arte, y queremos ser parte de las opciones que actualmente tienen las familias para poder generar relaciones y conexiones reales y significativas. Al final del día no es la tecnología la que desdibuja la línea entre el trabajo y la vida personal, somos las personas. Nosotros controlamos la tecnología, ella no nos controla. Tenemos que aprender a desconectar.

Nuestras encuestas encontraron que al 71.6 % estarían interesados en adquirir una suscripción, y solo un 27.9% no está seguro. Un 85,1% está de acuerdo en adquirir vía online y entrega a domicilio el servicio que presta Jugateca. El 14,4% no está seguro de esta modalidad. El plan más elegido por nuestros encuestados es el semanal con un 58,7%.

Según el punto de precio promedio es de \$18.56 por suscripción y basados en nuestra capacidad de operación, nuestras proyecciones de ventas para el próximo año son de \$308,022 por suscripciones, más \$44,483 por juegos adicionales, con un crecimiento anual proyectado del 3% por año durante los 5 años de vida útil del proyecto.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de **Ana Belén Falconí Mackliff, Janis Maria Zambrano Vera, Emilia Lorena Vera Mieles, Gabriel Vicente Verduga Flor, Irene Viteri y Fabrizio Luis Bellini Robles** y explica el plan de negocios del proyecto denominado “Jugateca”; por tal razón los

contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

3. Palabras claves

Hiperconectividad, Interacción familiar, Actividad de ocio, Juegos de mesa, Sitio web.

4. Consideraciones éticas

El presente documento, es responsabilidad de dueños de la propiedad intelectual de la idea de negocio expuesta en el texto, el cual se encarga de explicar el plan de negocios nombrado por sus autores como “Jugateca”; siendo estructurado con bases éticas que cumplen con reglamentos impuestos por las leyes vigentes en nuestro país.

5. Índice de contenido

1.	Cláusula de autorización	2
2.	Resumen Ejecutivo	4
3.	Palabras claves	6
4.	Consideraciones éticas	6
5.	Índice de contenido	7
6.	Índice de Ilustraciones	7
7.	Antecedentes y justificación de proyecto	8
8.	Objetivo General y específicos del proyecto	11
8.1.	Objetivo General	11
8.2.	Objetivos específicos	12
9.	Breve descripción del modelo de negocio completo	13
10.	Descripción del modelo de Negocio	16
	Empatizar	16
9.1.1.	Mapa ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?	17
9.1.2.	Mapa de empatía	17
9.1.3.	Mapa de trayectoria	19
9.2.	Definir	20
9.4.	Idear	22
9.4.1.	Brainstorming	22
11.	10. Conclusiones	29
11	Referencias	34
12.	Referencias	34

6. Índice de Ilustraciones

Ilustración 1	Estadísticas de la situación digital del Ecuador en el 2020-2021.....	10
Ilustración 2	Proporción de personas que tienen teléfono celular activado según grupo de edad.....	10
Ilustración 3	Lugar de uso de internet entre edades de 5 a 17 años.	11
Ilustración 4	Mapa ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué? Design thinking etapa Empatizar del modelo de negocio Jugateca.....	17
Ilustración 5	Mapa insights.....	21
Ilustración 6	Brainstorming.....	24

Ilustración 7 Primeros pasos del Prototipo.....	25
Ilustración 8- 10 Prototipo.....	26 -27

7. Antecedentes y justificación de proyecto

Por lo general los padres de familia buscan el bienestar de sus hijos, sin embargo, en la actualidad es complicado encontrar un equilibrio entre la vida familiar, laboral y educativa, debido a que la era digital ha cambiado la manera en la que las personas interactúan, por ejemplo, los celulares han logrado que los colaboradores estén disponibles para sus jefes en todo momento, de manera que las horas laborales y de descanso ya no tienen una delimitación real, lo cual afecta negativamente en la energía vital de los padres, lo cual da como resultado una degradación de comunicación entre los miembros de la familia y aumenta la tensión emocional en el núcleo familiar.

Otro tema importante de resaltar es que, debido a la inseguridad ciudadana, la pandemia y la carencia de una planificación en el presupuesto familiar, a los padres se les complica participar en actividades de entretenimiento fuera de sus hogares, por lo cual la mejor alternativa en la actualidad son los pacificadores electrónicos como la televisión, tablets, celulares, consola de videojuegos, etc., que garantizan ocupar el tiempo de ocio de los más pequeños del hogar.

Esteban Levin, psicoanalista argentino, en una de sus conferencias dijo “Por las pantallas se corre el riesgo de acabar el diálogo en las familias, con el peligro que eso trae para la herencia, porque se transmite o asimila un niño que tiene cortada la

conversación con el otro. Para él pareciera que lo único que existen son imágenes, pero estas no tienen cuerpo, sustancia, ni transmiten” (Levin, 2014).

Asimismo, el confinamiento atravesado durante los últimos años ha conllevado a una modificación en el estilo de vida de los ecuatorianos, quienes han dependido de la telecomunicación como medio de desenvolvimiento profesional, estudiantil y personal, según la Asociación de Empresas de Telecomunicaciones de Ecuador (Asetel) en conjunto con la Asociación de Empresas Proveedoras de Internet (Aeprovi), en el Ecuador se observó un crecimiento del 30% en los primeros meses del 2020 en la demanda de servicios de internet.

Según el portal web Datta el 92.3% de usuarios digitales en nuestro país consume contenidos a toda hora con un promedio de conexión de 3,8 Megabytes por segundo, también se indica un aumento en la demanda de redes de distribución de contenido como Netflix, Twitch, etc., favoreciendo la hiperconectividad.

La población urbana de Ecuador es tan solo del 64,3% (de un total de 17.77 millones de habitantes) lo que marca una diferencia significativa respecto con otros países latinoamericanos y nos dice mucho sobre el acceso de la población a internet ya que del 35,7% de su población rural solo el 16% cuenta con acceso a internet. Pese a esto, Ecuador experimenta un crecimiento en el acceso a internet y a redes sociales: un 10.17 millones de usuarios de internet y 14 millones de perfiles en redes sociales.



Ilustración 1 Estadísticas de la situación digital del Ecuador en el 2020-2021
Fuente: Branch.com.co,2021



Ilustración 2 Proporción de personas que tienen teléfono celular activado según grupo de edad
Fuente: INEC TIC, 2019

El estudio reporta que la red social preferida es Facebook seguida de YouTube y que un ecuatoriano pasa en promedio 18,50 minutos por día en Facebook y revisa 8,83 páginas por visita. El uso de las laptops y computadoras para ingresar a la web es el preferido de los usuarios ecuatorianos con un 52.6% de las opciones seleccionadas y las páginas más visitadas son: Google.com, YouTube.com, elcomercio.com, eluniverso.com, live.com y Facebook.com (Comercio, 2021)

Lugar de uso de internet*: 5 a 17 años

INEC | Buenas ideas,
mejores vidas

► En 2019, la población de 5 a 17 años utilizó el internet principalmente desde su hogar y desde los centros de acceso público con 64,5 y 15,0 puntos porcentuales, respectivamente.

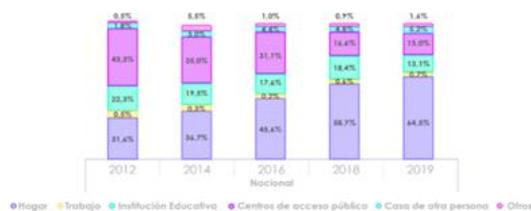


Ilustración 3 Lugar de uso de internet entre edades de 5 a 17 años.
Fuente: INEC TIC, 2019

La crisis sanitaria que aún enfrenta el mundo entero, que si bien es cierto generó tiempos de cuarentena individual, también obligó a las familias a pasar más tiempo juntos, y a pesar de que hizo que la digitalización crezca de manera exponencial, según el Diario El Universo, en el tiempo que duró la cuarentena que tuvo lugar durante el primer semestre del 2020, la venta de juegos de mesa aumentó considerablemente (Universo E. , 2020). Por los datos expuestos previamente y al ver esta forma en que, a pesar de tener pantallas disponibles, las personas buscaron actividades alternativas para su entretenimiento, y es de ahí donde surge la idea de negocio Jugateca que, al ofrecer una gran variedad de juegos y planes accesibles, busca ser una alternativa viable a la problemática detectada.

8. Objetivo General y específicos del proyecto

8.1. Objetivo General

Crear un sitio web dedicado al alquiler de juegos de mesa en planes personalizados que se ajusten a las necesidades y deseos del cliente, generando una experiencia positiva en el usuario desde el primer momento que entra en contacto con la marca, ofreciéndole diversión para toda su familia mientras otorga beneficios en el desarrollo personal y mejora en las relaciones familiares.

8.2. Objetivos específicos

- Identificar y determinar la oportunidad de negocio desde la aplicación de la metodología Design Thinking, que se encarga de establecer las posibles soluciones ante la problemática detectada y escoger la opción más viable para la satisfacción de dicha necesidad.
- Realizar un estudio de investigación de mercado, que nos permita conocer la factibilidad de la idea de negocio ante el grupo objetivo establecido y el mercado donde se desenvolverá, con la finalidad de poder modificar las pautas que comprenden al desarrollo del mismo, para asegurar la supervivencia de la marca.
- Elaborar el documento de plan de marketing, que se realiza con base en todas las investigaciones realizadas por Jugateca para establecer los objetivos de marketing reales y medibles que la empresa debe perseguir para mejorar su posición estratégica en el mercado donde se va a desenvolver, mediante la aplicación de acciones correspondientes al servicio que se va ofertar, su precio conveniente, la plaza, y promoción.
- Analizar y determinar los aspectos técnicos legales más viables para la puesta en marcha de la idea de negocio, Jugateca, mediante el reconocimiento de los gastos iniciales y todas las gestiones legales que beneficie y respalde la actividad comercial que desarrollará la empresa.
- Analizar y determinar las gestiones administrativas internas como el establecimiento del talento humano, derechos y obligaciones; además

de planificar y gestionar las actividades correspondientes a responsabilidad social para la consecución de los objetivos de la ODS.

- Establecer el presupuesto y las fuentes de financiamiento que deberán ser destinadas para la idea de negocio que permitirá determinar la viabilidad o el fracaso de la empresa.

9. Breve descripción del modelo de negocio completo

La presente idea de negocio surge a partir de la problemática detectada en la aplicación de la metodología del Design thinking, respecto a la hiperconectividad que, en conjunto con factores laborales para los padres de familia, es causante de la poca interacción familiar, este método también permitió identificar las necesidades y deseos de nuestros prospectos siendo estos: compartir, desconectarse de la tecnología, desestresarse, divertirse, cambiar de ambiente y romper rutina.

Jugateca, una empresa dedicada al alquiler de juegos de mesa se estableció como la idea de negocio capaz de suplir la necesidad del público estudiado en un primer contacto, dando apertura a la realización de un estudio de mercado más profundo que permitió conocer su factibilidad en el mercado y establecer mejoras en la idea inicial, que satisfagan los deseos y necesidades del público.

El estudio de mercado se realizó con base en la consecución del objetivo general “identificar las preferencias de entretenimiento en juegos de mesa para brindar un mejor servicio a las familias Guayaquileñas”. Se realizaron encuestas a 278 personas

y 3 focus group con familias que cumplen el perfil de consumidores establecido para Jugateca, donde se concluyó que la propuesta poseía gran aceptación y además permitió mejorar el proceso de servicio y la propuesta de valor destinada para Jugateca.

Jugateca se establece en el mercado nacional como la única empresa dedicada al alquiler de juegos de mesa a través de su sitio web, donde ofrece planes de suscripción por fin de semana, mensual, trimestral y anual a precios módicos, que se ajustan a los requerimientos y necesidades de sus clientes, el pago se podrá realizar con tarjeta de crédito o débito vía online mediante la plataforma o en la oficina de pick up, ya que, el cliente puede escoger el lugar de entrega o recogerlo en el área de pick up ubicado en las oficinas de Jugateca, sujetándose a políticas de multas por daños en los tableros y piezas.

En cuanto a los factores externos podemos destacar la viabilidad que se presenta desde los factores políticos y legales que promueven el comercio en línea hasta la repercusión positiva en los factores ambientales a promover el cuidado ambiental a partir del alquiler de los juegos de mesa.

Hemos establecido como nuestro grupo objetivo a las familias guayaquileñas con integrantes adultos (padres) con dos hijos o más con edades entre 6 a 18 años aficionados a los juegos de mesa, cuyos hogares se encuentre ubicados en las zonas urbanas del cantón y pertenezcan a un nivel socioeconómico A, B, C+.

Actualmente, Jugateca, no cuenta con competidores directos en el mercado donde se desenvolverá en cuanto a su actividad comercial, sin embargo, existen

competidores indirectos quienes son los encargados de expedir los juegos de mesa como lo son jugueterías y supermercados, por lo tanto, es de vital importancia la aplicación del plan de marketing que establece las estrategias ideales de diferenciación como lo son: la no necesidad de adquirir los juegos por el precio completo para poder usarlos, contar con catálogos variados de juegos con sugerencias de acuerdo con los requerimientos del cliente, poseer empaque y entrega personalizada, como los planes de entretenimiento de acuerdo a las necesidades y presupuesto del cliente, adicionalmente, se realizará un programa de recompensas por utilizar los servicios de Jugateca; estrategias de posicionamiento que permita a esta nueva empresa destacar entre los competidores y logre establecerse en la mente de los consumidores como la mejor opción respecto a actividades de recreación que fomenten la interacción familiar, todo esto destacará en la campaña digital de introducción los primeros 3 meses denominada diversión con Jugateca y las acciones de publicidad BTL (eventos al aire libre) como técnica de recordación de marca dos veces por año.

Jugateca se establecerá como persona jurídica Sociedad Anónima por Acciones Simplificadas, regulada por organismos de control, tiene una capacidad de entrega mensual de 2,112 solicitudes. Adicionalmente, se establece una estructura organizacional que cubre con todas las gestiones de prestación del servicio asegurando un buen desenvolvimiento en el desarrollo de actividades de gestión comercial transmitiendo los valores corporativos.

La empresa denotará compromiso social con stakeholders internos y externos mediante la aplicación de proyectos de responsabilidad social empresarial que trata

de alcanzar a los objetivos de la ODS 9, industria, innovación e infraestructura, con “Innova y juega” y la ODS 13, acción por el clima, con “Diversión en el hogar”.

En el aspecto financiero, se pudo denotar una inversión total de US\$151,497 que corresponden en un 50.49% a aportaciones de socios y en un 49.51% a financiamiento bancario, planteamos que el proyecto tendrá una vida útil de 5 años y la recuperación de la inversión será en el año 3, resultado de nuestras estimaciones y cálculos financieros determinamos una TIR del 17,79% y un VAN de US\$57,157. Adicionalmente, como resultado del análisis de sensibilidad con una estimación de ventas 4% menor a la esperada, determinamos una TIR del 11,36% y un VAN de US\$3,260, la TMAR determinada es de 10.96%, es decir en ambos casos la TIR fue mayor que la TMAR.

Con los resultados obtenidos durante nuestro análisis, podemos concluir que, al tener un VAN positivo y una TIR mayor a la TMAR, el proyecto Jugateca es viable.

10. Descripción del modelo de Negocio

Empatizar

Empatizar es el primer paso en el método del Design Thinking, es decir se necesita poder entender los sentimientos y las emociones de los posibles usuarios y clientes. En este caso el cliente son las familias con niños de 5 años en adelante. Situamos a la familia dentro del contexto del problema que queremos solucionar.

Procedemos a desarrollar un esquema en donde se plantea a través del mapa ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?, con este se plasman ideas, mecanismos que se emplearán, concepto, etc. Manteniendo una línea de practicidad y claridad para que poder evaluar y modificar de ser necesario.

Nuestro problema percibido es la falta de comunicación entre la familia debido al tiempo pantalla (Hiperconectividad) de sus integrantes lo que en consecuencia impide formar enlaces afectivos fuertes y recuerdos familiares perdurables.

9.1.1. Mapa ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?

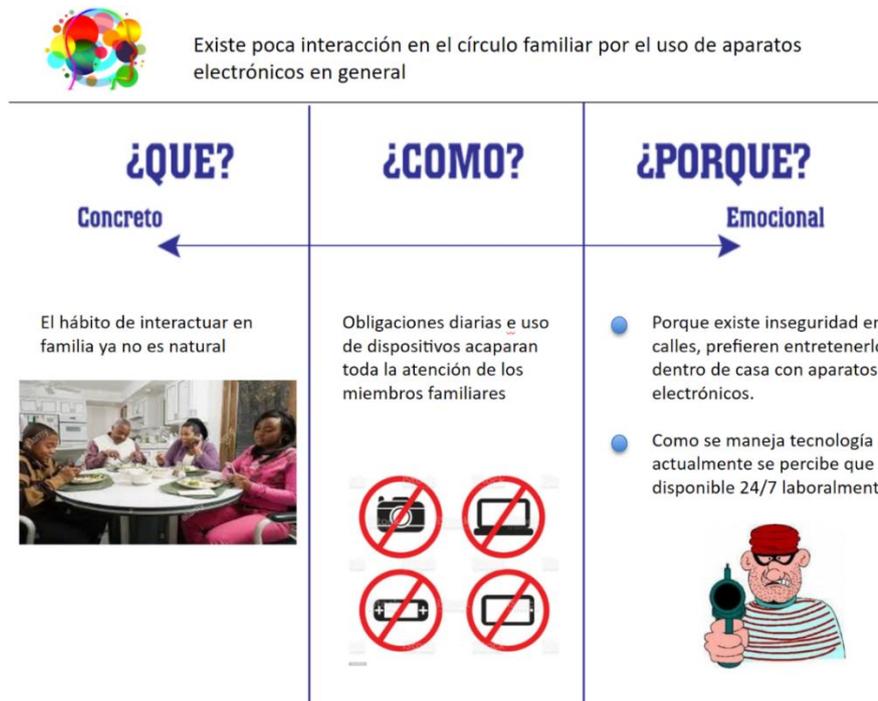


Ilustración 4 Mapa ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué? Design thinking etapa Empatizar del modelo de negocio Jugateca.
Fuente: Ilustración propia

9.1.2. Mapa de empatía

El mapa de empatía es importante para seguir un trazo desde la perspectiva del cliente y tratar de entender patrones de comportamiento y las causas de los mismos. Esta información es fundamental ya que nos permite elaborar una propuesta de valor más precisa y personalizada.

Una vez que tenemos una idea clara de nuestro cliente target y de las variables que afectan su comportamiento podremos pasar a la etapa de definir nuestra solución/producto que aporte de forma positiva el problema y que satisfaga la necesidad de nuestro consumidor de manera inicial y posiblemente en el futuro de forma duradera.

Que sienten las familias de sus relaciones en general y que piensan acerca de toda la era de la sociedad digital actual.

- ¿Qué son los aparatos electrónicos para ti?
- Cómo te sientes al compartir momentos familiares? ¿Cuál es tu momento favorito del día en tu hogar y por qué?
- Consideras que en el compartir familiar deben involucrar los aparatos electrónicos?
¿Por qué?
- Describe qué aparato electrónico tiene cada uno de los miembros de tu familia
- Que actividades en familia generalmente hacen? ¿Cada cuánto tiempo? ¿Con quién?
- Cuéntanos una experiencia en donde recuerdes que todos estaban disfrutando de un momento familiar
- Cómo te benefician los aparatos electrónicos? ¿Cómo influyen en la comunicación de tu familia?
- Por cuánto tiempo utilizan los aparatos electrónicos en casa cada miembro familiar?

La mayoría de personas revisa su teléfono 58 veces al día. Estamos hiperconectados y es un hecho que debemos aceptar. Cada vez que revisamos nuestro teléfono, cambiamos nuestro enfoque, y esto es tan malo como realizar múltiples tareas. Cambiar de tarea puede costar hasta el 40 % de nuestro tiempo productivo.

La tecnología ha cambiado la forma en que nuestros niños experimentan el mundo, y se relacionan con los demás. Los avances tecnológicos actuales permiten que todos los usuarios de computadoras y teléfonos celulares permanezcan constantemente en línea y conectados. La crianza de los hijos ahora involucra las experiencias en línea de nuestros hijos.

En los últimos 15 años la tecnología ha convertido la comunicación personal en rápida, eficiente y económica. Nuestro mundo se ha expandido a través de barreras culturales y geográficas y cabe en la palma de la mano. Ha disminuido la cantidad de personas que hablan por teléfono y ahora reciben y envían mensajes de texto durante todo el día.

No podremos cambiar este mundo hiperconectado en el que vivimos, pero sí podemos gestionar nuestra relación con el mundo digital de manera saludable y mantener un equilibrio con la vida real. La meta es ampliar los tipos de comunicación que crean conexiones significativas que naturalmente disminuirán la dependencia de aparatos electrónicos.

9.1.3. Mapa de trayectoria

Ayuda a pensar de forma sistemática sobre el proceso que llevara a cabo el producto y su interacción con el usuario, y es aquí donde ultimamos detalles para mejorar la experiencia y obtener la mejor perspectiva y visión del producto.

Interpretación del mapa

Se crea un diagrama que pueda capturar diversas situaciones sobre una línea del tiempo.

Por ejemplo, el mapa de un día del usuario, un mapa de la experiencia de un usuario; o cómo un producto/servicio se mueve a través del tiempo y del espacio.

Se puede capturar cada evento que sucede durante un periodo de tiempo que puede ser un minuto, un día o un mes. Lo importante es fijarse en los aspectos que intervienen ya que algo que pueda parecer insignificante, podría terminar siendo una valiosa idea.

Organizamos la información de forma que tenga sentido, la línea de tiempo con posibles opciones que den forma a la suscripción del servicio ofrecido. Es común que la conexión entre situaciones nos enseñe mejores perspectivas.

9.2. Definir

Con el problema identificado procedemos a la siguiente fase: Definir, en la que detallaremos todo de mejor forma para encontrar mejores Insights.

La definición del problema de manera correcta es de suma importancia para avanzar en el estudio e ir puliendo detalles.

Presentamos la descripción del perfil del potencial cliente/subscriptor, y después se presentarán los *insights*:

PERFIL: CLIENTE - SUBSCRIPTOR

María Rey

Edad: 35 años

Estado civil: Casada

2 hijas (8 y 13 años)

Mujer ejecutiva, labora 8 horas diarias

Ingresos combinados \$3000

Residencia: Guayaquil

Comportamiento

Vive con su esposo (40 años) y sus dos hijas (8 y 13 años), las responsabilidades laborales y educativas de sus hijas reducen el tiempo en familia y a esto se le suma la

hiperconectividad por la familia en general prefiere usar aparatos tecnológicos en sus tiempos de ocio.

La aportación económica del hogar viene por parte de ambos, procuran compartir tiempo en familia al menos todos los domingos.

Frustraciones objetivas

Falta de opciones de recreación.

Falta de comunicación familiar

Diferentes intereses de cada familiar

Se pasma un cuadro para guiar las actividades de la empresa en función de las necesidades del consumidor: Familias con hijos entre 5 y 17 años con problemas de comunicación e hiperconectividad y Usuarios: padres e hijos que deseen pasar tiempo de calidad junto a sus familiarizas.

Se puede definir el insight como la verdad que el usuario desconoce de sí mismo. Una necesidad no satisfecha pero latente. El *insight* nos da una visión sobre el usuario, que ni este mismo conocía o la había imaginado.

9.3. Mapa Usuario + Necesidad + Insight

Armamos el mapa de Usuario + Necesidad + *Insight* con la información obtenida de las familias ya que son ellos los que se suscribirán al servicio ofrecido por la empresa.



Ilustración 5 Mapa insights
Fuente: Ilustración propia

9.4. Idear

Con los *insights* más importantes pasamos a la fase de idear. Aquí planteamos las soluciones ante los problemas detectados.

Nos focalizamos en la comprensión y amasar información necesaria para poder comprender a los usuarios.

Crear soluciones para problemáticas que den soluciones a importantes necesidades y deseos.

9.4.1. Brainstorming

Metodología que tiene como propósito principal la interacción entre los integrantes del grupo con el objetivo de potenciar la creatividad y obtener resultados superiores a los que se obtienen trabajando individualmente.

Para el lograr un correcto *brainstorming* seguimos los siguientes pasos:

- **Plantear el problema:** Se plantea el problema a solucionar para poder proponer múltiples soluciones.

- **Definir la metodología:** Procedimiento que seguirá el grupo para ejecutar el Brainstorming, y designar un moderador como control.
- **Lluvia de ideas:** Proponer ideas que se generen en la mente de los integrantes del grupo y tratar de alcanzar el mayor número de estas.
- **Selección:** Culminada la lluvia de ideas se hace una selección de las mejores en función de su utilidad para la implementación.

El brainstorming es una herramienta poderosa que propone soluciones como:

- **Genera sinergias:** la suma de ideas de los participantes logra mejores resultados que si las ideas se desarrollaran individualmente.
- **Ambiente participativo:** aviva el sentido de participación, dando la oportunidad de que todos contribuyan con sus puntos de vistas e ideas.
- **Visión global:** En el proceso de selección de ideas, todos puedes juzgar cada una de ellas, evitando así el sesgo mental que integrante del grupo posee.

BRAINSTORMING PREGUNTAS

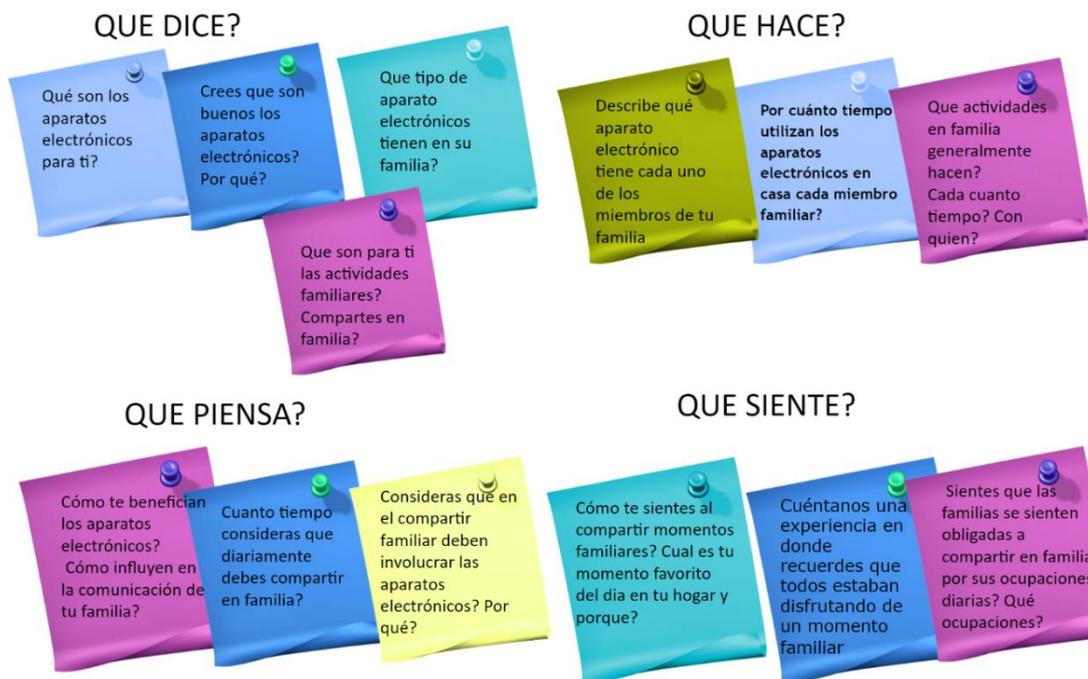


Ilustración 6 Brainstorming grupal
Fuente: ilustración propia

9.4.2. Mapa de costo/relevancia

Con todas las ideas que se tuvo en el brainstorming se dividieron en un plano cartesiano el cual se dividía qué tan costoso era con lo relevante. Como resultados menos relevantes y un costo elevado fueron la adquisición de los juegos, el servicio de entrega entre otros. En el lado de menos relevante y menos costoso se tiene el personal de control y empaque. Después de que todos los datos fueron tabulados se obtuvo como mejores ideas la optimización de empaque y envío, y la recepción e inspección del estado de los juegos.

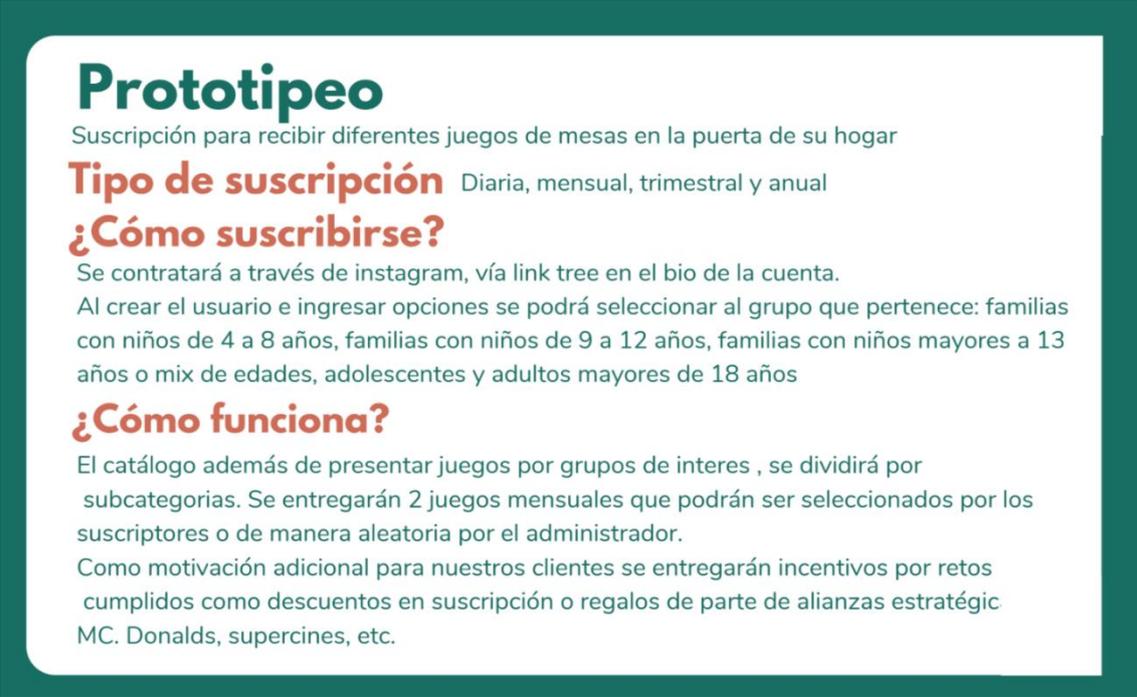
9.5 Prototipar

En la etapa de prototipo diseñamos un prototipo no funcional en instagram con varios pantallazos en los cuales se explicaba la dinámica de interacción y se las mostramos a varios posibles usuarios/clientes para recibir sus opiniones y sugerencias acerca de la

misma. Después de la etapa de idear se decidió por instagram para mostrar catálogos de juegos, tenga sistema de suscripción y cobro, con guías y sugerencias para el usuario

9.5.1 Proceso de prototipado

Primero establecimos el cliente/usuario objetivo que fue personas interesadas en los juegos de mesa, y familias que quieren una alternativa de entretenimiento familiar que no involucre aparatos tecnológicos. El estrato social se enfocó en estratos sociales A B y C+. La zona de acción por efectos de envío y retiro de juegos es solo el perímetro urbano de Guayaquil. Se explico todo lo concerniente al uso de la app, los catálogos de juegos, los tipos de paquetes que incluían las inscripciones, y se hizo notar que con ciertos comportamientos se ofrecería descuentos y promociones en establecimientos con alianzas estratégicas.



Prototipo
Suscripción para recibir diferentes juegos de mesas en la puerta de su hogar

Tipo de suscripción Diaria, mensual, trimestral y anual

¿Cómo suscribirse?
Se contratará a través de instagram, vía link tree en el bio de la cuenta.
Al crear el usuario e ingresar opciones se podrá seleccionar al grupo que pertenece: familias con niños de 4 a 8 años, familias con niños de 9 a 12 años, familias con niños mayores a 13 años o mix de edades, adolescentes y adultos mayores de 18 años

¿Cómo funciona?
El catálogo además de presentar juegos por grupos de interes , se dividirá por subcategorías. Se entregarán 2 juegos mensuales que podrán ser seleccionados por los suscriptores o de manera aleatoria por el administrador.
Como motivación adicional para nuestros clientes se entregarán incentivos por retos cumplidos como descuentos en suscripción o regalos de parte de alianzas estratégicas. MC. Donalds, supercines, etc.

Ilustración 7 Primeros pasos del prototipo
Fuente: Ilustración propia

9.5.2 Diseño del prototipo

En la fase de diseñar el prototipo se tenía algunas ideas el cual se usó la app de Instagram, se subieron todos los catálogos, promociones y tipos de planes de suscripción. Otra fue la implementación de pagos en línea. La aplicación va mejorando con el tiempo y ofrece más opciones en cada actualización.



Ilustración 8 Mapa Prototipo
Fuente: Ilustración propia

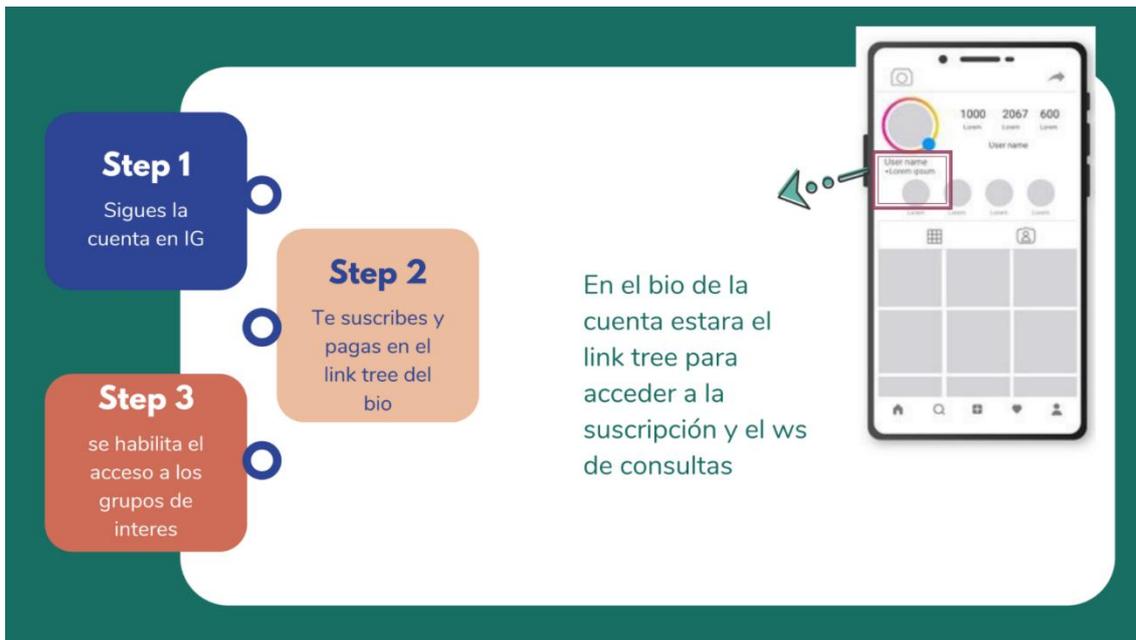


Ilustración 9 Prototipo
Fuente: Ilustración propia

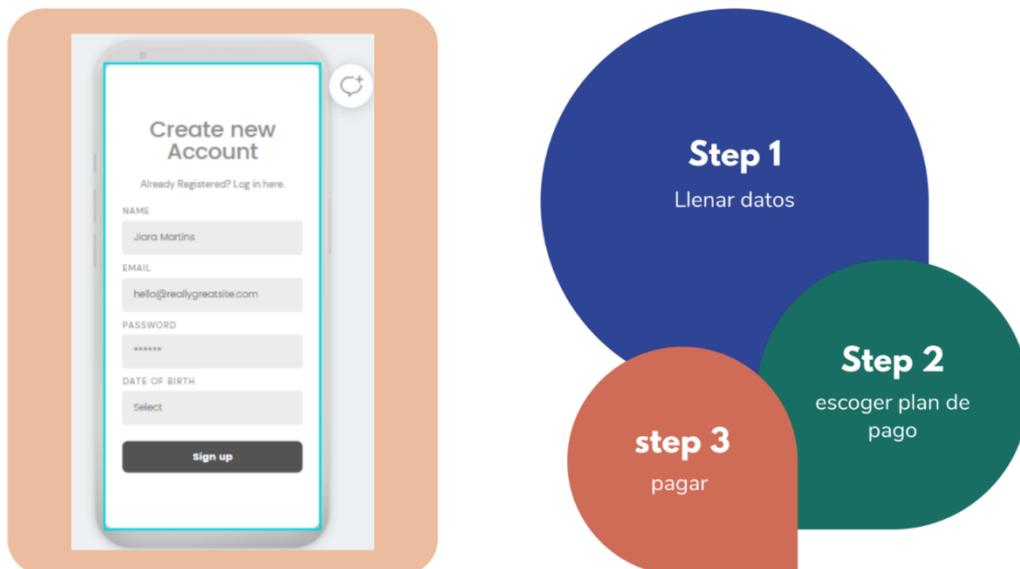


Ilustración 10 Prototipo
Fuente: Ilustración propia

9.6 Validar

En esta etapa conoceremos si el prototipo diseñado cubre las expectativas y necesidades de los usuarios con respecto al fácil uso y navegación de la misma. Los usuarios nos darán sus opiniones y sugerencias esenciales para saber si la aplicación de Instagram es de su agrado y si existe un interés real para el servicio ofrecido. El diseñar es una herramienta

para poder conocer y satisfacer a los usuarios en menor tiempo posible y así poder adaptar el servicio para satisfacer todas las necesidades del usuario

9.6.1 Testeo del prototipo

Se testeó el prototipo para conocer si la propuesta atrae al cliente. Esto se realizó mediante varias entrevistas a usuarios que manejaron la App. Se realizó el testeo y los resultados fueron de alto nivel de aceptación, por otro lado, la mayoría de los usuarios no tuvieron suficiente confianza para dar el paso de la suscripción ni dar sus datos de tarjeta de crédito, por lo tanto, hubo un pedido de página web, donde todos opinaron que tendrían mayor confianza para finalizar la acción.

9.6.1.1 Hallazgos

Después de haber realizado el testeo se llegaron a las siguientes conclusiones: las personas indicaron que la página de Instagram es fácil de usar, y el diseño ayudó en su comprensión e interacción. La interfaz fue simple y concreta. Los catálogos fueron de fácil acceso y las fotos eran explícitas y de buena calidad. Los colores gustaron y parecieron adecuados para el tipo de aplicación que es juegos. Los planes de suscripción estuvieron bien explicados, e incluso las promociones tuvieron buena recepción. Dentro de las falencias se presentó la falta de confianza del usuario para poner sus datos personales. Falta de confianza para poner sus datos de pago. Los adultos dijeron que la aplicación era suficientemente confiable como para dejar que sus hijos la naveguen. La mayoría manifestó que si fuera una página web le daría más confianza para completar los pasos de suscripción y compra final.

9.6.1.2 Oportunidades de mejora identificadas

Con el testeo se recibe sugerencias de mejora el proyecto o idea y este no fue la excepción, entre ellas las más importantes eran una explicación más detallada de cada juego, los colores, aunque bien recibidos, podría ser más pintorescos y que llamaran más la atención. Tener un ranking de los juegos más alquilados/populares. Un sistema de seguridad de inscripción para el ingreso de tarjetas de crédito. Y por último, el cambio de plataforma de Instagram a la Web para crear una sensación de mayor seguridad al usuario

9.6.1.3 Adaptación del prototipo

De acuerdo con todas las sugerencias de las personas entrevistadas concluimos que el prototipo diseñado aunque adecuado y funcional no era la mejor herramienta para generar confianza del usuario para poder acaparar clientes confiados y recurrentes.

11. 10. Conclusiones

El de Design Thinking es una metodología que busca la resolución de forma práctica y creativa a los problemas, con el objetivo de conseguir mejores resultados.

Es la capacidad de combinar empatía, creatividad y racionalidad para satisfacer las necesidades del usuario y obtener resultados beneficiosos para la empresa.

El desing thinking es aplicable a cualquier problema que requiera un enfoque creativo.

Es práctica y creativa funciona en cualquier ámbito.

Se recomienda la metodología Design Thinking ya que al combinar la creatividad con la empatía del cliente está asegurado el éxito del marketing. Excelente herramienta para utilizar en resolución de problemas.

La investigación realizada inicialmente es un proceso de evaluación de alternativas de recreación y esparcimiento fuera del círculo tecnológico, se observó que al emplear Design Thinking como metodología se obtuvieron excelentes resultados. Los integrantes del grupo aprovecharon grandemente la oportunidad de examinar múltiples soluciones de diseño con el perfil seleccionado y detectar las necesidades, amasando información con la que se elaboraron prototipos para evaluarlos con usuarios de pruebas. El proceso creativo se fomentó a partir de la discusión de las ideas y también se inculcó el pensamiento lógico, apropiándose de una metodología estructurada y sistemática.

Se identificó la necesidad de reformular aspectos como la planeación de las actividades en las cuales se desee emplear el Design Thinking, dado que la información y como se debe utilizar la misma deben apuntar a las prioridades detectadas en las encuestas, de manera coherente con el objetivo de la metodología como lo es centrarse en las necesidades personales.

Este método apoya el desarrollo de flujos de trabajo que son esenciales para el diseño creativo, facilitando la transición de diseños conceptuales a diseños concretos y detallados. En la elaboración del proyecto en mano no se encontraron Estadísticas o estudios referentes al tiempo pantalla o las preferencias de las personas en el tema de juegos de mesa en Ecuador. Los integrantes del grupo diseño buscaron soluciones en el campo de la investigación científica, y se invirtieron muchas horas de investigación en el proyecto y en el Design Thinking.

Sería prometedor encontrar una forma de inculcar y ampliar la cultura investigativa como proceso de formación para adaptarlo en diferentes áreas del conocimiento, siendo posible entrelazarlo con la metodología del Design Thinking.

A futuro, sería ideal profundizar en la relación existente entre el Design Thinking y el proceso investigativo, por el potencial que puede existir para futuros proyectos en los que se encuentra poco o cero informaciones.

La metodología del Design Thinking siempre debe aportar una especie de innovación lineal, ya que le genera valor al usuario desde el primer momento que llega al sitio Web y sobre todo nos permite analizar los efectos del diseño y la implementación para tratar de subir las tasas de suscripción y que tipo de consumo generan los usuarios con respecto a la información y a la vez captar la influencia del avance tecnológico en la actualidad y enfocarlo a buscar un tiempo de relax y distensión no digital.

Design Thinking es un método importante para el diseño de aplicaciones y servicios dentro del marketing y utiliza estrategias de carácter: emocional y experimental, y de esta manera se entienden las necesidades de los pensamientos, las necesidades de los usuarios mientras se reducen los riesgos y se encamina a conseguir grandes logros dentro del proyecto, aplicando etapas como empatía, definir, ideación, prototipar y evaluar. Y una vez aplicadas y analizadas estas etapas para la plataforma de suscripción de Jugateca se determina la importancia de la aplicabilidad del Design Thinking, ya que se considera que es innovador mezclando el mundo digital para su acceso, y el mundo análogo para lograr el objetivo de comunicación entre las familias.

Al aplicar el plan de acción propuesto, donde se busca ejecutar en totalidad la guía metodológica Design Thinking para así obtener suscripciones que permitan alquilar más

juegos de mesa, y estos a su vez mejoren la comunicación y la formación de mejores recuerdos en familia, lo cual beneficiará a Jugateca logrando satisfacer a sus subscriptores, para así llegar a convertirse en una de las mejores opciones de recreación análoga existentes.

Comprender que la aplicación de la metodología del Design Thinking es clave para lograr un gran número de suscripciones y mantener a Jugateca en dirección de una captación masiva de usuarios es de suma importancia. Así como también mantener la relevancia y presencia, y seguir una línea de crecimiento constante.

Aplicando una serie de dinámicas de la metodología del Design Thinking ayudara a resolver rápidamente problemas que se susciten a través de la aplicación de acciones como: servicio interactivo de ayuda, buzones de sugerencias y quejas, el uso de un mapeo del usuario y la elaboración de una encuesta de que tanto le gusto el sitio web, y así poder comprender con exactitud el pensamiento y necesidad de los usuarios.

La falta de conocimiento del Design Thinking en el medio general, limita el éxito que se puede alcanzar en cualquier proyecto o empresa. Hacerlo conocido requiere un plan estratégico, que ponga el Design Thinking como materia de múltiples carreras y que esté al alcance de todos, para que de esta forma todos vean la importancia que la metodología brinda para innovarse a nivel de imagen y servicio, y la importancia de conocer de manera detallada a sus usuarios/clientes utilizando empatía y por ende acaparando mayor número de consumidores, dando un servicio innovador, de calidad y satisfaga completamente al usuario.

La competencia es parte fundamental del mercado y por esto no podemos dejar que factores externos nos haga perder la capacidad competir y liderar en nuestro medio. Nuestro mundo actual es cada más abierto a la comunicación digital, la innovación y esto requiere mucha creatividad.

La globalización y la era digital están aquí para quedarse y expandirse, es un hecho que todos reconocemos como imparable. Hay que entenderlo y asimilarlo, y tomar ventaja del mismo para poder mantener una inercia y si se logra también mantener un liderazgo en el mercado.

Si lo aprendemos y aplicamos de manera correcta la metodología del Design Thinking nos ayuda a diseñar y crear la próxima productos y servicios de vanguardia, y ayuda a las empresas a conocer y entender desde un punto de vista más profundo conceptos como:

- Creatividad e innovación
- Emociones
- Inteligencia emocional
- Gestión de personas
- Liderazgo
- Concentración en los Usuarios/clientes

Al final de la jornada, la base de la metodología del Design Thinking esta arraigada en las personas, sus emociones y como estas manejan sus relaciones unas con otras e interactúan con todo lo que los rodea.

11 Referencias

12. Referencias

- Comercio, D. E. (marzo de 2021). Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/demanda-internet-emergencia-coronavirus-ecuador.html>
- Levin, E. (08 de 10 de 2014). *Infancia y subjetividad. Conferencia de la Universidad Icesi, Univalle, Colombia.*
- Universo, E. (2020). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/larevista/2020/10/31/nota/8031880/razon-que-juegos-mesa-vuelven-ganar-popularidad/>
- Naciones Unidas.* (2021). Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Unidas, N. (2021). *Naciones Unidas.* Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Universo, D. E. (24 de Julio de 2021). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/mas-ninos-entraron-a-albergues-durante-la-pandemia-del-covid-19-en-ecuador-nota/?modulo=related&seccion=Guayaquil&subseccion=Comunidad&origen=/guayaquil/comunidad/la-adopcion-en-ecuador-toma-mas-de-un-ano-el-mie>
- Universo, E. (2020). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/larevista/2020/10/31/nota/8031880/razon-que-juegos-mesa-vuelven-ganar-popularidad/>