



UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS POLÍTICAS

MODELO DE NEGOCIO

“JUGATECA”:
GERENCIA DE ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Elaborado por:
Guadalupe Irene Viteri Palan

Tutoría por: Héctor Juan Andrade Loor

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:
Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador

Febrero, 2022

2. Cláusula de Autorización

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **GUADALUPE IRENE VITERI PALAN** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**GERENCIA DE ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO**”, 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 **Gabriel Vicente Verduga Flor, Emilia Lorena Vera Mieles, Fabrizio Luis Bellini Robles, Janis Maria Zambrano Vera y Ana Belén Falconi Mackliff.**

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.



GUADALUPE IRENE VITERI PALAN

0923590285

Declaro que:

Guadalupe Irene Viteri Palan en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**JUGATECA**” 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.



GUADALUPE IRENE VITERI PALAN

0923590285

3. Resumen Ejecutivo

La hiperconectividad alimentada por la nueva normalidad impuesta como medida para evitar el contagio del virus llamado covid-19 que, a inicios del año 2020, generó un confinamiento nacional que limitó el desenvolvimiento presencial de las diversas actividades laborales, académicas y personales, convirtiéndolas en actividades netamente digitales; se ha vuelto también un factor capaz de disolver la interacción familiar en el propio hogar, por la preferencia por los dispositivos móviles como actividades de distracción ante cualquier otra que involucre una interrelación dentro del hogar. Sin embargo, esta problemática detectada es motivo de preocupación ante padres de familia que buscan generar vínculos de comunicación y crear ambientes sanos alejados de cualquier contenido que produzcan comportamientos negativos en sus hijos, por el uso excesivo de estos.

A partir de lo anteriormente señalado, nace la idea de negocio denominada “Jugateca” que ofrece fortalecer el vínculo familiar mediante la inclusión de una gran variedad de juegos de mesa como la actividad recreativa que cumple con el propósito deseado por los padres de familia, satisfaciendo los deseos de sus usuarios mediante planes de alquiler a precios módicos que, en conjunto a valores agregados, logran transmitir una experiencia divertida y única desde el primer contacto con la marca.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Ana Belén Falconí Mackliff, Janis María 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.

4. Palabras Claves

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

5. 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.

6. Índice de Contenidos

| | |
|---|----|
| 2. Cláusula de Autorización..... | 2 |
| 3. Resumen Ejecutivo | 4 |
| 4. Palabras Claves | 5 |
| 5. Consideraciones Éticas | 5 |
| 6. Índice de Contenidos..... | 6 |
| 7. Antecedentes y Justificación del Proyecto..... | 10 |
| 8. Objetivo General y Específicos del Proyecto | 16 |
| 9. Breve Descripción del Modelo de Negocio | 17 |
| 10. Descripción del Modelo de Negocios | 20 |
| 10.1 Gerencia: Estudio de Investigación de Mercado..... | 20 |
| 10.1.1 <i>Estudio de Mercado.</i> | 20 |
| 10.1.1.1 <i>Investigación de Mercado</i> | 21 |
| 10.1.1.1.1 <i>Objetivo General</i> | 21 |
| 10.1.1.1.2 <i>Objetivos Específicos</i> | 21 |
| 10.1.1.1.3 <i>Población.</i> | 21 |
| 10.1.1.1.4 <i>Muestra.</i> | 21 |
| 10.1.1.1.5 <i>Diseño de la Investigación.</i> | 22 |
| 10.1.1.1.6 <i>Desarrollo de Técnicas de Investigación</i> | 22 |
| 10.1.1.1.7 <i>Resultados de la Investigación</i> | 50 |
| 10.1.1.2 <i>Análisis</i> | 54 |
| 10.1.1.2.1 <i>Mercado Objetivo y Potencial.</i> | 54 |
| 10.1.1.2.2 <i>Mapa de la Competencia.</i> | |
| 10.1.1.3.2 <i>Compañía</i> | 58 |
| 10.1.1.3.4 <i>Competencia.</i> | 61 |

| | |
|---------------------------------------|----|
| <i>10.1.1.3.5 Colaboradores</i> | 63 |
| 11. Conclusiones | 64 |
| 12. Recomendaciones | 65 |
| 13. Reflexión..... | 66 |
| 14. Referencias..... | 66 |
| 15. Anexos | 68 |

Índice de Ilustraciones

| | |
|--|----|
| Ilustración 1. Personas de 5 y más años que tienen teléfono celular activado, por sexo | 13 |
| Ilustración 2. Estadísticas de la situación digital de Ecuador en el 2020-202 | 13 |
| Ilustración 3. Proporción de personas que tienen teléfono celular activado grupos de edades | 14 |
| Ilustración 4. Lugar de uso de Internet entre edades de 5 a 17 años..... | 15 |
| Ilustración 5. Cálculo de muestra..... | 22 |
| Ilustración 6. Pregunta 1 | 23 |
| Ilustración 7. Pregunta 2 | 24 |
| Ilustración 8. Pregunta 3 | 25 |
| Ilustración 9. Pregunta 4 | 25 |
| Ilustración 10. Pregunta 5 | 26 |
| Ilustración 11. Pregunta 6 | 27 |
| Ilustración 12. Pregunta 7 | 27 |
| Ilustración 13. Pregunta 8 | 28 |
| Ilustración 14. Pregunta 9 | 29 |
| Ilustración 15. Pregunta 10 | 30 |
| Ilustración 16. Pregunta 11 | 30 |
| Ilustración 17. Pregunta 12 | 31 |
| Ilustración 18. Pregunta 13 | 31 |
| Ilustración 19. Pregunta 14 | 32 |
| Ilustración 20. Pregunta 15 | 33 |
| Ilustración 21. Pregunta 16 | 33 |
| Ilustración 22. Pregunta 17 | 34 |
| Ilustración 23. Pregunta 18 | 34 |
| Ilustración 24. Pregunta 19 | 35 |

Índice de Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Variables y preguntas para entrevistas..... | 35 |
| Tabla 2. Variables y preguntas para Focus Group..... | 42 |
| Tabla 3. Juegos expuestos en Focus Group | 43 |
| Tabla 4. Mapeo de competidores | 54 |

7. Antecedentes y Justificación del 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, dando 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, tabletas, celulares, consola de videojuegos, etc., que garantizan ocupar el tiempo de ocio de los más pequeños del hogar.

Esteban Levin (2014), 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. (pág. 1)

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 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 (2021) 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.

Aspectos Políticos

Actualmente el gobierno del Ecuador se encuentra en un proceso de reformulación política continua que pretende erradicar los problemas actuales que el país enfrenta en temas de narcotráfico, corrupción e inseguridad, que, según el mandatario Guillermo Lasso, se han vuelto limitantes para el desarrollo factible de país. El portal web del diario El Comercio (2022) informa que el Gobierno analiza una consulta popular en 2023, que incluya temas sobre el sistema judicial, el CPCCS y las reformas laborales.

Aspectos Económicos

A pesar de que Ecuador se consagró como uno de los países con peor preparación para hacer frente a una crisis sanitaria como el Covid-19, para el año 2020 y 2021 el panorama de un giro positivo, gracias a los organismos multilaterales, que le inyectaron más de 8.000 millones de

dólares y se comprometieron a otros 4.000 millones hasta finales de 2022. Para este año 2022, el Banco Central prevé un crecimiento del 2.54% ubicándola en el promedio de otras proyecciones realizadas como es el caso del FMI que estableció un 3.5%, el Cepal con un 2.6% y el Banco mundial con 1.4%, estableciendo un escenario que puede llegar a un crecimiento máximo de 3%.

Aspectos Sociales

Según Leonardo Ottati, director general de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE), se estima además que la masa de compradores online se duplicó durante los días de cuarentena debido al confinamiento. Esta cantidad sigue creciendo y aumentando su tendencia de compra. El director menciona que el panorama de compra vivido en el Ecuador no solo estuvo protagonizado por los millennials, sino que inauguró la presencia de consumidores de distintas edades.

La Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico publicó que el comercio electrónico en Ecuador alcanzó un volumen de negocio de USD 2.3 mil millones, lo que supone un crecimiento de USD 700 millones (43,75 %) frente al 2019. porcentaje que para el 2021 estima crecimiento. Las proyecciones auguran que 2021 será un año de consolidación para el e-commerce. Las empresas que están incursionando en e-commerce deben controlar su inversión digital. Según recomendaciones de distintos medios, la oferta digital deberá centrarse en la simplificación de los procesos de compra-venta dentro de las plataformas digitales. Este crecimiento también implica mayor inversión digital para las tiendas en línea y por supuesto control detallado de cómo invertir más y mejor.

Ilustración 1

Personas de 5 y más años que tienen teléfono celular activado, por sexo

| Sexo | 2019 | 2020 | Variación significativa 2019 y 2020 |
|--------|-------|-------|-------------------------------------|
| Hombre | 61,7% | 65,2% | Si |
| Mujer | 58,2% | 60,7% | Si |

Nota: Obtenido de Encuesta Multipropósito, 2019 – 2020

Aspectos tecnológicos

El confinamiento atravesado 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 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.

Ilustración 2

Estadísticas de la situación digital de Ecuador en el 2020-2021

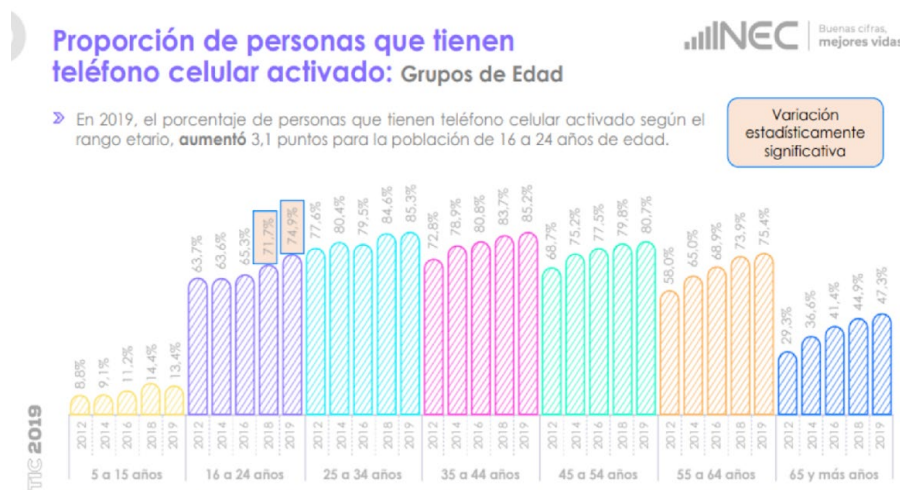


Nota: Obtenido de Branch.com.co, 2021

Según el portal web Datta (2021) 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, ‘streaming’, etc. Creando una hiperconectividad que evita la interacción familiar. Ecuador es uno de los países latinoamericanos con mayores repercusiones debido a la propagación del covid-19. Su población urbana es tan solo del 64,3% (de un total de 17.77 millones de habitantes) lo que marca una diferencia significativa respecto a 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 3.

Proporción de personas que tienen teléfono celular activado por grupos de edades



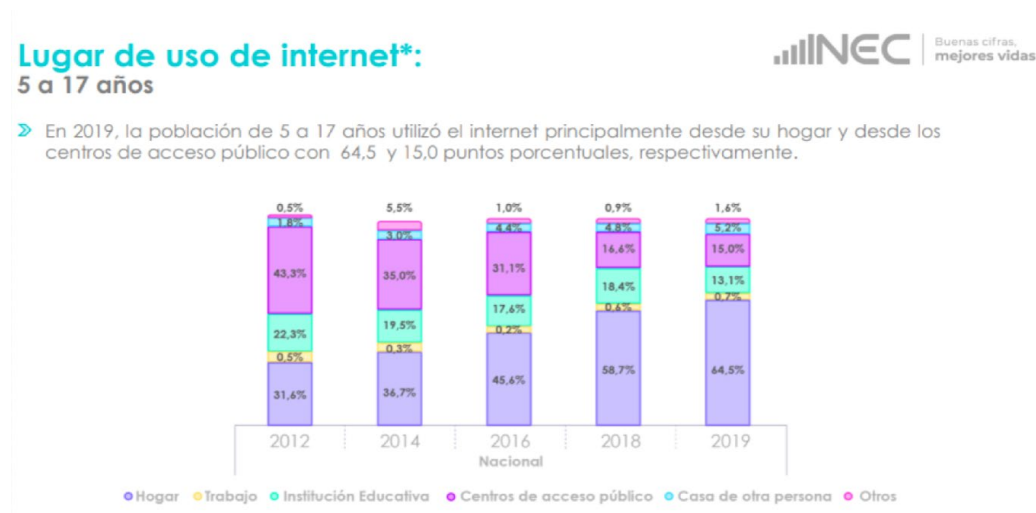
Nota: Obtenido de INEC TIC, 2019

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 mayoritario 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.

Ilustración 4

Lugar de uso de Internet entre edades de 5 a 17 años.



Nota: Obtenido de 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. 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

a. 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.

b. Objetivos específicos

- Identificar y determinar la oportunidad de negocio desde la aplicación de la metodología Design Thinking¹, 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 desarrollará, 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 desarrollar, mediante la aplicación de acciones correspondientes al servicio que se va a 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

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 Negocios

La investigación en marketing comprende el conjunto de las actividades que buscan definir, recoger y analizar, de manera sistemática, información que permita alimentar el proceso de decisión en marketing, con el fin de volverlo más eficaz (d' Astous et.al, p.7).

10.1 Gerencia: Estudio de Investigación de Mercado

10.1.1 Estudio de Mercado.

Jugateca busca distinguirse en el mercado como la oferta predilecta en actividades de interacción familiar que pretende reforzar las relaciones intrafamiliares mediante la interacción divertida en la aplicación de una gran variedad de juegos de mesa que se ajustan a las necesidades y deseos de sus clientes.

Por tanto, se realizó la investigación de mercado pertinente que determinará la factibilidad de la puesta en marcha de la idea de negocio Jugateca, así como el estudio de las necesidades y deseos de su grupo objetivo, garantizando ofrecer el mejor servicio.

10.1.1.1 Investigación de Mercado

10.1.1.1.1 Objetivo General

Identificar las preferencias de entretenimiento en juegos de mesa para brindar un mejor servicio a las familias Guayaquileñas.

10.1.1.1.2 Objetivos Específicos

- Definir los atributos de valor según preferencias/gustos de cada hogar.
- Identificar los hábitos de entretenimiento dentro del hogar.
- Identificar el proceso de compra para juegos de entretenimiento de las familias y quien tiene más peso en la decisión final.
- Identificar las opciones de valor agregado para el entretenimiento con juegos de mesa en familia.
- Descubrir/identificar la frecuencia de consumo y los valores pagados por los juegos de mesa por nuestro GO.

10.1.1.1.3 Población. Según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020), en Guayaquil existen un total de 384,465 familias, a esta cantidad se ha aplicado el filtro de Nivel Socio Económico para los estratos A, B y C+, que son el grupo de interés para la idea de negocio Jugateca, se indica que 138.022 hogares poseen estos estratos, de los cuales al aplicarle el filtro de hogares con hijos (68%) nos proporciona un universo de 93,855.

10.1.1.1.4 Muestra. Para la obtención de la muestra se empleó la cantidad del universo establecido que es de 93,855, para grupos heterogéneos, se emplea un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%. Usando la calculadora del aplicativo Nesquet se identificó la muestra un total de 278.

Ilustración 5

Cálculo de muestra



Nota: Obtenido de Netquest.com

Se realizaron 278 encuestas para un estudio cuantitativo, para un estudio cualitativo se realizaron 3 entrevistas y 3 grupos focales con familias conformadas por 2 o más de 4 miembros que cumplen con el perfil ideal para ser clientes de Jugateca para conocer los gustos y preferencias de los integrantes al momento de interactuar.

10.1.1.1.5 Diseño de la Investigación. Un diseño o proyecto de investigación es el planteo y descripción -por escrito- de los fundamentos temáticos y de los elementos, instrumentales y teóricos, que permitirán arribar a un nuevo conocimiento, teniendo en cuenta las etapas que se suceden en el orden lógico de todo proceso de investigación. (Sánchez, 2013, pp. 45)

La investigación de mercado que se emplea en el modelo de negocios, permitirá obtener información pertinente para la detección de las necesidades de mercado y la manera correcta de suplirlas.

10.1.1.1.6 Desarrollo de Técnicas de Investigación

- Tipo de investigación:

De carácter exploratorio y descriptivo, con enfoque mixto: cuantitativo y cualitativo.

- Métodos:
 - a) Encuesta (Cuantitativo y cualitativo)
 - b) Entrevista
 - c) Focus Group (Cualitativo)

Análisis de los resultados

Encuesta

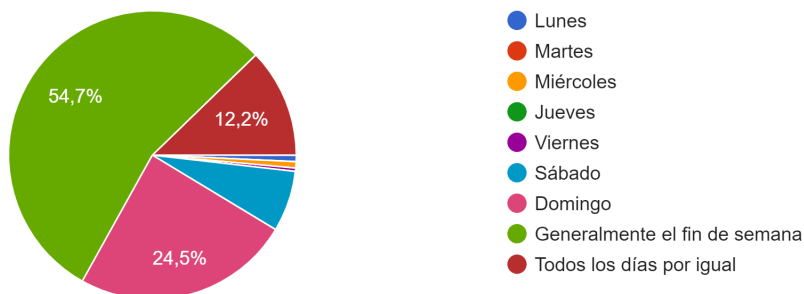
Se encuestaron a 278 personas de la ciudad de Guayaquil, procurando que los encuestados cumplan los parámetros establecidos para ser parte del grupo objetivo de Jugateca.

Ilustración 6

Pregunta 1

¿Cuál es el día que más tiempo dedica a su familia?

278 respuestas



Nota: Elaborado por autores

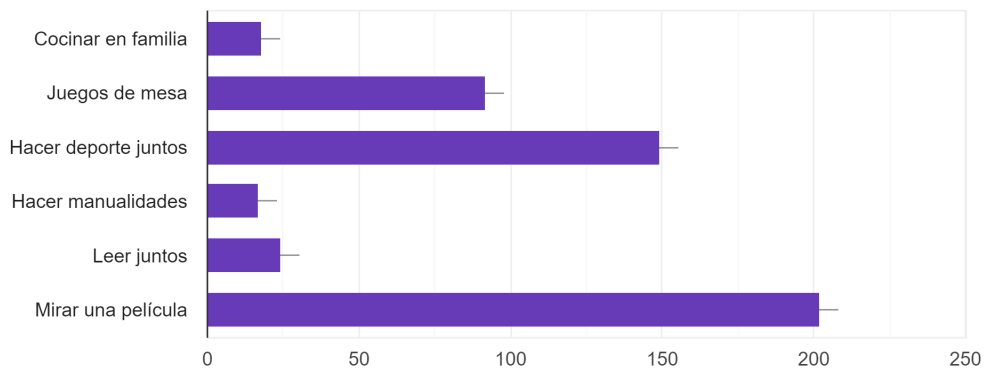
Del total de encuestados, el 54,7% dedica el fin de semana completo a su familia, mientras que el día sábado lo destina un 6,8% y domingo un 24,5%. Al analizar las encuestas el 12,2% de las personas que dedican tiempo completo a su familia corresponden a mujeres.

Ilustración 7

Pregunta 2

Durante este tiempo ¿qué actividades prefieren para entretenerse?

278 respuestas



Nota: Elaborado por autores

Al preguntarles a los encuestados acerca de las actividades de preferencia para realizar en sus días de relación familiar, se concluye en que las más implementadas son: ver películas con un 72,7%, hacer deportes juntos en un 53,6% y juegos de mesa en un 33,1%

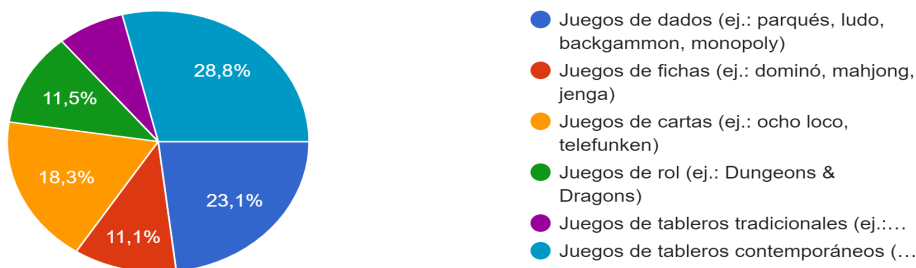
Al preguntarle a los encuestados acerca de su gusto por los juegos de mesa 57 personas indicaron que no les gusta, se continuó con un total de 221 encuestados.

Ilustración 8

Pregunta 3

¿Cuál es el tipo de juego de mesa favorito en tu hogar?

208 respuestas



Nota: Elaborado por autores

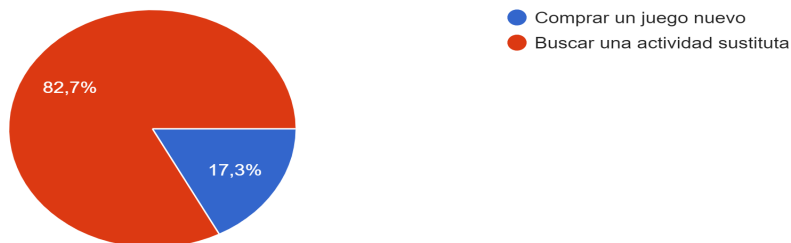
Del total de 221 encuestados, el tipo de juego de mesa con mayor aceptación con un 28,8% son los juegos con tableros contemporáneo (ej.: Risk, Catán), en segundo lugar, con 23,1% son los que involucran el uso de dados (ej.: parqués, ludo, Backgammon, Monopoly) y con un 18,3% los Juegos de cartas (ej.: ocho loco, telefunken).

Ilustración 9

Pregunta 4

En caso de no tener un juego de mesa que les apetezca jugar ¿qué suelen hacer?

208 respuestas



Nota: Elaborado por autores

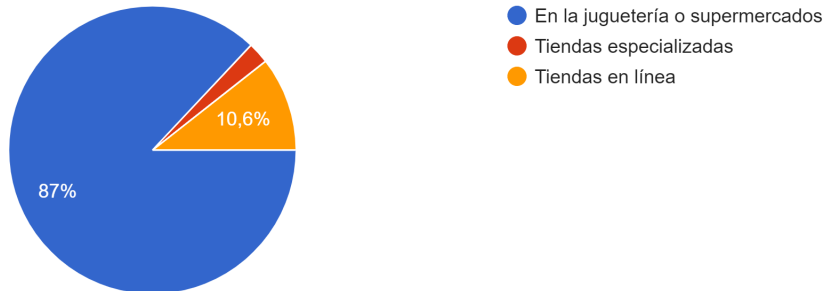
Al preguntarle a nuestros encuestados, qué harían si no tienen el juego de mesa deseado, el 82,7% opta por realizar otra actividad, mientras que el 17,3 % decide comprar otro juego. Al analizar a este pequeño porcentaje se identificó que quienes lo hacían pertenecían a familias con hijos mayores a 12 años, quienes preferían los juegos de roles y contemporáneos.

Ilustración 10

Pregunta 5

¿Dónde suele adquirir sus juegos de mesa?

208 respuestas



Nota: Elaborado por autores

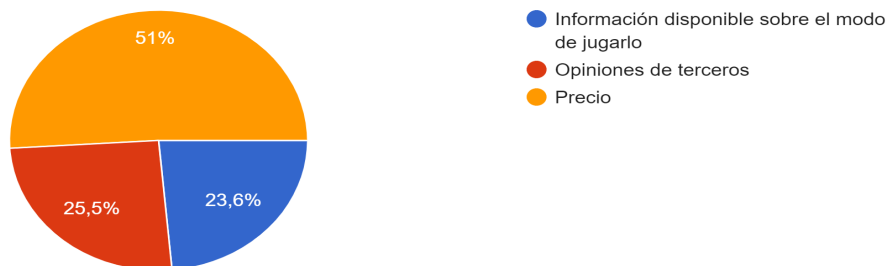
Los encuestados prefieren adquirir sus juegos en un 87,7% en jugueterías o supermercados, mientras que un 10,6% compra sus juegos de mesa en tiendas en línea, y un 2,4% en tiendas especializadas.

Ilustración 11

Pregunta 6

A la hora de elegir qué juego de mesa comprar ¿qué es lo que más influye en su decisión?

208 respuestas



Nota: Elaborado por autores

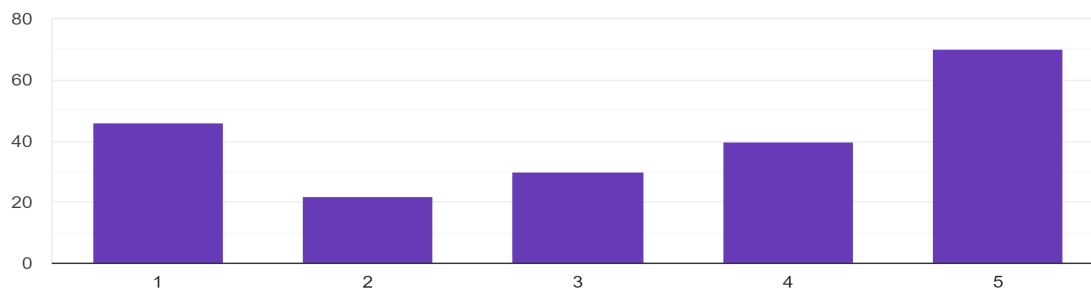
El factor más determinante para la adquisición de juegos de mesa es el precio, con un 51%, mientras que la influencia de terceras personas con un 25,5% y las especificaciones del juego con un 23,6%.

Ilustración 12

Pregunta 7

¿Cuál es el grado de influencia que ejercen sus hijos en la selección del juego a comprar?

208 respuestas



Nota: Elaborado por autores

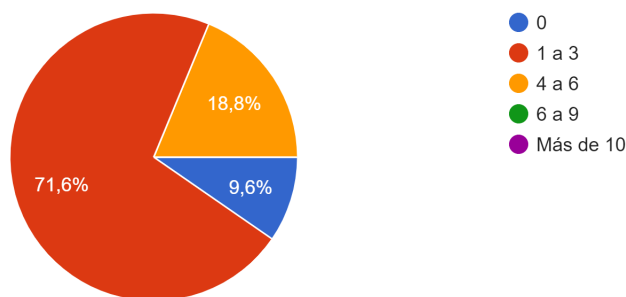
Al preguntarle a los encuestados acerca del grado de influencia que tiene sus hijos en la elección de los juegos de mesa que compran y es estudio de sus resultados se descubrió que los hijos con edades menores a 8 años poseen un nivel bajo en la toma de decisiones, de 1 y 2; mientras que los niños con edades de 9 en adelante poseen un nivel de participación de 3, 4 y 5 (rango aumentando según la edad).

Ilustración 13

Pregunta 8

¿Cuántos juegos de mesa tiene en casa?

208 respuestas



Nota: Elaborado por autores

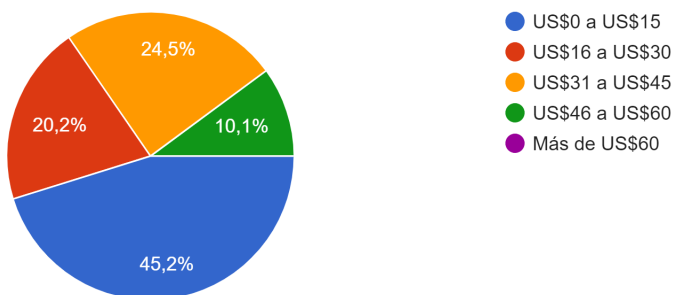
Al preguntarles acerca de la cantidad de juegos de mesa que tienen en sus hogares el 71,6% posee de 1 a 3 juegos, mientras que un 18,8% posee de 4 a 6 juegos, y un 9,6% ninguno. Al realizar un estudio más profundo entre las variables, se identificó que las familias que poseen juegos de mesa en mayor número son aquellas que tienen hijos mayores a 11 años.

Ilustración 14

Pregunta 9

¿Qué rango de precio suelen tener los juegos de mesa que compra?

208 respuestas



Nota: Elaborado por autores

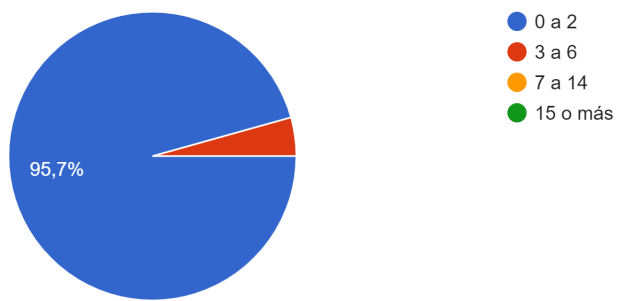
En esta pregunta se confirmó que el factor influyente con más relevancia es el precio, del total de encuestados el 45,2% no gasta en juegos con precios mayores a \$15, mientras que solo un 20,2% ha gastado hasta \$30 en estos, un 24,5% ha estado dispuesto a pagar hasta \$45 y un 10,1% ha invertido hasta \$60, en un análisis detallado para estos últimos se identifica que los valores altos se deben al tipo de juego que prefieren.

Ilustración 15

Pregunta 10

¿Cuántas veces al año compra juegos de mesa?

208 respuestas



Nota: Elaborado por autores

Los encuestados compran de anualmente de 0 a 2 juegos en un 95,7% y un 4,3% de 3 a 6.

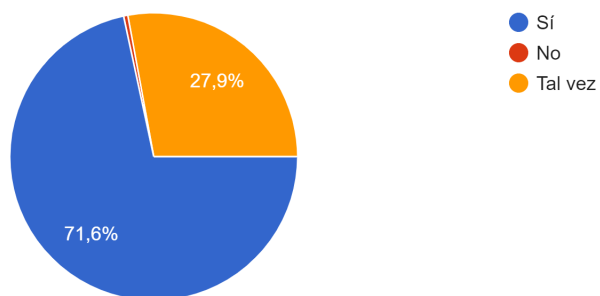
Presentación de la suscripción

Ilustración 16

Pregunta 11

¿Le interesaría adquirir una suscripción periódica para alquilar una amplia variedad de juegos de mesa?

208 respuestas



Nota: Elaborado por autores

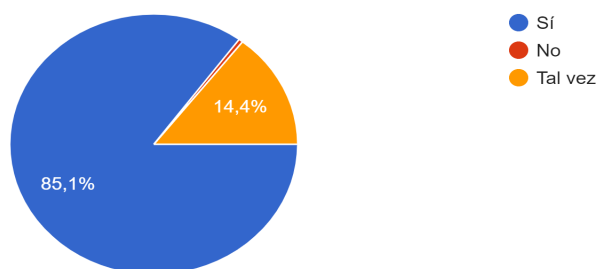
Al mostrarle la propuesta de Jugateca, un 71,6% dijo que le interesaría adquirir una suscripción, mientras que un 27,9% no está seguro y solo un 0,5% dijo que le interesa.

Ilustración 17

Pregunta 12

¿Le gustaría que este servicio se pudiera contratar vía online e incluya la entrega a domicilio de los juegos seleccionados?

208 respuestas



Nota: Elaborado por autores

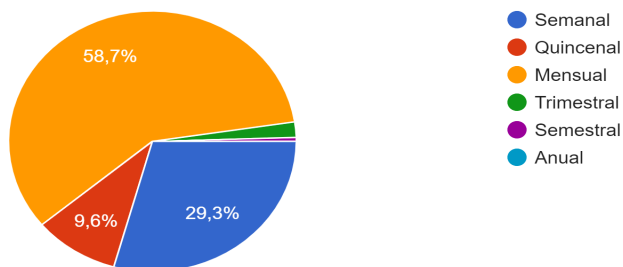
Un 85,1% está de acuerdo en adquirir vía online y entrega a domicilio el servicio que presta Jugateca. El 14,4% no está seguro de esta modalidad.

Ilustración 18

Pregunta 13

Considerando que los juegos que se entreguen periódicamente serán retirados en la siguiente entrega, ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir y cambiar los juegos de mesa?

208 respuestas



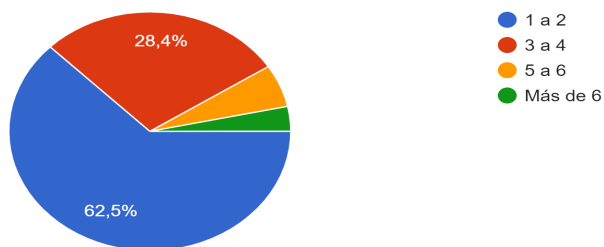
Nota: Elaborado por autores

El plan más elegido por nuestros encuestados es el mensual con un 58,7%, en análisis más profundo se identifica que esta opción fue elegida por las personas que dedican tiempo no solo los fines de semana, sino que en totalidad quienes pasan días entre semana y total a sus familias, mientras que la segunda opción elegida fue la semanal con un 29,3%, englobando a quienes pasan mayor tiempo con sus familias en fin de semana.

Ilustración 19

Pregunta 14

¿Cuántos juegos le gustaría recibir en cada entrega?
208 respuestas



Nota: Elaborado por autores

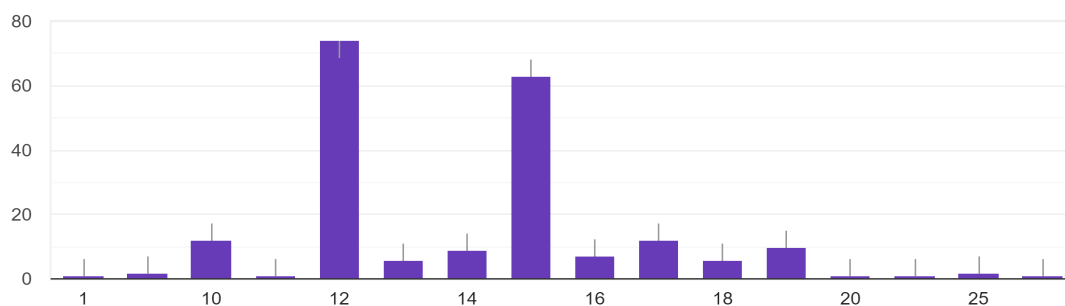
Las personas consideran que recibir 2 juegos mensual y semanalmente es preferible en un 62,5%, existieron excepciones mensuales quienes optaron por preferir 3 a 4 juegos (este número es escogido en su mayoría por personas que prefieren planes mensuales).

Ilustración 20

Pregunta 15

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar (mensualmente) por una suscripción en la que se entreguen 2 juegos de mesa cada mes?

208 respuestas



Nota: Elaborado por autores

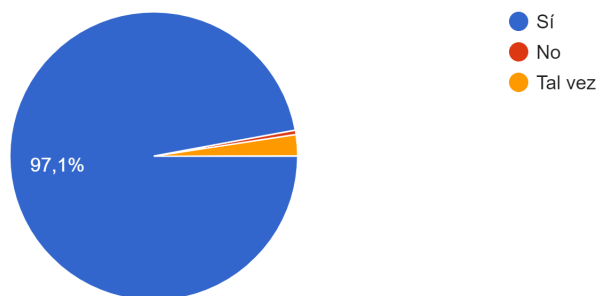
Los valores de preferencia establecidos por los encuestados en un plan mensual por 2 juegos de mesa son de \$12.

Ilustración 21

Pregunta 16

¿Le gustaría que se ofrezca el servicio de alquiler de dos juegos de mesa por un fin de semana?

208 respuestas



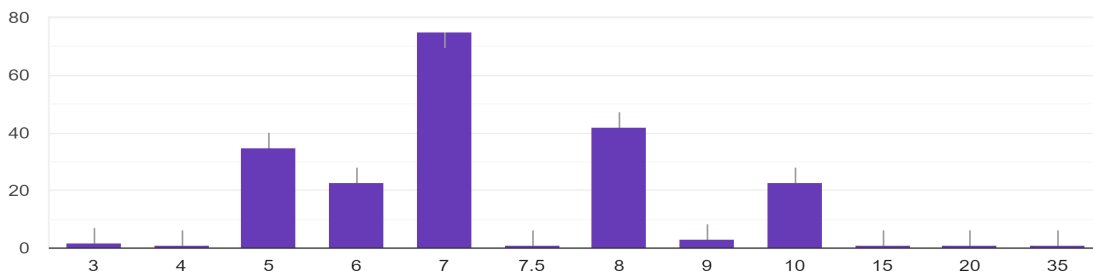
Nota: Elaborado por autores

En gran mayoría correspondiente al 97,1% consideran factible el plan de alquiler modalidad semanal que incluye 2 juegos.

Ilustración 22

Pregunta 17

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el alquiler de dos juegos de mesa por un fin de semana?
208 respuestas



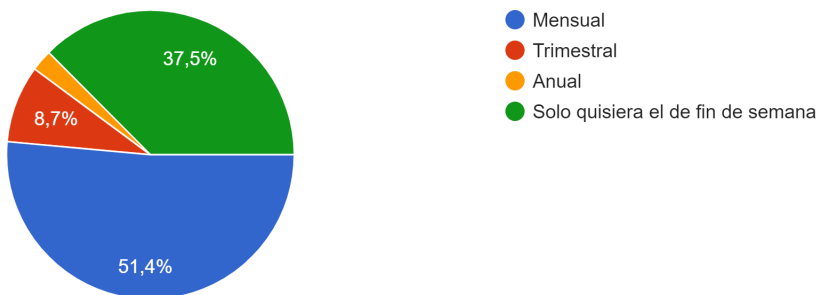
Nota: Elaborado por autores

El precio con mayor rango de elección para el plan semanal que incluye dos juegos es de \$7.

Ilustración 23

Pregunta 18

Le gustaría realizar las pagos de su suscripción, renovable automáticamente, de manera:
208 respuestas



Nota: Elaborado por autores

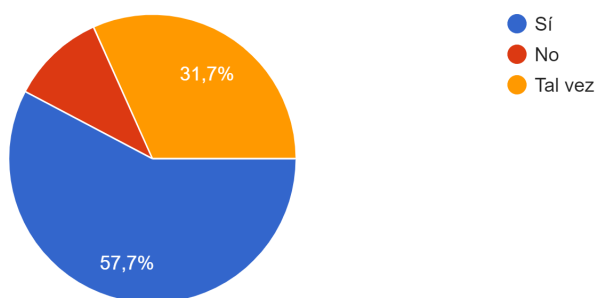
Los encuestados mostraron preferencia en un 51,4% por la renovación de pagos por suscripción de manera mensual, y un 37,5% prefiere alquilar los juegos por los fines de semana, estos últimos fueron los que eligieron el alquiler semanal propuesto.

Ilustración 24

Pregunta 19

¿Estaría de acuerdo con que se establezcan multas por daños en los tableros?

208 respuestas



Nota: Elaborado por autores

Los usuarios que consideran pagar multas por daños en los tableros alquilados son el 57,7%, mientras que un 31,7% no está seguro y un 10,6% no está dispuesto a pagar por daños.

Variables con sus respectivas preguntas entrevistas a padres de familia

Tabla 1

Variables y preguntas para entrevistas

| Variables | Preguntas |
|--|--|
| Factores que limitan la convivencia familiar | <p>¿Cuántos días a la semana dedica tiempo a realizar actividades con su familia?</p> <p>¿Qué le impide dedicar más tiempo?</p> <p>¿Cómo considera la interacción con su familia?</p> <p>¿Qué actividades realiza?</p> |

| | |
|---|--|
| Percepción de los juegos de mesa | <p>¿Conoce usted los beneficios en el desarrollo positivo por la interacción familiar que aporta el incluir juegos de mesa en sus actividades familiares?</p> <p>¿Cuáles beneficios conoce? ¿considera relevante la interacción con juegos de mesa?</p> |
| Preferencias y gustos en cuanto a juegos de mesa. | <p>¿Cómo considera usted la relación familiar cuando comparte con su familia mientras realizan juegos de mesa?</p> <p>¿Cada cuánto en su hogar realizan actividades interactivas como los juegos de mesa?</p> <p>¿Cuál es el tipo de juego de mesa favorito en tu hogar? ¿Qué factores influyen en la selección? ¿Quién lo selecciona?</p> |
| Frecuencia de consumo | <p>¿Cada cuánto compra juegos de mesa para la familia? ¿Por qué?</p> <p>¿Cuánto invierte en cada juego de mesa?</p> |
| Nivel de aceptación de idea de negocio | <p>¿Le interesaría un plan de suscripción que se ajuste a su bolsillo que le garantice diversión familiar? Sin necesidad de adquirir los juegos, al pie de su hogar.</p> <p>¿Le interesaría obtener datos de características y beneficios de cada uno de los juegos que recibe en la planificación dada por el sitio web?</p> <p>¿Le gustaría la implementación de un programa de desarrollo para la interacción familiar donde al ir avanzando se le otorgue incentivos por su participación? ¿Por qué?</p> <p>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plan que se ajuste a sus necesidades y deseos?</p> <p>¿Cómo le gustaría que fuese el pago del servicio?</p> <p>¿Qué opina de cumplir con las políticas de cuidado, para garantizar una mejor experiencia en nuestro servicio, sujetándose a multas?</p> |

Entrevista con padres de familia

Se entrevistaron a tres padres de familia que forman parte de nuestro mercado objetivo, para establecer sus requerimientos para el servicio que ofertará Jugateca.

Entrevista N° 1

Entrevista a Paulina Pantaleón Cox, 35 años de edad, madre de 3 hijos con edades de 15, 13 y 11, ejecutiva de ventas en concesionaria.

Factores que limitan la convivencia familiar

El trabajo se ha convertido en el factor principal que limita el tiempo para convivir con su familia, permitiéndole dedicar solo los fines de semana.

Otro factor notable es la hiperconectividad presente en su familia ya que reconoce que sus hijos prefieren pasar con dispositivos con conexión a la red que interactuar con la familia, provocando que la convivencia sea muy escasa.

Dentro de las actividades que realiza con el fin de generar unión en la familia es preparar alimentos que les permiten salir de la rutina diaria, e invitan a familia o amigos.

Percepción de los juegos de mesa

La entrevistada reconoce que los beneficios al desarrollo personal y familiar que aportan los juegos de mesa, como el de crear vínculos de confianza, sin embargo indica que no les ha prestado mucha atención.

La entrevistada sí ha incluido los juegos de mesa en las actividades que realiza, cita como ejemplo las parrilladas donde llegan invitados.

Preferencias y gustos en cuanto a juegos de mesa

La entrevistada considera que la relación momentánea con los juegos de mesa es muy buena ya que dialogan más. Indicando que los suelen aplicar una vez cada quince días debido a que no tienen variedad.

El juego favorito en su hogar son los juegos de mesa contemporáneos, cartas y fichas; los cuales seleccionan por el número de jugadores, dificultad y precio.

Sus hijos son los encargados de escoger los juegos.

Frecuencia de consumo

En el hogar existen actualmente 5 juegos de mesa, los cuales son adquiridos uno o dos veces por año.

El valor pagado por juegos que a sus hijos les atrae más la atención superan los \$30 para tableros complejos y hasta \$15 en juegos más sencillos como cartas uno y Jenga

Nivel de aceptación de idea de negocio

El nivel de aceptación por la propuesta de Jugateca es alto ya que considera que no necesitaría invertir mayor cantidad de dinero por cada uno de los juegos que les atraiga a sus hijos, obteniendo así gran variedad.

Considera que a partir de la variedad sus hijos podrían desconectarse de sus dispositivos móviles y aceptarían interactuar más con la familia.

Le gusta la idea de poder personalizar su cuenta personal, con planes que se ajusten a sus requerimientos.

Considera conveniente obtener información de cada juego que incluya en su plan, conocer los beneficios y modos de jugarlo.

Considera que los incentivos le atraen mucho ya que pueden generarle mayor interés por alcanzarlos.

Adquiere un plan mensual o fin de semana que son los días que dedica a su familia.

Por dos juegos mensuales pagaría \$15 y por 2 juegos semanales pagaría \$8.

Prefiere pagar su suscripción de manera mensual.

Está dispuesta a realizar el pago online a través de la plataforma y preferiría el servicio de entrega a domicilio, ya que evitaría salir de casa y cancelaría la multa por daños si realmente fuese su culpa.

Entrevista N° 2

Entrevista a Lorena Cecilia Rodríguez Córdova, 39 años de edad, madre de 3 hijos con edades de 12, 8 y 4, Chef principal.

Factores que limitan la convivencia familiar

La entrevistada indica que no tiene un día específico para dedicarlo a la familia ya que por su trabajo y el de su esposo, son solicitados en eventos que ocupan cualquier día de la semana, sin embargo trata de pasar sus días libres en casa ya que por el momento sus hijos se mantienen con educación virtual.

Considera que la interacción es muy buena con sus hijos menores, ya que luego de ayudarlo con las tareas, van al parque, dibujan y pintan, con su hija mayor la interacción es escasa debido a que prefiere ver series sola y pasar en su celular.

Percepción de los juegos de mesa

La entrevistada es consciente de los beneficios de los juegos de mesa, indicando que el beneficio que destaca es el desarrollo de la inteligencia.

Preferencias y gustos en cuanto a juegos de mesa.

Indica que no ha maximizado la aplicación de juegos de mesa en sus actividades, pero las pocas veces que lo ha hecho ha involucrado a toda la familia y la relación es muy buena y se divierten.

La entrevistada indicó que no ha incluido más juegos de mesa que un tablero de parchís que adquirió cuando el juego se puso en moda en la época de pandemia.

La entrevistada decidió adquirirlo porque lo conocía y sus hijos lo querían ya que lo veían en todos lados.

Frecuencia de consumo

La frecuencia de compra es casi nula ya que solo ha adquirido un juego hace dos años, ya que no ha tenido suficiente tiempo para buscar información acerca de algún buen juego que sea divertido para todos los miembros del hogar.

El tablero de parchís fue adquirido en un supermercado por el valor de \$20.

Nivel de aceptación de idea de negocio

La propuesta le parece favorable, es decir un nivel de aceptación alto.

Valora más el hecho de obtener información acerca de los juegos que puede usar para su familia como los beneficios que estos dan, ya que se siente muy ignorante respecto al tema.

El plan que prefiere sería mensual debido a que no tiene días destinados a realizar actividades de interacción familiar, por un precio por dos juegos mensuales de \$15 y pagaría mensualmente su suscripción.

Le parece muy práctica la modalidad online que Jugateca presenta para la adquisición de planes.

Prefiere realizar el pago online, ya que el costo es muy bajo, le gustaría obtener información acerca del manejo y los sistemas de seguridad, informa que en otras instancias con valores mayores temería por errores de fraude.

Considera conveniente recibir en la puerta de su casa el paquete con el plan solicitado.

Los incentivos motivarían a sus hijos a jugarlos con frecuencia, ya que les encanta recibir premios.

Estaría dispuesta a pagar las multas por pérdidas o daños ya que considera que les enseñaría a sus hijos acerca de responsabilidades obligaría a ser cuidadosos.

Entrevista N° 3

Entrevista a Luis Eduardo Coello Macias, 44 años de edad, padre de 2 hijas con edades de 8 y 6 años, administrador de local de entretenimiento.

Factores que limitan la convivencia familiar

El día que dedica a su familia es el día lunes ya que por sus obligaciones en el local de entretenimiento le impide dedicar los días típicos como fines de semana.

Acostumbran a ir al parque a andar en bicicleta y llevarlos a comer fuera de casa, en esos momentos la interacción es muy buena.

Percepción de los juegos de mesa

El entrevistado está consciente de los beneficios de los juegos de mesa y el beneficio que considera relevante es el desarrollo de las destrezas y agilidad mental.

Preferencias y gustos en cuanto a juegos de mesa.

El entrevistado nos dice que no ha implementado los juegos de mesa con sus hijos debido a que son pequeños, pero si los ha jugado con su esposa y está interesado en incluirlo en sus actividades de interacción familiar.

Frecuencia de consumo

El entrevistado no cuenta con juegos de mesa en su hogar durante los últimos 4 años, pero sus favoritos son las cartas y el ajedrez.

Nivel de aceptación de idea de negocio

El entrevistado mostró un nivel medio de aceptación ante la idea de negocio propuesta. Le interesaría adquirir planes mensuales con renovación anual ya que evitaría de realizar pagos mensuales.

Le parece muy propicio escoger juegos de manera virtual y obtener datos y características relevantes de los juegos que le convendría aplicar en el hogar, ya que no sabe cuál escoger.

El programa de incentivos es percibido como beneficio para obtener descuentos.

Prefiere el pago online y recibirlo en casa.

Está presto a pagar multas por daños.

Variables con sus respectivas preguntas para Focus Group

Tabla 2

Variables y preguntas para Focus Group

| Variables | Preguntas |
|--|---|
| ● Disponibilidad y preferencias de entretenimiento familiar. | ¿Qué hace en el tiempo libre con la familia? ¿Cuáles son las actividades interactivas que comparte con su familia en su hogar? ¿Por qué? |
| ● Preferencias y gustos en cuanto a juegos de mesa. | ¿Cómo considera usted la relación familiar cuando comparte con su familia mientras realizan juegos de mesa? ¿Cada cuánto en su hogar realizan actividades interactivas como los juegos de mesa? ¿Cuál es el tipo de juego de mesa favorito en tu hogar? |
| ● Decisor final. | ¿Cómo seleccionan un juego de mesa? |

| | |
|--------------------------------------|---|
| | ¿Quién tiene mayor poder de elección en el hogar? ¿Por qué? |
| ● Frecuencia de consumo | ¿Cuántos juegos de mesa tienen en casa? ¿Dónde adquiere/adquirió sus juegos de mesa? ¿Qué rango de precio tienen los juegos de mesa que compró? ¿Cuántas veces al año compra juegos de mesa? |
| ● Nivel de aceptación hacia Jugateca | ¿Le interesaría un plan de suscripción que se ajuste a su bolsillo que le garantice diversión familiar? Sin necesidad de adquirir los juegos, al pie de su hogar. ¿Le interesaría obtener datos de características y beneficios de cada uno de los juegos que recibe en la planificación dada por el sitio web? ¿Le gustaría la implementación de un programa de desarrollo para la interacción familiar donde al ir avanzando se le otorgue incentivos por su participación? ¿Por qué? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plan que se ajuste a sus necesidades y deseos? ¿Cómo le gustaría que fuese el pago del servicio? ¿Qué opina de cumplir con las políticas de cuidado, para garantizar una mejor experiencia en nuestro servicio, sujetándose a multas? |

Nota: Elaborado por autores

Focus Group

Tabla 3

Juegos expuestos en Focus Group

| Categorías | Dificultad nivel 1 | Dificultad nivel 2 | Dificultad nivel 3 |
|---------------|-----------------------|--------------------|---------------------------------|
| Cartas | Uno | Naipes | Telefunken |
| Tradicionales | Backgammon | Ajedrez | Damas Chinas |
| Contemporáneo | Risk | Catan | Sword Sorcery |
| Roles | Dungeons and Dragons. | La resistencia | La leyenda de los cinco anillos |

| | | | |
|--------|-----------------------|---------------|----------|
| Dados | La escalera encantada | King of Tokyo | Qwixx |
| Fichas | Jenga | Parchís | Scrabble |

Nota: Elaborado por autores

El grupo focal #1 se realizó con la familia Rivera Santistevan, conformada por:

- Sr. Carlos Rivera Torres, padre de familia, 38 años de edad, asesor financiero en una empresa privada.
- Sra. Luz María Santistevan Bohórquez, madre de familia, 36 años de edad, asistente contable de una entidad bancaria.
- Carlos Luis Rivera Santistevan, hijo mayor, 14 años de edad, estudiante de 1er año de Bachillerato.
- Carlos Francisco Rivera Santistevan, hijo mejor, 12 años de edad, estudiante de noveno año de educación básica.

Variables:

Disponibilidad y preferencias de entretenimiento familiar.

Debido a los estilos de vida de los padres de familia, ellos dedican los fines de semana a compartir actividades familiares, dentro de sus actividades predilectas están ir al cine, salir a comer, aunque por temas de COVID y confinamiento optan a realizar actividades dentro del hogar como Jugar videojuegos, juegos de mesa y solicitar comida a domicilio, con el nuevo temor por contagios de Ómicron la nueva variante del COVID, han decidido retomar las actividades en casa.

Preferencias y gustos en cuanto a juegos de mesa.

Se les mostró 3 juegos de mesa de cada una de las diferentes categorías que Jugateca ofrece al mercado: Juegos de tableros contemporáneos, juegos de fichas, juegos de roles, juegos

de tableros tradicionales, juegos de cartas, cada una de esas 3 opciones por categoría representan diferentes rangos de dificultad: Baja, media y alta.

Se les dio a escoger dos juegos de mesa, a padres como a hijos.

Los padres prefieren los juegos tradicionales nivel de dificultad 3 y juego de cartas nivel 2, ya que indican que son los que aprendieron a jugar desde niños y la preferencia por aquellos juegos sigue.

Se denota que los hijos prefieren juegos que integren a toda la familia, escogiendo juego de tableros contemporáneo con nivel de dificultad 3, y juego de roles con dificultad 2, ya que los hijos piensan que sus padres no podrían entenderlos, aun así, les resultan interesantes enseñarles.

Decisor final

Se identificó que los padres son conscientes que los fines de semana de convivencia se lo dedican a sus hijos, por lo tanto, consideran que están en edad suficiente para elegir el juego ideal.

Frecuencia de consumo

En esta familia poseen 3 juegos de mesa siendo ajedrez, Jenga y cartas (naipes).

El precio más alto de estos juegos corresponde a \$25 y el más bajo es de \$15, han comprado dichos juegos en Jugueterías y supermercados.

No han adquirido más juegos ya que los precios en juegos que le llaman la atención a sus hijos poseen altos precios y no se encuentran con facilidad.

Nivel de aceptación hacia Jugateca

Les pareció muy interesante la propuesta de Jugateca, los incentivos e información de los juegos, consideran que a su conveniencia optarán por el plan fin de semana, ya que son los días

destinados para la convivencia familiar, los padres de familia aceptan la idea de entregas a domicilio y pagos on-line, con un valor establecido por dos juegos de \$8.

El grupo focal # 2 se realizó con la familia Martínez Sosa, conformada por:

- Sr. Ronald José Martínez Córdova, padre de familia, 36 años de edad, Médico general en una clínica privada.
- Sra. Luisa Carolina Sosa Loor, madre de familia, 31 años de edad, maestra parvularia en escuela pública.
- John Alejandro Martínez Sosa, hijo mayor, 9 años de edad (mellizos), estudiante de 5to grado de educación Básica
- Luisa Ariadne Martínez Sosa, hija mayor, 9 años de edad (mellizos), estudiante de 5to grado de educación Básica
- José Luis Martínez Sosa, hijo menor 7 años de edad, estudiante de 3er grado de educación Básica

Variables:

Disponibilidad y preferencias de entretenimiento familiar.

En esta familia los horarios establecidos para la convivencia familiar no siempre son los fines de semana debido a las responsabilidades como médico que realiza el padre de familia, la madre de familia mantiene el teletrabajo, lo que ocasiona que pase en casa mayor tiempo con sus hijos, sin embargo tratan de mantener la interacción familiar los días cuando haya disponibilidad.

Indican que debido a las modificaciones en el estilo de vida por situaciones del COVID, prefieren pasar en casa, dentro de las actividades favoritas está ver películas y preparar dulces y pasteles, además jugar en sus dispositivos móviles.

Preferencias y gustos en cuanto a juegos de mesa.

Los juegos de mesa son usados muy poco en el hogar ya que consideran que sus hijos apenas están en edades que comprenden las reglas de estos, pero son conscientes de los múltiples beneficios que tienen en cuanto al desarrollo de las relaciones familiares y personales. están dispuestos a implementarlos más seguidos en juegos más complejos.

Se les mostró 3 juegos de mesa de cada una de las diferentes categorías que Jugateca ofrece al mercado: Juegos de tableros contemporáneos, juegos de fichas, juegos de roles, juegos de tableros tradicionales, juegos de cartas, cada una de esas 3 opciones por categoría representan diferentes rangos de dificultad: Baja, media y alta.

Se les dio a escoger dos juegos de mesa, a padres como a hijos.

En este caso también se pudo notar que los padres prefieren los juegos tradicionales nivel de dificultad 3 damas chinas, ya que los consideran como clásicos, sin embargo, para fomentar la interacción con sus hijos pequeños prefieren los juegos de fichas como Jenga, que es nivel de dificultad 1.

Se denota que los hijos prefieren los juegos con gráficos más coloridos, escogiendo los juegos de mesa dados en niveles 1 La escalera encantada y nivel 2 King of Tokio de acuerdo a que saben leer y contar espacios.

Decisor final.

Se identificó que quienes toman las decisiones sobre la elección de juegos son los padres, ya que consideran que sus hijos no pueden escoger juegos de mesa sin discutir. Y les interesa conocer el contenido de los juegos para poder tomar las sugerencias de sus hijos y adquirirlos.

Frecuencia de consumo

En esta familia poseen 2 juegos de mesa siendo Jenga y cartas (uno).

El precio más alto de estos juegos corresponde a \$15 y el más bajo es de \$8, han comprado dichos juegos en Jugueterías y supermercados.

Estos juegos los adquirieron en momentos de convivencia con amigos, piensan en adquirir más, aunque consideran que un limitante es el alto precio en los que tienen preferencia sus hijos.

Nivel de aceptación hacia Jugateca

La familia estudiada considera que la propuesta es muy buena y ayudaría en la interacción familiar, la madre se mostró muy entusiasmada al obtener incentivos por completar sus planes y le interesa el conocer los beneficios de los juegos, optan por la suscripción mensual ya que no tienen día establecido de convivencia, les parece muy factible la entrega a domicilio, y prefieren realizar el pago vía online, por los juegos mensuales están dispuestos a pagar \$12, además muestran disposición a pagar multas por daños, ya que consideran el alquiler del servicio.

El grupo focal # 3 se realizó con la familia Romero Landázuri, conformada por:

- Sr. Marco Gabriel Romero Pionce, 39 años de edad, jefe de ventas en una empresa privada.
- Sra. Adriana Lorena Landázuri Arzube, madre de familia, 35 años de edad, Ginecóloga Obstetra en clínica privada.
- Gabriela Lorena Romero Landázuri, hija mayor, 15 años de edad, estudiante de 1er año de bachillerato.
- José Gabriel Romero Landázuri, segundo hijo, 13 años de edad, estudiante de 10mo grado de educación Básica
- Marco Adrián Romero Landázuri, tercer hijo, 10 años de edad, estudiante de Sexto grado de educación Básica.

- Luciana Angeline Romero Landázuri, hija menor de 5 años, estudiante de 1er grado de educación básica.

VARIABLES:

Disponibilidad y preferencias de entretenimiento familiar

La disponibilidad es de los fines de semana, dentro de las actividades que desenvuelven en la interacción familiar es ver películas e ir de visita donde familiares, ya que cada quince días se reúnen para realizar actividades como jugar pelota, cocinar y juegos de mesa.

Preferencias y gustos en cuanto a juegos de mesa

Consideran que los juegos de mesa tienen mucha presencia en las actividades familiares, ya que toda la familia participa.

Se les mostró 3 juegos de mesa de cada una de las diferentes categorías que Jugateca ofrece al mercado: Juegos de tableros contemporáneos, juegos de fichas, juegos de roles, juegos de tableros tradicionales, juegos de cartas, cada una de esas 3 opciones por categoría representan diferentes rangos de dificultad: Baja, media y alta.

Se les dio a escoger dos juegos de mesa, a padres como a hijos.

Los padres prefieren juegos de cartas nivel 2 naipes y fichas nivel 1 jenga, ya que consideran que el jugar naipes ha sido una tradición heredada y fichas ya que entre familiares tienen a ponerse penitencias para hacerlos más divertidos.

Los hijos prefieren juegos de mesa contemporáneos con grado 3 de dificultad, y juegos de roles nivel 3.

Decisor final

El decisor de compra en este caso son los hijos ya que los padres consideran que el juego debe gustarles a ellos.

Frecuencia de consumo

No poseen juegos de mesa en casa, ya que al momento de reunirse con familiares estos últimos son quienes se encargan de llevarlos, ya que son una gran familia. Consideran que son muy costosos y que duran muy poco ya que se suelen perder las piezas.

Nivel de aceptación hacia Jugateca

Consideran factible, ya que pueden incluir nuevos juegos, en sus planes de interacción familiar con mayor entretenimiento, les parece muy acertado la idea de pagarlo de manera online y recibirlos a domicilio, les interesa el plan de fines de semana y pagarían \$7 por dos juegos, están dispuestos a pagar multas por daños.

10.1.1.1.7 Resultados de la Investigación

Análisis de encuesta

El día preferido para realizar actividades familiares son los fines de semana, o uno de los días que lo compongan, sábado o domingo en preferencia, los juegos de mesa se ubican como uno de las 3 actividades predilectas para realizar en familia, según el análisis realizado se concluye en que las familias con hijos entre edades de 8 a 11 años prefieren los juegos contemporáneos, mientras que las familias con hijos mayores de 11 años optan por todos los tipos de juegos con mayor dificultad ya que son capaces de comprenderlos, siendo estos juegos de fichas y contemporáneos, en el estudio unitario también se reconoció que las familias con hijos con edades de 14 años tienen fascinación por los juegos de roles y cartas. Mientras que los hogares sin hijos gustan de juegos de cartas y fichas.

Los encuestados informaron que uno de los factores relevantes para la adquisición de juegos es el precio, y las inversiones que realizan en su mayoría superan los \$16 dólares, suelen adquirirlos principalmente en jugueterías y supermercados. La idea de adquirir el servicio que

pretende ofertar Jugateca presenta gran grado de aceptación, prefieren adquirirlo en su gran mayoría por planes mensuales y fines de semana, y están dispuestos a pagar \$12 y \$7 respectivamente por el servicio, les gustaría adquirir el servicio vía online y recibirlo a domicilio, sin embargo, un porcentaje no está seguro, sin embargo la preferencia por el pago online es muy alta, se debe ofertar dos formas entrega también aceptan las multas que se realizarán por daños en piezas y tableros.

Análisis de entrevistas

Entrevistas a 3 personas que cumplen con el perfil ideal para ser clientes de Jugateca. De esta técnica de investigación se obtuvo información de padres de familia con un 60% con hijos mayores de 9 años y un 40% hijos menores de 8 años, quienes dedican de manera distinta los días de convivencia familiar, se percibió que los factores que impiden la interacción es el trabajo y la hiperconectividad de sus hijos, los entrevistados indican que prefieren ir a parques, cine y visitas familiares como actividades familiares, y cuando están en casa realizan actividades como cocinar, dibujar y pintar, incluyendo ocasionalmente los juegos de mesa, los cuales compran en un promedio de uno a dos anualmente por su alto costo, motivo de limitarlos a realizar más compra de estos, son conscientes de los beneficios de los juegos de mesa como el desarrollo de habilidades, pensamiento estratégico, trabajo en equipo, consideran que mientras realizan esta actividad la confianza aumenta, toman como beneficio a la convivencia dentro del hogar..

Quienes escogen los juegos de mesa en su mayoría son los hijos en edades de 9 años en adelante, siguiendo las tendencias y diseños, cuando son menores en ese rango quienes los escogen son las madres. Las familias con hijos mayores a 9 años son los que se sienten más atraídos por los juegos, ya que son capaces de entenderlos.

Se reconoció un nivel alto en cuanto a aceptación de Jugateca, identificando que los gustos y preferencias son distintos, hay que ofertar variedades de juegos de mesa, ya que eso es lo que les atraería. Hay que ofrecer planes variados ya que todos poseen distintas necesidades y disponibilidad de tiempo, les gustaría tener asesoría para la elección correcta de juegos, que garanticen cumplir las expectativas de todos los integrantes de la familia, por lo tanto, es conveniente ofrecer información acerca de los grandes beneficios que poseen los juegos en el desarrollo personal de los miembros de la familia, así como su interacción entre ellos. Los incentivos son capaces de mantener la continuidad de participación en nuestra idea de negocio.

Se recomienda ofertar la forma de pago on-line, informando a los usuarios acerca de los filtros de seguridad debido a que, al ser una plataforma nueva, sería lo más conveniente. Los usuarios estarían dispuestos a pagar el precio de alquiler semanal entre \$6 y \$8 y en el plan mensual pagarían entre \$10 y \$15.

Reconocen que las multas son importantes para mantener las óptimas condiciones de los juegos y cumplirían con las políticas que se implementen para garantizar el cuidado de los juegos de mesa.

Análisis Focus Group

Esta técnica de investigación permitió conocer las actitudes del grupo objetivo en el proceso de interacción mediante el uso de juegos de mesa mientras respondía las preguntas realizadas, se pudo concluir lo siguiente:

Las personas están conscientes que los juegos de mesa fomentan la interacción familiar. Los días de convivencia familiar son los fines de semana completos o al menos uno de los días que lo conforman (viernes, sábado o domingo). En los hogares con niños menores de 9 años; se descubrió que quienes escogen los juegos de mesa son los padres basados en la dificultad que

presentan, esto es a partir de las sugerencias de los hijos, quienes se basan en el diseño, mientras que las familias con niños mayores de 9 años, quienes seleccionan eran los hijos, siendo capaces de escoger juegos que sean de niveles más altos de dificultad y permitan interactuar todos los miembros de la familia, dentro de este margen los hogares con hijos mayores de 12 años prefieren los juegos con mayor grado de dificultad y a nivel competitivo juegos de mesa contemporáneos y los mayores a 14 se interesan por los juegos de roles.

Durante la interacción, se apreció la mejora en el desarrollo del trabajo en grupo, la recepción de sugerencias y diseños de planes estratégicos para culminar el juego.

Los miembros del Focus Group denotaron como punto desfavorable de los juegos de mesa, el gran esfuerzo económico que deben realizar para obtener variedad de los mismos. Por eso sus limitaciones al adquirirlos como fuentes de entretenimiento para el hogar.

De los 3 grupos focales estudiados, solo 2 poseían juegos de mesa, de los cuales 2 poseen 2 juegos típicos como Jenga y uno (Hogar con hijos con edades de 7 y 9 años); mientras que 1 solo poseía un tablero de ajedrez (hogar con hijos mayores a 12), el otro caso no tenía, debido a que los jugaban en lugares donde iban de visita. Al preguntarles donde los adquirieron indicaron que compraron en jugueterías y supermercados.

Al comentarles la propuesta de obtener planes de suscripción para el alquiler de juegos de mesa, la idea de negocio de Jugateca, para asegurar la mejor experiencia de interacción familiar, la consideran muy factible para crear formas de interactividad familiar que permita mejorar la relación dentro del hogar.

Les parece muy entretenida la idea de la creación de cuenta personalizada con avatar, que ofrezca premios por culminación de planes, se considera como una idea positiva para atraer

clientes. Les gustaría obtener información y asistencia para elegir correctamente los juegos para asegurar diversión.

10.1.1.2 Análisis

10.1.1.2.1 Mercado Objetivo y Potencial. Padres de familia con edades entre 25 a 49 años de edad con hogares compuestos de 4 o más miembros, de la ciudad de Guayaquil dentro de los niveles socioeconómicos A, B y C+, que tienen una vida profesional activa con ingresos estables, que tienen internet en sus hogares, y todos sus miembros usan Smartphones, según estudios de estratificación socioeconómico del INEC.

10.1.1.2.2 Mapa de la Competencia. En el siguiente mapeo se establecen:

Tabla 4

Mapeo de competidores



Nota: Elaborado por autores.

Jugateca actualmente se consideraría como la empresa pionera en el alquiler de juegos de mesa por medio de contratación de servicio en modalidad online, sin embargo tiene competidores indirectos en el mercado que pueden sustituirlo; como se puede notar en el mapeo de competidores, con una mayor calidad y bajo precio, se encuentran los juegos de mesa en versiones digitales (apps) los cuales encuentran disponibles en Market places, mucho de estos son gratuitos; por otro lado se encuentran los competidores que poseen mayor calidad y precios elevados, siguiendo los lineamientos de juegos digitales se encuentran los ofertados en consolas de videojuegos, y en físico muchos de estos se expenden en supermercados y jugueterías de la ciudad.

10.1.1.3 Análisis 5 C's. En este punto se realiza un análisis que permite la obtención de información necesaria de los factores internos y factores externos que pueden modificar la viabilidad de la idea de negocio.

10.1.1.3.1 Contexto. La hiperconectividad se ha convertido en la problemática que interfiere en las actividades que benefician en la interacción familiar, adicional a esto, el mundo entero acaba de pasar por una crisis sanitaria provocada por el Covid-19, que ha modificado las formas de relación interpersonal, durante la etapa de aislamiento social, cuarentena, las actividades familiares como una forma de ocio tuvo un mayor auge, según el sitio web del Diario El Universo, las ventas de juegos de mesa aumentaron.

Análisis PESTEL

Para la puesta en marcha de la idea de negocio se toma en consideración aspectos relevantes de la actual situación del país, donde Jugateca se desenvolverá comercialmente:

Factores políticos y económicos

El promover una forma interactiva de diversión familiar a un bajo costo, es uno de los compromisos de Jugateca, siendo consciente de la actual crisis sanitaria ocurrida desde inicio del

año 2020 por el Covid-19 donde el Ecuador afrontó un momento crítico en su economía y actualmente pasa un reajuste económico que según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en su última encuesta a nivel nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) establecieron que la tasa de empleo adecuado a septiembre del 2020 es de 30,8 % y a septiembre del 2021 es de 33,5 %. Mientras que la tasa de desempleo a septiembre del 2020 es de 6,2 % y a septiembre del 2021 es de 4,9%. Siendo este un panorama aceptable.

Sin embargo, el 14 de diciembre del presente año, el ministerio de salud pública registró el ingreso al país de una nueva variante agresiva del Covid-19 llamado Ómicron, que al cabo de dos días ya ha interrumpido el desenvolvimiento de actividades previstas y propias del país como el retorno total y formal a la modalidad presencial, posibilitando el regreso nacional a la cuarentena si se llegasen a suscitar nuevos casos de contagios en el país. Lo que aumentaría la demanda de servicio de Jugateca.

Factores jurídico-legales

La plataforma digital donde Jugateca desenvolverá su actividad comercial estará sujeta a leyes gubernamentales que buscarán generar procesos comerciales de una manera transparente como es la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas Y Mensajes De Datos, que considera que las actividades comerciales que se desarrollan a través de Internet han adquirido relevancia para el desarrollo del comercio y la producción del país, permitiendo la realización y concreción de múltiples negocios de vital importancia, tanto para el sector público y privado, promueve el impulso de esta modalidad en conjunto con La Ley Orgánica de Telecomunicaciones, cuyo artículo 3, referente a su objetivo, señala en el numeral 4: “promover y fomentar la convergencia de redes, servicios y equipos” y, en el numeral 13: “Fomentar la neutralidad tecnológica y la neutralidad de red”.

Factores tecnológicos

El servicio que oferta Jugateca está diseñado para que su interfaz de un uso fácil y rápido muestre adaptabilidad ante cualquier dispositivo con acceso a internet, a más de incluir puntos de contacto de atención al usuario si el cliente tuviese alguna duda y requiere asesoría al momento de solicitar planes de juegos según su necesidad.

Según datos de Digital 2021 Global Overview Report, en Ecuador, la población aumentó un 1,5% (257.000 habitantes), en cuanto a las conexiones móviles mostró un descenso del 10,1%, equivalente a 1.6 millones de conexiones menos en dispositivos móviles en el 2021, también aumentó el número de usuarios de internet de un 1.5%, integrando a 147.000 de usuarios. Además del aumento en los usuarios de las redes sociales 16.7%, lo que suma a 2 millones de nuevos perfiles, junto a esto; el estado de emergencia sanitaria causado por la propagación mundial del virus del COVID-19 ha impulsado el comercio electrónico y la transformación digital a nivel global, forzando a los consumidores a realizar las compras habituales a través de transacciones de nivel electrónico. De acuerdo con la encuesta realizada por la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico en conjunto con la Universidad de Especialidades Espíritu Santo, se reconoció que el 40% de empresas crearán medios de comercio electrónico para mantenerse en el nuevo auge de operaciones, Como lo realiza Jugateca, con su propuesta de negocio. También se reflejó el aumento considerable de las compras por canales web, impulsando a un 34% de los usuarios de plataformas digitales como medios de compra secundario, a usar estas plataformas constantemente.

Factores sociales.

Durante la etapa de confinamiento impuesto por la situación sanitaria del COVID 19, las actividades familiares se han vuelto la actividad de ocio favorita, y la adquisición de juegos de

mesa y manualidades aumentó, según indicó el portal del diario El Comercio, Jugateca tiene como propuesta de valor ofertar planes que se ajustan al bolsillo y requerimientos de los clientes, teniendo en consideración adicional la posibilidad de volver a situación de cuarentena y distanciamiento social por la nueva cepa del virus.

Factores ambientales

El impacto positivo de Jugateca con el medio ambiente, busca contribuir a la disminución de activos contaminantes como piezas y tableros de composición plástica propios de los juegos de mesa que tienden a ser desechados al ser considerados inútiles al no estar completos, los juegos de mesa que oferta la empresa pretenden ser de una larga vida útil al estar dentro del proyecto de responsabilidad social empresarial donde serán restaurados y entregados lugares establecidos.

Conclusión

A partir lo previamente señalado se puede concluir que el servicio de alquiler de juegos de mesa que ofrece Jugateca es una alternativa conveniente para el mercado guayaquileño, ya que otorga planes que se adecuan a los requerimientos del usuario, proporcionando diversión como una de las actividades de ocio de interacción familiar conveniente en la crisis sanitaria actual, y el posible confinamiento.

10.1.1.3.2 Compañía. Jugateca es una empresa dedicada al alquiler de juegos de mesa, que ofrece planes de suscripción que se ajustan a las necesidades, deseos y requerimientos en cuanto a la elección del plan, entregas y pagos de los clientes, que expende su servicio a través de una plataforma web donde los clientes acceden a beneficios al crear su perfil de usuario, donde accederán a la comunidad de clientes, brindándoles información relevante acerca de cada uno de los juegos para una elección asertiva que garantice diversión a toda la familia

FODA

Fortalezas:

- Plataforma innovadora con una propuesta de valor nueva en el mercado local que permite escoger distintos juegos para la familia.
- Portal web con interfaz de fácil manejo.
- Interfaz ajustable a cualquier dispositivo.
- Proporciona libertad de escoger los juegos al usuario.
- Proporciona asesoría si el cliente lo requiere.
- Los planes de juegos se ajustan al bolsillo y necesidades del cliente.
- Las asesorías no generan un costo adicional.
- Formas de pago online.

Oportunidades:

- Posibilidad de expansión nacional.
- Necesidad de fomentar la interacción familiar.
- Creación de alianzas con empresas de comidas rápidas.

Debilidades:

- Deterioro de juegos por el mal uso.

Amenazas:

- Pueden copiar el mismo modelo de negocio que Jugateca.
- Actualización de juegos digitales.
- Hay canales establecidos que pueden mejorar nuestra oferta de valor y tienen un gran músculo financiero

10.1.1.3.3 Clientes. Nuestros clientes son padres de familia con edades entre 25 a 49 años de edad con hogares compuestos de 4 o más miembros, de la ciudad de Guayaquil dentro de los niveles socioeconómicos A, B y C+, que tienen una vida profesional activa con ingresos estables, que tienen internet en sus hogares, y todos sus miembros usan Smartphones, según estudios de estratificación socioeconómico del INEC.

Estas personas disfrutan de las actividades en familia de ocio en casa, y consideran como una forma de fortalecer los vínculos familiares, permitiéndoles mantenerse alejados de las redes sociales.

Este grupo de personas siempre están buscando la oportunidad de integrar a la familia con actividades que les permitan interactuar de forma más personal y directa con sus seres queridos, teniendo en cuenta que su día es consumido por las tareas del hogar horario extendido de trabajo, y pasar gran parte de su día en una agenda profesional, lo que da como resultado pocas horas dedicadas a sus familiares.

Segmentos

Familias guayaquileñas con integrantes adultos (padres) con dos hijos o más con edades entre 6 y 18 años aficionados de los juegos de mesa que prefieran entregas a domicilios; cuyos hogares se encuentren ubicados en las zonas urbanas del cantón Guayaquil y en un nivel socioeconómico a b c+.

Perfil de consumidor 1: Saben lo que van a pedir, ya se han informado en redes y/o vídeos de YouTube sobre los juegos y buscan los mejores precios.

Perfil de consumidor 2: Necesitan asesoría para elegir los juegos que mejor se ajusten a la familia por la cantidad de integrantes y sus edades.

Perfil de consumidor 3: Les gusta probar variedades prefieren una selección aleatoria para recibir juegos de mesa.

10.1.1.3.4 Competencia. En este punto se realiza un análisis competitivo de la industria a través de las 5 fuerzas de Porter

Poder de negociación de los proveedores

El nivel de negociación con los proveedores es bajo para el giro del negocio, la teoría dice que tendrá la capacidad de adquirir los juegos en distintos lugares del mundo o del país, contado desde proveedores en China como proveedores nacionales como los artesanos o industria local. Como existe tal oferta de manufactura, podrá decidir a quién comprar.

El proveedor que sí tiene poder sería el dueño/propietario de la patente del juego, estas empresas, usualmente internacionales, trabajan con brókeres locales con quienes definen el precio por el derecho de uso de la marca, y todas las negociaciones con ellos.

Debido a que Jugateca solo necesita adquirir variedad de juegos de mesa y para estos artículos la oferta en el mercado es amplia, por lo tanto, puede buscar y comprar, al proveedor más factible, según sus precios y calidad de los mismos.

Poder de negociación de los clientes

El poder de los clientes es mediano, el mercado siempre tiene la capacidad de decidir a quién le compra sobre todo en consumo masivo, y suelen ser sensibles al precio, por lo tanto, en un mercado competitivo con varios productos disponibles el cliente final tendrá el poder de irse por un producto o el otro. Si bien el servicio de suscripción es innovador para el mercado de Ecuador, tendrá que posicionarse y eso toma tiempo y dinero.

Amenaza de nuevos entrantes

Los actores actuales del mercado (jugueterías, tiendas de especialidad) tienen una ventaja de costos y de penetración en el mercado, cuentan con buenas ubicaciones geográficas (Shopping centers) donde el mercado puede llegar fácilmente.

Los costos para los clientes de cambiar de proveedor son inexistentes, por lo tanto, es viable captar mercado por medio de una campaña de Marketing hacia nuestro Grupo Objetivo. Los requisitos de capital son medianamente bajos, puesto que si un competidor decide entrar en el mercado puede lograrlo con una inversión manejable para una empresa pequeña.

Rivalidad entre los competidores existentes.

Es alta dentro del mercado nacional porque no solo se presentan empresas locales con sus ofertas, sino que existen empresas internacionales con una oferta digital que también suma a que este mercado sea competitivo.

Los competidores locales son tradicionales, empresas que tienen locales comerciales para tener presencia en el mercado: realizar descuentos agresivos según la temporada del año, hacen lanzamientos de nuevos productos, invierten en campañas publicitarias y buscan mejorar sus servicios hacia el cliente. Esta fuerza es alta porque el crecimiento del mercado es lento, es un crecimiento orgánico no exponencial, y existen varios competidores en caza continua de adquirir clientes.

Amenaza de productos y servicios sustitutos.

Es alta dentro del mercado nacional porque no solo se presentan empresas locales con sus ofertas, sino que existen empresas internacionales con una oferta digital que también suma a que este mercado sea competitivo.

Los competidores locales son tradicionales, empresas que tienen locales comerciales para tener presencia en el mercado: realizan descuentos agresivos según la temporada del año, hacen lanzamientos de nuevos productos, invierten en campañas publicitarias y buscan mejorar sus servicios hacia el cliente. Esta fuerza es alta porque el crecimiento del mercado es lento, es un crecimiento orgánico no exponencial, y existen varios competidores en caza continua de adquirir clientes. Adicionalmente no existen costos de salida para los clientes de los productos actuales, eso facilita el cambio de preferencias del cliente, y puede probar nuevas propuestas de valor sin tener mayor problema

10.1.1.3.5 Colaboradores. Dentro del giro de negocios de Jugateca podemos crear varias alianzas estratégicas con empresas a que están dentro de la cadena de valor de nuestro mercado objetivo:

Dichas alianzas pueden ser con cadenas de comida rápidas, debido a que son una de las fuentes alimentarias de mayor consumo en fines de semana, en actividades familiares, permitiéndoles a nuestros clientes brindar un servicio completo en cuanto a diversión.

También trabajaremos de cerca con la empresa Wome, empresa ecuatoriana enfocada en solventar envíos de productos.

Empresas manufactureras dentro de Ecuador son importantes porque nos ayudarán a la fabricación de juegos y necesidades depender de fábricas fuera del país que además de los retrasos propios de su operación pueden tener retrasos logísticos en envío de productos a nuestro territorio.

11. Conclusiones

Al realizar el presente estudio de mercado, se pudo obtener información necesaria para definir las necesidades presente en el mercado respecto al grupo objetivo establecido, que se preocupa por mantener la convivencia familiar ante una problemática que día a día repercute negativamente en las familias guayaquileñas, como lo es la hiperconectividad, provocada por la preferencia de los miembros del hogar por pasar hora frente a dispositivos tecnológicos dejando a un lado las actividades de interacción familiar, trayendo consigo una relación interfamiliar casi nula, dicho aspecto tuvo mayor connotación durante la crisis sanitaria que se vivió a nivel mundial, que conllevó a un aislamiento total en cuarentena, a partir de esto se presentaron dos aspectos recalables, en primer lugar la ansiedad por encontrar actividades de ocio dentro del hogar para sobrellevar el encierro que a nivel nacional provocó el aumento en la demanda de juegos de mesa; siendo una oportunidad de negocio detectada y la culturalización por convivir y fomentar la interacción familiar.

Se realizó un estudio cuantitativo y cualitativo para reunir datos reales que nos ayuden a establecer un modelo de negocio viable, con el uso de metodologías de la investigación como fueron las encuesta a 376 personas, entrevistas a padres de familia y 3 Focus Group dirigido a familias, todos estos cumplen con el perfil para formar parte de nuestro grupo objetivo establecido para un análisis con mayor profundidad, acerca de las necesidades y deseos que el modelo de negocio llamado Jugateca debe suplir para lograr establecerse en el mercado local como la opción predilecta por los padres de familia que viven en la ciudad de Guayaquil de Nivel Socio Económico correspondiente a los estratos A, B y C+, en cuanto actividades de recreación familiar que promueve el desarrollo de múltiples beneficios para los miembros del hogar a nivel familiar y personal.

Se concluyó que el nivel de aceptación por la idea de negocio propuesta es muy alta, con un 80%, adicionalmente se pudo identificar los requerimientos del grupo objetivo en cuanto las características que el servicio que ofrecerá Jugateca debe poseer, como el ofrecimiento de planes varios que se ajustan a las necesidades de estos, entrega a domicilio y servicio de pick up, estos puntos ayudarían a crear un clima de confianza en los usuarios que temen arriesgarse al proporcionar datos delicados, también se logró establecer márgenes de precios que el público estaría dispuesto a cancelar por el servicio, denotando gran factibilidad por Jugateca, que en conjunto a los factores externos a nivel político, económico, social, tecnológico y ambiental, además de la aplicación de estrategias reconocidas para el estudio de mercado como las 5c's, FODA, análisis PESTEL, y las 5 fuerzas de Porter, otorgaron un panorama más extenso acerca del entorno competitivo y la situación en que se encontraría la empresa en cuanto a su introducción en el mercado, posibilitando establecer estrategias convenientes que generen un impacto positivo capaces de brindarnos una perspectiva concreta acerca de la viabilidad del proyecto siendo este en todo momento positivo.

12. Recomendaciones

Se recomienda aplicar técnicas de investigación de mercado de modo constante que permita obtener nuevos enfoques en cuanto a la aparición de nuevas necesidades, que darán apertura para trabajar a profundidad estrategias que permitan a la empresa alcanzar el posicionamiento y mantener la fidelización, en el mercado donde se desenvuelve, ya que al ser una propuesta de negocio innovadora, que denota gran aceptación en el público, puede dar apertura a la introducción de nuevos competidores que copien el proyecto.

13. Reflexión

Reconocer las necesidades latentes en el mercado se convierten en oportunidades claves para la creación de grandes modelos de negocios, como ocurrió con el desarrollo de la idea innovadora que denominamos Jugateca, que permitió poner en práctica todos los conocimientos que hemos adquirido ganando experiencia para la aplicación profesional.

Donde una investigación de mercado exhaustiva que nos brindó información útil tanto a nivel interno como externo para continuar con el desarrollo de estrategias y establecer presupuestos que forman parte de un modelo de negocios exitoso.

14. Referencias

Arcotel. (2020). *Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas Y Mensajes De Datos*.

Obtenido de <https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/2015/12/ley-comercio-electronico-firmas-electronicas-y-mensaje-de-datos.pdf>

Astudillo, G. (15 de abril de 2021). El Cyberday.ec se realizará entre el 26 y 27 de abril de 2021. *Diario El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/cyberday-ecuador-promociones-internet-2021.html#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Leonardo%20Ottati%2C%20director%20general,un%20nuevo%20perfil%20de%20comprador.>

Benarroch, Elías. (9 de diciembre de 2021). Gobierno analiza modificar las funciones del Cpccs con consulta. *Revista Swissinfo*. https://www.swissinfo.ch/spa/ecuador-econom%C3%ADa_la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-busca-un-salto-cualitativo-en-2022/47180292

BrandECe are Social. (2021). *Estadísticas digitales Ecuador 2020 por Datareportal*. Obtenido de <https://www.hablemosdemarcas.com/estadisticas-digitales-ecuador-2020/>

Comercio, E. (20 de 11 de 2020). *Actualidad / Negocios*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/compra-juegos-mesa-rompecabezas-pandemia.html>

d' Astous, A., Sanabria, R, y Sigué, S. *Investigación de Mercados*, Editorial Norma, 2003.

Levin Esteban (8-9 de octubre de 2014). *Infancia y subjetividad*. [Discurso principal]. Conferencia de la Universidad Icesi, Univalle, Colombia.

Ministerio de salud pública. (24 de 12 de 2021). *Comunicamos / Noticias destacadas*. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/ecuador-confirma-primer-caso-omicron/>

Pacheco, M. (21 de marzo de 2021). La demanda de Internet subió 30% durante la emergencia. *Diario El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/demanda-internet-emergencia-coronavirus-ecuador.html>

Redacción. (31 de octubre de). La razón por la que los juegos de mesa vuelven a ganar popularidad. *Diario El Universo*. <https://www.eluniverso.com/larevista/2020/10/31/nota/8031880/razon-que-juegos-mesa-vuelven-ganar-popularidad/>

Redacción. (5 de noviembre de 2021). Comercio electrónico, esencial para el crecimiento de las empresas en Ecuador. *Diario digital Nuevo tiempo*. <https://www.elnuevotiempo.com/comercio-electronico-esencial-para-el-crecimiento-de-las-empresas-en-ecuador/#:~:text=Seg%C3%BAn%20los%20%C3%BAltimos%20datos%20el,menor%20a%20un%20doble%20d%C3%ADgito.>

Sánchez, A. (2013). *Diseño de investigación. Principios teórico-metodológicos y prácticos para su concreción*. Anuario Escuela de Archivología 2012-2013 Universidad Nacional de Córdoba, IV, 45.

Soltaín, K. (18 de enero de 2022). Gobierno analiza modificar las funciones del Cpccs con consulta. *Diario El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/politica/gobierno-lasso-cpccs-consulta-popular.html>

We are Social. (2021). *Digital 2021 Global Overview Report*. Obtenido de <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk/>

15. Anexos

Anexo 1. Transcripción del grupo focal #1

Esta sesión de grupo contó con la participación de una familia conformada por 4 personas.

2 padres de familia, 2 hijos, 1 moderador, 1 observador.

| Invitados | Identificación | Edad |
|-------------|----------------|------|
| Padre: | P | 38 |
| Madre: | M | 36 |
| Hijo 1: | H1 | 14 |
| Hijo 2: | H2 | 12 |
| Moderador: | MO | |
| Observador: | O | |

Mo: Muy buenas tardes muchas gracias por dedicarnos parte de su tiempo de convivencia familiar, abrimos las puertas de su casa para realizar el siguiente estudio de investigación.

M: De nada, es un gusto poderte ayudar.

Mo: Empezaré a realizar una serie de preguntas que deben realizar de acuerdo a las actividades que realicen en familia, de nuevo gracias por participar en este estudio.

P: Está bien, seremos lo más sinceros.

Mo: Para iniciar, trataremos de conocer un poco acerca de su familia, conocemos que está compuesta por cuatro miembros presentes, ustedes los padres y sus dos hijos de 14 y 12 años, quienes son adolescentes. Como padres profesionalmente activos, ¿Qué días dedican tiempo a la interacción familiar?

P: Por motivos laborales de ambas partes, los fines de semana los dedicamos a la familia.

Mo: Claro, la profesión de ustedes es de oficina, y ¿cuáles son las actividades interactivas que comparten con su familia?

M: Nos gusta salir, realizar actividades fuera de casa, como salir al cine, comer, conocer nuevos sitios, pero desde que inició el tema de la pandemia modificamos nuestros planes, y ahora preferimos realizar las actividades aquí en casa, mis hijos les gustan jugar en sus celulares, videojuegos que comparten con el papá, aunque yo no sé mucho de eso, me gusta verlos, otra actividad aquí en casa es ver películas y entretenernos con juegos de mesa, que acompañamos con solicitudes de comida.

MO: Por lo que me comenta ustedes disfrutan de los juegos de mesa, siguiendo lo mencionado, ¿cada cuánto los juegan? ¿Cómo consideran la interacción familiar cuando juegan?

P: Por lo general alternamos las actividades para no hacerlas repetitivas, pero lo hacemos en uno de los dos días del fin de semana, ya que no contamos con muchos juegos.

M: Hmmm, en la interacción familiar, pues la considero muy buena ya que trabajamos en equipos y empleamos estrategias, nos gusta compartir esos momentos.

MO: A continuación, les mostraré diversas categorías de juegos de mesa, cada uno ofrece tres alternativas en cuanto a dificultad, ustedes como padres elegirán 2 y sus hijos elegirán también dos, y me explicarán por qué, ¿de acuerdo?

P: Escogemos juegos de cartas: naipes (dificultad 2) y Juegos tradicionales: Ajedrez (dificultad 2)

MO: ¿Por qué?

M: consideramos que son los juegos con los que crecimos, al menos a Carlos le gustan mucho los diversos juegos de naipes y a mí el ajedrez, ya que todos podemos jugar y yo ya les he enseñado a mis hijos a jugarlo.

MO: Ahora sí chicos, ¿cuáles eligen y por qué?

H1: escogimos Sword Sorcery, como juego de mesa contemporáneo nivel 3 ya que papá y mamá pueden aprender rápido y no es difícil, lo vimos en internet una vez y son muy caros, pero se ven muy divertidos.

H2: Y el otro fue juego de roles nivel 2, La resistencia, ya que es un poco difícil aun así en los dos juegos podemos jugar todos, ya solo deben aprenderlo.

MO: son muy considerados chicos, ustedes buscan que todos se diviertan.

H1: A mamá solo le gusta ajedrez porque es el que sabe jugar más y gana.

H2: Y no es justo.

MO: Entonces, ¿A quiénes consideran, que son los que eligen los juegos de mesa; ustedes como padres?

P: Ellos definitivamente, saben lo que quieren y dicen que nos van a enseñar.

M: sería bueno salir de la rutina y hacer los juegos de mesa más interesantes.

MO: ¿Actualmente cuentan con juegos de mesa en casa?

H1: Sí, pero ya son aburridos.

MO: ¿Cuáles son?

M: Ajedrez, jenga y una baraja de cartas.

MO: ¿Cuál es el precio de estos?

P: creo que nos costó \$25 el de ajedrez, vino en un estuche muy bonito, y el jenga unos \$15, lo compramos cuando salió.

M: el juego de naipes lo compramos en un bazar.

MO: No suelen comprar juegos de mesa, ¿cada cuánto lo hacen?

P: realmente no, tal vez compramos cada uno una vez por año, debido a que los costos son muy altos para un buen juego y más los que ellos quieren, que son cómo los que mostraste.

MO: ¿Le interesaría un plan de suscripción que se ajuste a su bolsillo que le garantice diversión familiar? Sin necesidad de adquirir los juegos, al pie de su hogar.

H1: sí, sí queremos.

M: Aún no nos termina de explicar y sí quieres.

MO: esta idea busca brindarle a su familia juegos de mesa que se adapten a lo que los integrantes de la familia quieran, además obtendría datos de características y beneficios de cada uno de los juegos que recibe en la planificación.

P: Se escucha muy interesante ya que sería bueno saber cómo jugarlos.

MO: siguiendo esta idea, ¿Le gustaría la implementación de un programa de desarrollo para la interacción familiar donde al ir avanzando se le otorgue incentivos por su participación?
¿Por qué?

M: ¿a qué se refiere con incentivos?

MO: Es decir, conforme ustedes avanzan con los juegos de mesa y su permanencia se le otorgarán premios como descuentos a través de puntos otorgados cada vez que culmine un plan.

H2: ¿podemos escoger los juegos siempre?

MO: Sí o pedir sugerencias de juegos, todo esto se basa en un sitio web donde pueden crear su propio avatar por su usuario y contraseña, ahí encontrarán la información necesaria para conocer todo de los juegos de mesa que le llegarán al hogar.

P: se escucha muy entretenido para salir de la rutina de siempre.

MO: Sabiendo que la intención de esta idea es el alquiler de juegos, ¿cuánto estarían ustedes dispuestos a pagar por el alquiler de dos juegos de mesas de manera mensual?

M: de manera mensual, pues considero que pagaría \$15 dólares si, conozco el valor real y es mucho más.

MO: ¿y según sus necesidades, tal vez le interesaría el alquiler de fin semanal de dos juegos? De ser así ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

P: Mucho más conveniente ya que son los días disponibles para jugarlos, tal vez pagaría \$8.

MO: ¿estaría dispuesto a pagarlo de manera Online por medio del sitio web de la empresa?

M: Sí, yo no le veo inconveniente.

MO: ¿y la entrega a domicilio?

P: es mejor que salir a buscarlos, así podremos disfrutar sin salir de casa.

MO: Teniendo en consideración que se trata de un alquiler de juegos, ¿Qué opina de cumplir con las políticas de cuidado, para garantizar una mejor experiencia en nuestro servicio, sujetándose a pequeñas multas por daños o pérdidas?

M: considero que está bien, siempre y cuando las condiciones que se nos entreguen sean buenas.

MO: Listo, eso ha sido todo, les agradezco mucho por darnos esta oportunidad de estudiar una idea de negocio.

P: Nos resulta muy favorable.

M: de nada, fue un gusto ayudarte.

Transcripción del grupo focal #2

Esta sesión de grupo contó con la participación de una familia conformada por 5 personas.

2 padres de familia, 3 hijos, 1 moderador, 1 observador.

| Invitados | Identificación | Edad |
|-------------|----------------|------|
| Padre: | P | 36 |
| Madre: | M | 31 |
| Hijo 1: | H1 | 9 |
| Hijo 2: | H2 | 9 |
| Hijo 3 | H3 | 7 |
| Moderador: | MO | |
| Observador: | O | |

Mo: Muy buen día, es un gusto poder compartir con ustedes y que nos regales un espacio de su tiempo en familia para poder realizar un estudio investigativo.

P: No te preocupes, indícanos en ¿qué te podemos ayudar?

Mo: Les realizaré una serie de preguntas, que tratan de conocer las actividades que realizan como interacción familiar. Buscamos que nos brinden sus respuestas reales, y les agradecemos por este tiempo.

M: No hay problema.

Mo: anteriormente ya nos informaron acerca de la composición familiar y contamos con la presencia de toda la familia, padre, madre con profesiones activas y tres hijos, mellizos de 9 años y uno menor de 7 años de edad, ¿correcto?

P: Así es.

MO: ¿Qué días dedican tiempo a la interacción familiar?

M: No te podemos dar días exactos debido a temas de trabajo, mi esposo no tiene un horario establecido, ya que pueden ser las 3 de la tarde de un domingo y recibe llamadas de emergencia y debe trasladarse, por mi parte yo me desenvuelvo profesionalmente por el medio digital, teletrabajo, así que mi tiempo libre se lo dedico a actividades de casa y a pasar con los niños.

MO: Y en los ratos libres, ¿cuáles son las actividades interactivas que comparten con su familia?

M: Ahora que nos hemos visto envuelto en situaciones que nos limitan de actividades al exterior por el COVID y sus variantes, preferimos ver películas, hacer dulces, pasteles y los niños juegan en sus tabletas con supervisión obviamente.

MO: ¿Han incluido en sus planes de interacción familiar juegos de mesa? De ser así, ¿Cuándo los juegan?

P: Que yo tenga conocimiento muy poco, a lo mucho jugamos ella y yo.

M: nuestros hijos apenas están en edades en las que pueden aprender reglas de juego, pero sí me gustaría incluirlos en nuestras actividades de interacción.

MO: ¿conocen acerca de los beneficios de los juegos de mesa en el desarrollo personal y familiar?

M: sí, por eso empezaré a incluirlos.

MO: ok, ahora les enseñaré diversas categorías de juegos de mesa, cada uno ofrece tres opciones referentes a niveles de dificultad, ustedes como padres elegirán 2 y sus hijos elegirán también dos, y me explicarán el porqué de su elección.

M: escogemos el nivel 3 en dificultad de juegos tradicionales que son las damas chinas, es lo que jugamos ambos, y para compartir con nuestro pequeños jenga que es nivel 1 en dificultad en juegos de fichas. Y por qué en esta última elección es que para ellos es más fácil y práctico, no tiene reglas.

H2: nosotros escogimos este (señalando la escalera encantada) juego de dados y King of Tokio ya que es más bonito.

M: escogen esos porque saben contar espacios y leer.

MO: ¿A quiénes considerarían, que son los que eligen los juegos de mesa?

M: por ahora nosotros, ya que hay que cuidar mucho lo que nuestros hijos miran y juegan, pero si se toma en cuenta sus gustos ya que les atrae las cosas llamativas.

MO: ¿Actualmente cuentan con juegos de mesa en el hogar?

P: sí un juego de damas, aunque ya no jugamos porque se han perdido piezas.

M: ese ya no cuenta, aun así, tenemos Jenga y cartas Uno, que adquirimos cuando vinieron de visita amigos.

MO: ¿Cuál es el precio de los juegos de mesa que han adquirido, y en donde los compraron?

M: No recuerdo bien los precios, ¿tú te acuerdas?, de lo que sí me acuerdo es que el Jenga lo compramos en la juguetería y el Uno en el comisariato.

P: \$15 y \$8 las cartas eran pequeñas.

MO: ok y ¿cada cuánto compran juegos?

P: Casi nunca, es más los compramos para interactuar con amigos.

MO: ¿Qué opina de adquirir un plan de suscripción que se ajuste a su bolsillo que le garantice diversión familiar? Sin necesidad de adquirir los juegos.

P: ¿alquiler?

MO: es decir, le ofrece alquiler de juegos de mesa que se adapten a las necesidades y deseos de su hogar para que todos los integrantes puedan divertirse, funciona través de un sitio web donde ustedes se crea usuario con avatar y escoge los juegos a partir de las sugerencias que se le realiza, además obtendría la información necesaria de los juegos, así como sus beneficios en el desarrollo de habilidades que beneficien a la familia.

M: me interesa, ya que me permite conocer lo que resulta beneficioso para mis hijos mientras se divierten.

MO: se les ofrece una variedad de juegos a un precio módico. Además, ¿Le gustaría la implementación de un programa de desarrollo para la interacción familiar donde al ir avanzando se le otorgue incentivos por su participación?

P: considero que sí ellos se motivarían a seguir desarrollando sus destrezas.

MO: se les ofrece planes que se ajusten a sus necesidades, tal vez fines de semana, mensual, etc.

M: considero que nos ayudaría mucho el plan mensual, ya que no tenemos día destinado, por los motivos ya dichos.

MO: ¿cuánto estarían ustedes dispuestos a pagar por el alquiler de dos juegos de mesas de manera mensual?

P: si nosotros podemos elegirlos, considero que invertiría no más de \$20

MO: entonces, ¿estarían dispuestos a pagarlo de manera Online por medio del sitio web oficial, donde ustedes adquieren el plan?

M: Aunque a veces da un poco de miedo arriesgarse con un sitio nuevo, considero que sí lo haría si los precios son bajos, como indicó mi esposo.

MO: ¿Le interesaría que las entregas sean a domicilio?

M: sí, ya que es lo que se hace ahora para evitar contacto con el mundo exterior y evitar contagiarnos.

MO: Hemos culminado. Les agradezco mucho por permitirnos realizar este estudio, nuevamente.

P: no te preocupes es un negocio muy útil el que nos has expuesto.

Transcripción del grupo focal #3

Esta sesión de grupo contó con la participación de una familia conformada por 6 personas.

2 padres de familia, 4 hijos, 1 moderador, 1 observador.

| Invitados | Identificación | Edad |
|-------------|----------------|------|
| Padre: | P | 39 |
| Madre: | M | 35 |
| Hijo 1: | H1 | 15 |
| Hijo 2: | H2 | 13 |
| Hijo 3 | H3 | 10 |
| Hijo 4 | H4 | 5 |
| Moderador: | MO | |
| Observador: | O | |

MO: Gracias por recibirnos en su hogar, y ser partícipes de nuestro proyecto de investigación. Seremos breves debido al corto tiempo disponible, para que puedan continuar con sus actividades planificadas. A continuación, les realizaré una serie de preguntas que me permitirán conocer las formas de interacción familiar que ustedes desenvuelven, de antemano les agradezco la sinceridad.

M: listo, responderemos todo lo que nos preguntes.

Mo: son una familia conformada por 6 integrantes, padres activos profesionalmente y todos sus hijos estudiantes, con edades de 15, 13, 10 y 5 años respectivamente, ¿de acuerdo?

M: Correcto.

Mo: ¿Qué días dedican a la convivencia familiar y qué actividades realizan?

P: Así es.

MO: ¿Qué días dedican tiempo a la interacción familiar?

P: Por lo general los fines de semana los dedicamos a la familia, con hijos adolescente cada uno tiene dependencia, pero acostumbramos a ver películas salir al cine y cada quince día vamos de visita donde familiares ya que toda la familia se reúne para hacer actividades como asados, jugar pelota juegos de cartas o de mesa para celebraciones y así, es tradición familiar.

MO: Me ha dicho que una de sus actividades involucra juegos de mesa, ¿Cuándo los juegan?

P: Siempre que nos reunimos con la familia, los adultos juegan cartas y los chicos se reúnen a jugar juegos más juveniles.

MO: ¿Qué juegos de mesa son los favoritos en el hogar?

M: por lo general las cartas y a los chicos les gustan los juegos modernos.

MO: Listo, a continuación, les estaré mostrando juegos de mesa correspondientes a varias categorías, de estos cada uno tiene juegos distintos que corresponden niveles de dificultad,

siendo uno el más fácil y 3 el más complicado, los padres elegirán 2 y sus hijos elegirán también dos, además me dirán por qué los escogieron.

M: los naipes definitivamente son nivel dos en juegos de cartas porque es tradición familiar y las fichas escogemos el jenga, ya que cuando jugamos en familia siempre ponemos retos y son más fáciles de entender para todos.

MO: listo, y ustedes nichos ¿cuál eligen?

H1: escogemos el nivel 3 en juegos de mesa contemporáneos que es Sword Sorcery Ya que es más difícil y nos gusta mucho y en juego de roles escogemos el nivel 3 que es La leyenda de los cinco anillos.

H3: Aunque a mí me gustó King of Tokyo.

H1: dice que los que escogemos son muy difíciles, pero a nosotros nos gusta.

H2: no quiere aprender a jugar.

MO: claro siempre va a variar dependiendo de la edad, eso es muy normal. Ahora sí, ustedes como jefes del hogar, ¿a quiénes consideran, que son los que eligen los juegos de mesa para la familia?

P: considero que, a nuestros hijos, ya que ellos son los que disfrutan del juego y si nos explican mejor, pero tienen problemas para ponerse de acuerdo, así es siempre.

MO: Ahora me responden la siguiente pregunta, por favor, ¿Actualmente en el hogar, cuentan con juegos de mesa?

H1: No, ya que siempre que jugamos vamos a casas de mis abuelos o tíos y ahí es donde mis primos tienen juegos.

MO: Como ya vimos que existen muchas diferencias en la elección de juegos para el hogar, ¿no le parece conveniente poder usted también llevar sus propios juegos? Siguiendo esta

línea ¿qué opina de adquirir un plan de suscripción que se ajuste a su bolsillo que le garantice diversión a toda la familia sin necesidad de adquirir los juegos? Es decir, un alquiler, que le permitirá escoger los juegos que su familia escoja también recibirá sugerencias para que no haya discusiones y toda la familia disfrute.

P: Me suena a algo muy costoso.

MO: No, de hecho, la idea es una plataforma digital donde usted pueda alquilar los juegos de mesa, conocerá las características y beneficios de estos, brindándole precios módicos y con plan de incentivos.

H1: ¿Cómo son los incentivos?

MO: es decir que cumpliendo cada plan se le otorgarán puntos que le otorgarán descuentos en sus próximos planes.

M: son muy interesantes. Sí yo estaría dispuesta a adquirirlo.

MO: estos planes se ajustan a sus necesidades y requerimientos, ¿cuánto estarían ustedes dispuestos a pagar por el alquiler de dos juegos de mesas de manera mensual?

P: unos \$15 máximo ya que es alquiler y nosotros los usaríamos los fines de semana.

MO: Entonces si le dijera que existe la oportunidad de alquilar dos juegos por un fin de semana, ¿qué le parece la idea? ¿Cuánto pagaría?

P: mucho más factible, estaría dispuesto a pagar hasta\$7

MO: otra pregunta es, ¿estarían dispuestos a pagarlo a través de la plataforma web? Donde obtendrán la información pertinente.

M: Sí.

MO: ¿les interesaría que los paquetes de juegos sean entregados a domicilio?

P: por supuesto, no tendremos que visitar jugueterías para comprarlos.

MO: Dado que son juegos de mesa para alquiler, ¿estarían de acuerdo con que haya pequeñas multas por daños o pérdidas de piezas de los juegos?

M: Considero que está bien, ya que es un alquiler y eso es normal.

MO: Muchas gracias por el tiempo brindado, no los interrumpo más, para que continúen con sus planes.

P: De nada, gracias.