UNIVERSIDAD CASA GRANDE

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS POLÍTICAS

MODELO DE NEGOCIO "JUGATECA":

GERENCIA DE ESTUDIO DEL PLAN DE MARKETING

Elaborado por:

ANA BELEN FALCONI MACKLIFF

Tutoría por: Héctor Andrade

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador
Febrero,2022

2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN. -
Para la publicación de trabajos de titulación,

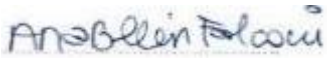
Yo, **Falconi Mackliff Ana Belén** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación **"Modelo de Negocio Jugateca: Gerencia de Plan de Marketing"**, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio **"Jugateca".**

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.

Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes: Emilia Lorena Vera Mieles, Gabriel Vicente Verduga Flor, Janis María Zambrano Vera, Fabrizio Luis Bellini Robles y Guadalupe Irene Viteri Palan.

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

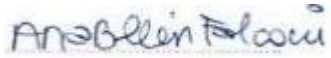


Falconi Mackliff Ana Belén
0925907800

Declaro que,

Yo, Falconi Mackliff Ana Belén en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación **"Modelo de Negocio Jugateca: Gerencia de Plan de Marketing"** 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.



Falconi Mackliff Ana Belén
0925907800

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, género 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 Maria Zambrano Vera, Emilia Lorena Vera Mieles, Gabriel Vicente Verduga Flor, Irene Viteri y Fabrizio Luis Bellini Robles y explica el plan de negocios del proyecto denominado "Jugateca"; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

4. PALABRAS CLAVES. -

Hiperconectividad, Interacción familiar, Actividad de ocio, Juegos de mesa, Sitio web, suscripción, modelo de negocio

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 CONTENIDO. -

Índice teórico **No. de página**

1. Caratula 1
2. Cláusula de autorización 2 - 3
3. Resumen ejecutivo 4
4. Palabras claves 4
5. Consideraciones éticas 5
6. Índice 5 - 6
7. Antecedentes y justificación 6 - 9
8. Objetivos general y específicos del proyecto 9
    8.1. Objetivo general 9
    8.2. Objetivos específicos 9 - 10
9. Breve descripción del modelo del negocio 10 - 12
10. Descripción del modelo de negocio 12 – 22
    10.1 GERENCIA: PLAN DE MARKETING
        10.1.1 La posición estratégica
            10.1.1.1.1 Estrategia Competitiva
            10.1.1.1.2 Diferenciales
            10.1.1.1.3 Posicionamiento
        10.1.1.2 Producto / Servicio:
        10.1.1.3 Precio
        10.1.1.4 Distribución
        10.1.1.5 Promoción y Comunicación

10.1.1.5.1 Nombre de la empresa
10.1.1.5.2 Slogan y logotipo
10.1.1.5.3 Plan de Medios y presupuesto

10. Conclusiones y recomendaciones 22 - 24

11. Referencias bibliográficas 24 - 25

12. Anexos y gráficos

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, lo cual da como resultado una degradación de comunicación entre los miembros de la familia y aumenta la tensión emocional en el núcleo familiar.

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

Esteban Levin, psicoanalista argentino, en una de sus conferencias dijo “Por las pantallas se corre el riesgo de acabar el diálogo en las familias, con el peligro que eso trae para la herencia, porque se transmite o asimila un niño que tiene cortada la conversación con el otro. Para él pareciera que lo único que existen son imágenes, pero estas no tienen cuerpo, sustancia, ni transmiten” (2014)

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

Según el portal web Datta (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.

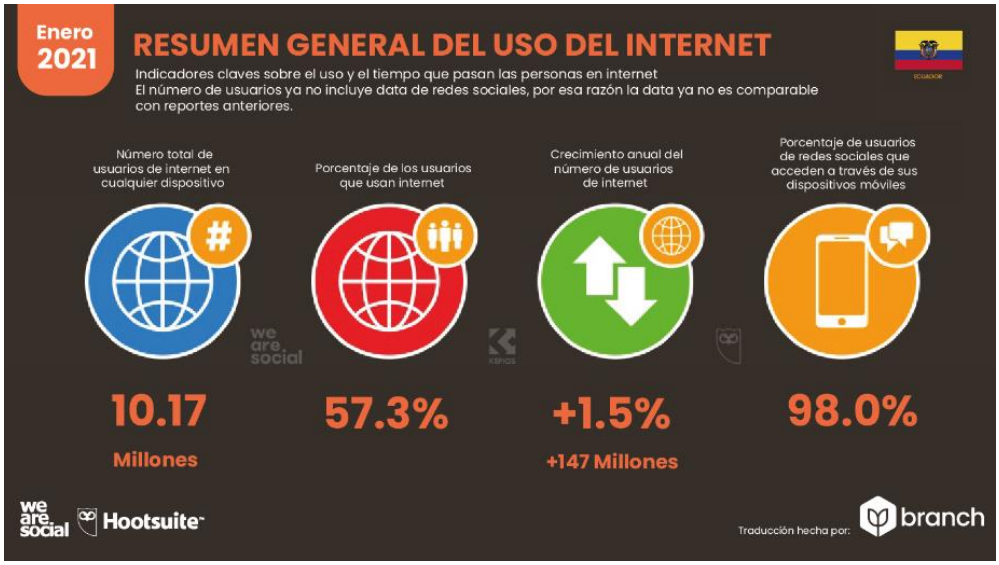


Ilustración 1 Estadísticas de la situación digital del Ecuador en el 2020-2021
Fuente: Branch.com.co, 2021

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

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

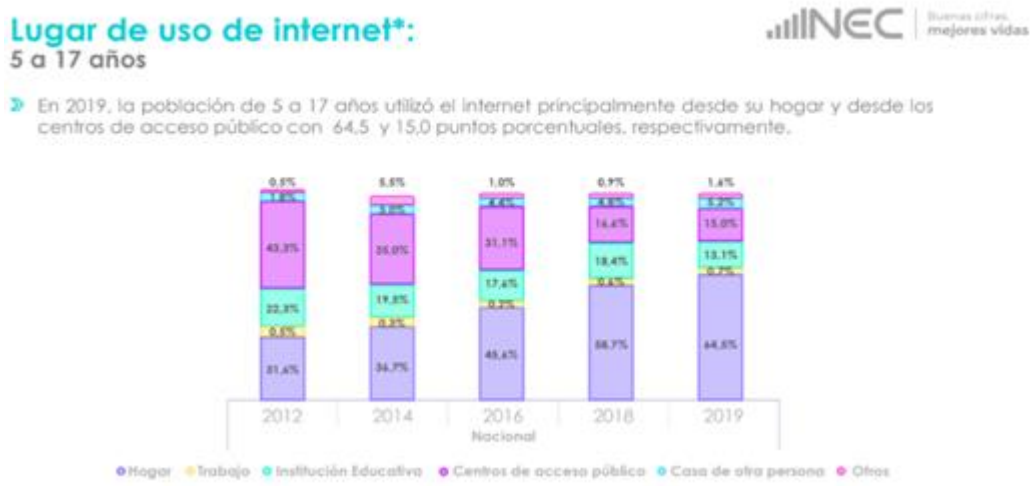


Ilustración 3 Lugar de uso de internet entre edades de 5 a 17 años.
Fuente: INEC TIC, 2019

La crisis sanitaria que aún enfrenta el mundo entero, que si bien es cierto generó tiempos de cuarentena individual, también obligó a las familias a pasar más tiempo juntos, y a pesar de que hizo que la digitalización crezca de manera exponencial, según el Diario El Universo, en el tiempo que duró la cuarentena que tuvo lugar durante el primer semestre del 2020, la venta de juegos de mesa aumentó considerablemente. Por los datos expuestos

previamente y al ver esta forma en que, a pesar de tener pantallas disponibles, las personas buscaron actividades alternativas para su entretenimiento, y es de ahí donde surge la idea de negocio Jugateca que, al ofrecer una gran variedad de juegos y planes accesibles, busca ser una alternativa viable a la problemática detectada.

8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO. -

8.1. Objetivo general

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

8.2 Objetivos específicos

- Identificar y determinar la oportunidad de negocio desde la aplicación de la metodología Design Thinking, que se encarga de establecer las posibles soluciones ante la problemática detectada y escoger la opción más viable para la satisfacción de dicha necesidad.

- Realizar un estudio de investigación de mercado, que nos permita conocer la factibilidad de la idea de negocio ante el grupo objetivo establecido y el mercado donde se desenvolverá, con la finalidad de poder modificar las pautas que comprenden al desarrollo del mismo, para asegurar la supervivencia de la marca.

- Elaborar el documento de plan de marketing, que se realiza con base en todas las investigaciones realizadas por Jugateca para establecer los objetivos de marketing reales y medibles que la empresa debe perseguir para mejorar su posición estratégica en el mercado donde se va a

desenvolver, mediante la aplicación de acciones correspondientes al servicio que se va ofertar, su precio conveniente, la plaza, y promoción.

- Analizar y determinar los aspectos técnicos legales más viables para la puesta en marcha de la idea de negocio, Jugateca, mediante el reconocimiento de los gastos iniciales y todas las gestiones legales que beneficie y respalde la actividad comercial que desarrollará la empresa.

- Analizar y determinar las gestiones administrativas internas como el establecimiento del talento humano, derechos y obligaciones; además de planificar y gestionar las actividades correspondientes a responsabilidad social para la consecución de los objetivos de la ODS.

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

9. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO. -

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

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

El estudio de mercado se realizó con base en la consecución del objetivo general "identificar las preferencias de entretenimiento en juegos de mesa para brindar un mejor servicio a las familias Guayaquileñas". Se realizaron encuestas a 278 personas y 3 focus group con familias que cumplen el perfil de consumidores establecido para Jugateca, donde se concluyó que la propuesta poseía gran aceptación y además permitió mejorar el proceso de servicio y la propuesta de valor destinada para Jugateca.

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

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

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

Actualmente, Jugateca, no cuenta con competidores directos en el mercado donde se desenvolverá en cuanto a su actividad comercial, sin embargo, existen competidores indirectos quienes son los encargados de expedir los juegos de mesa como lo son jugueterías y supermercados, por lo tanto, es de vital importancia la aplicación del plan de marketing que establece las estrategias ideales de diferenciación como lo son: la no necesidad de adquirir los juegos por el precio completo para poder usarlos, contar con catálogos variados de juegos con sugerencias de acuerdo con los requerimientos del

cliente, poseer empaque y entrega personalizada, como los planes de entretenimiento de acuerdo a las necesidades y presupuesto del cliente, adicionalmente, se realizará un programa de recompensas por utilizar los servicios de Jugateca; estrategias de posicionamiento que permita a esta nueva empresa destacar entre los competidores y logre establecerse en la mente de los consumidores como la mejor opción respecto a actividades de recreación que fomenten la interacción familiar, todo esto destacará en la campaña digital de introducción los primeros 3 meses denominada diversión con Jugateca y las acciones de publicidad BTL (eventos al aire libre) como técnica de recordación de marca dos veces por año.

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

La empresa denotará compromiso social con stakeholders internos y externos mediante la aplicación de proyectos de responsabilidad social empresarial que trata de alcanzar a los objetivos de la ODS 9, industria, innovación e infraestructura, con “Innova y juega” y la ODS 13, acción por el clima, con “Diversión en el hogar”.

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

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

10. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

10.1 GERENCIA DE PLAN DE MARKETING

Este capítulo busca tratar la posición estratégica con la que la empresa va a competir en el mercado, con la finalidad de alcanzar posicionamiento en la mente del mercado potencial al que se dirige.

10.1.2 La posición estratégica

Jugateca se presenta como la única empresa dedicada al alquiler de juegos de mesa mediante su sitio web, que asegura diversión a precios módicos basándose en las necesidades y deseos de sus clientes, generando un beneficio en el desarrollo personal y mejora en las relaciones familiares.

10.1.2.1.1 Estrategia Competitiva

Jugateca se distingue como la opción más factible en cuanto a entretenimiento sano, para toda la familia, mientras genera un beneficio en el desarrollo personal y mejora en las relaciones familiares.

Siguiendo este lineamiento Jugateca se presenta en el mercado nacional como la única empresa dedicada al alquiler de juegos de mesa, que asegura diversión a precios módicos basándose en las necesidades y deseos de sus clientes.

Más allá de ofrecer un servicio, pretende entregar una experiencia personalizada al cliente desde el momento que entra en contacto con nuestro sitio web y crea su perfil, ya que el usuario será capaz de crear su avatar logrando distinción, además encontrará información necesaria acerca de los juegos como sus características y el aporte al desenvolvimiento personal que genera, así como las sugerencias que van acorde a sus necesidades familiares como: el número y edades de los miembros de la familia, el tiempo destinado.

El sitio web de Jugateca está diseñado con una interfaz de fácil manejo, adaptable al dispositivo móvil donde sea buscada, a pesar de esto, el usuario puede despejar sus dudas y solicitar asistencia en caso de ser necesario mediante la burbuja de atención al usuario presente en la página o contactarse vía WhatsApp. La forma de pago es on line y los modos de entrega (a domicilio o pick up).

Para nuevos usuarios al realizar su primer alquiler, se les otorgará un descuento del 5% en el plan que adquieran.
Jugateca también ofrecerá “estrellas” puntos por cada culminación del plan, visibles en la aplicación, para las acumule y el usuario pueda completar su diploma virtual y ganar artículos branding y descuentos de hasta el 15% en sus próximas compras.

10.1.2.1.2 Diferenciales

- Personalización de cuenta del usuario mediante avatar.
- No es necesario adquirir los juegos por el precio completo para poder usarlos
- Catálogos de juegos segregados en 4 grupos por edades y subgrupos por cantidad de participantes.
- Empaque y entrega personalizada
- Planes de entretenimiento personalizados, de acuerdo a las necesidades y presupuesto del cliente.
- programa de recompensas por utilizar los servicios de Jugateca

10.1.2.1.3 Posicionamiento

Jugateca busca posicionarse en la mente del público, como la mejor opción en actividades de recreación que beneficien a la interacción familiar.

10.1.2.2 Producto / Servicio:

Jugateca, es un sitio web con una interfaz fácil de usar que permite a sus usuarios crear su propia cuenta con avatar personalizado, para el alquiler de juegos de mesa, por medio de suscripciones que se ajustan a las necesidades y presupuesto de sus clientes, ofreciéndoles asistencia personalizada en la creación de planes que garanticen diversión e interacción familiar, además de información útil que le permita conocer acerca de los beneficios y características que posee cada juego, fomentando mejoras en el vínculo familiar, mejoren la comunicación positiva, promuevan el pensamiento crítico y cumplimiento de reglas.

10.1.2.3 Precio

Los precios fueron establecidos de acuerdo a los costos que genera proveer del servicio y la investigación de mercado realizada.

Plan Fin de semana: En este plan Jugateca entregará dos juegos por el valor de uno a sus clientes.

Plan Mensual: En este plan, Jugateca entregará 2 juegos mensuales durante la duración de la suscripción.

Plan Trimestral: En este plan Jugateca entregara 2 juegos mensuales durante la duración de los tres meses de suscripción.

Plan Anual: En este plan Jugateca entregará 2 juegos mensuales durante la duración del plan anual.

Tipo de plan	Precio en US$
Fin de semana	8.00
Mensual	15.00
Trimestral	42.88
Anual	171.50

En caso de requerir hasta 2 juegos adicionales, tendrán un costo de $4 c/u. de 3 a 4 juegos adicionales $3.33 c/u y de 5 juegos en adelante, el costo será de $2.80 c/u.

10.1.2.4 Distribución

La empresa establece sus servicios para toda la ciudad de Guayaquil, con entregas a domicilio, sin embargo, también se cuenta con servicio Pick Up y oficinas de atención al cliente, ubicado en Urdesa Central, en la calle Víctor Emilio Estrada, norte de Guayaquil.

10.1.2.5 Promoción y Comunicación

Al ser una nueva empresa, los esfuerzos de marketing estarán dirigidos a dar conocimiento de la marca en el mercado al que se dirige, por lo tanto, la campaña de lanzamiento emplea el uso de las redes sociales con mayor apogeo, como lo son: Facebook, Instagram y Tik Tok.

Según el informe proporcionado por Ecuador Digital (2021), en el país hay aproximadamente 13,8 millones promedios de usuarios a internet. De los cuales Facebook posee 12,04 M total de usuarios, Usuarios, Instagram tiene 4,02 M y Tik Tok cuenta con 1,4 Millones

También se establece que Guayaquil es una de las ciudades con más usuarios de Facebook en el país, ocupando el 19%. A nivel nacional Facebook es la red social con mayor popularidad, dentro de nuestro grupo objetivo según cifras otorgadas por Ecuador Digital (2021), el 56 % de los usuarios poseen edades entre 25 a 54 años de edad.

Mientras tanto Instagram se postula como la segunda red social con mayor audiencia reflejando un 55% de los usuarios con edades entre 25 a 54 años de edad. Tik Tok posee un 46% de audiencia con edades entre 25 a 5 años de edad.

Definición del problema de comunicación:

Jugateca es una nueva empresa que busca posicionarse en el mercado local como la mejor opción en actividades familiares de ocio.

Objetivos de comunicación:

Buscar que el grupo objetivo conozca acerca de la marca, características y beneficios.

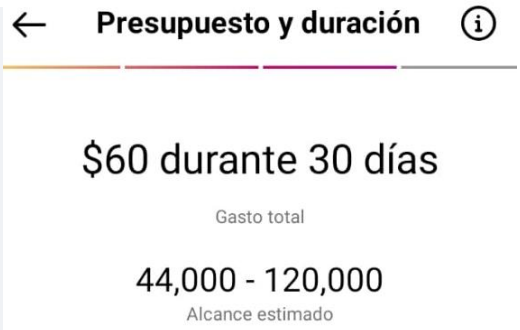
Plan de medios

Plan de marketing digital.

Para la campaña de marketing digital se toma en consideración las redes sociales de Facebook, Instagram y en menor esfuerzo Tik-Tok.

Ejemplificación del primer mes.

Alcance: Se ha establecido un total de 8.2 mil personas alcanzadas mediante la red social Facebook. Mientras que en Instagram se estima un alcance de 120 mil personas por publicación generando un total estimado de 202 mil personas alcanzadas por acción en la red social y Tik-Tok ofrece un alcance de 3000 personas.



Se usarán las redes sociales con mayor apogeo: Facebook e Instagram, con la misma cantidad de publicaciones y pautas, de manera individual se espera un CTR estimado del 4.1% dicho valor es considerado bueno referente a nuevas empresas que buscan establecerse en el mercado según las redes sociales empleadas, para Tik Tok se espera un CTR del 2%.

Alcance de 202 mil X 4.1% = 8,282 clics estimados por publicidad en Facebook e Instagram.

Alcance de 3 mil x 4.1% = 123 clics estimados por publicidad en Tik-Tok.

Del total de clics que dirigen al sitio web de Jugateca, se estima conseguir un 5% de leads, lo que corresponde a un total de 414 personas que se crean su perfil de usuario en el sitio web de Jugateca por cada acción en conjunto por Facebook e Instagram. Y en Tik-Tok se espera un 5% de leads dando un total de 6 personas

Del total de publicaciones realizadas en orden establecido en el timming, se estiman un total 5,017 personas que crearán su perfil de usuario en nuestro sitio web.

Para estos últimos se desarrollará la estrategia de e-mailing obtenidos a partir de información brindada por los usuarios al crear su cuenta que consistirá en enviar información y descuentos para persuadirlos a continuar con la adquisición de servicios.

Del total de usuarios se estima alcanzar un 19% que indica total de 944 personas que se suscribirán para adquirir los servicios de Jugateca.

Posicionamiento:

SEO: por la parte orgánica en redes sociales Jugateca incluirá los siguientes hashtags #DiversiónconJugateca propio nombre de la campaña, #Diversiónenfamilia, #juegosdemesa, útiles como keywords.

SEM: Se utilizarán los servicios de Google AdWords, para el posicionamiento local en la ciudad de Guayaquil con las siguientes keywords: Juegos de mesa y actividades en familia, el CTR promedio es 3.17% (3 de cada 100 personas hacen clics en el anuncio) siendo un total estimado de 1570 con una tasa de conversión es de 3.75% referente a que 4 de cada 100 personas compran luego de hacer clic en el anuncio lo que refiere un total de 56 personas.

La estimación total por el primer mes de Jugateca es de 476 suscripciones aproximadamente.

Contenidos a implementar

Primera Fase Expectativa

Nombre de campaña: La campaña de introducción tendrá por nombre “Diversión con Jugateca”. Todas las piezas publicitarias y concursos contarán con el #DiversiónConJugateca.

Duración 2 meses.

Modalidad OTL

Creación de páginas oficiales de Jugateca en las redes sociales seleccionadas.

Se realizarán 3 publicaciones semanales con pauta publicitaria de los servicios de Meta, en Facebook e Instagram, costo por clic en el enlace (CPC). Ya que a más de obtener impresiones se busca que los usuarios visiten el sitio web de Jugateca.

6 piezas gráficas de Jugateca donde dará información sobre la marca.

5 Piezas informativas que hablarán de los beneficios de los juegos de mesa.

4 Piezas audiovisuales donde se mostrarán la forma de entrar al sitio web y creación de usuarios para adquirir los servicios.

5 Piezas audiovisuales promocionales de la experiencia de adquirir los servicios de Jugateca.

4 Piezas gráficas donde se realicen concursos con la finalidad de generar retroalimentación con el usuario.

2 Concursos de trivias acerca de los juegos de mesa, los usuarios acumulan puntos canjeables por servicio gratis o artículos branding.

Segunda Fase: Posicionamiento y crecimiento.

Se mantendrán las actualizaciones semanales de tres publicaciones semanales con información relevante, avisos de eventos a realizar y beneficios de la marca en todas nuestras redes sociales.

Se realizarán dos eventos en el primer año de la marca.

1er evento de lanzamiento: Diversión con Jugateca

Dirigido a: nuestro grupo objetivo.

Fecha estimada: Fin de semana anterior al iniciar las actividades comerciales de Jugateca.

Objetivo: informar al público la existencia, beneficios y modo de adquisición en la plataforma web de una nueva opción de entretenimiento familiar, alquiler de juegos de mesa, que ofrece múltiples beneficios en planes de suscripción acorde a las necesidades y deseos del cliente, con sistema de adquisición vía online.

Lugar: Parque samanes, dicho sitio escogido ya que congrega a muchas familias que buscan realizar actividades fuera del hogar.

Descripción: el evento consiste en ofrecer al público una muestra de la experiencia de servicio que ofrece Jugateca, mediante el alquiler de los juegos de mesa con un costo de $0,25 centavos por juego por una hora.

Actividades a realizar:

Se realizará sorteos con todos los participantes en la actividad que hayan subido su foto de su asistencia y participación en la red social de su preferencia como Facebook, Instagram y videos en Tik-tok, usando el #Diversion con Jugateca, se sortearán dos por día, es decir 4 ganadores totales, el premio será par el primer lugar una suscripción mensual por 3 meses y el segundo lugar una suscripción semanal la fecha que el ganador escoja.

Gratuito: Caritas pintadas básicas, espacios confortables, zona para tomarse fotos y grabar tik-toks, fotos con personajes de dibujos animados personificados.

No gratuitos: Alquiler de juegos de mesa, venta de snacks y bebidas.

Generalidades: La temática del evento serán los juegos de mesas, con decoración basada en la similitud de los tableros de maderas propios de los juego y objetos decorativos con formas de piezas de los juegos, todo esto bajo carpas que protegerán a los invitados de las situaciones climáticas que se presenten evitando generar molestias, el mobiliario será super cómodo para realizar las actividades propias de los juegos de mesa.

Disposiciones: entrada gratuita reservándose el derecho de admisión.

Horario: sábado y domingo desde 10 am hasta 5 pm.

2do evento de posicionamiento: Yo ♡ Jugateca

Dirigido a: Nuestro grupo objetivo.

Fecha estimada: primer fin de semana del mes de junio.

Objetivo: Recordar al público la existencia, beneficios y modo de adquisición en la plataforma web de una nueva opción de entretenimiento familiar, alquiler de juegos de mesa, que ofrece múltiples beneficios en planes de suscripción acorde a las necesidades y deseos del cliente, con sistema de adquisición vía online.

Lugar: Malecón 200, explanada del Imax, el lugar es uno de los preferidos por el público en general en especial familias, posee una buena vista turística, ubicado junto a la zona de juegos de dicho lugar.

Descripción: el evento será comunicado de manera permanente a través de las redes sociales de Jugateca con dos meses de anticipación, durante un mes se receptarán las inscripciones de participantes a través del sitio web de la marca, donde se seleccionarán solo 20 participantes por categorías con un mes de anticipación al evento, luego se avisarán a los escogidos, quienes confirmarán asistencia, en caso de no poder asistir se le brindará oportunidad a otros inscritos.

Actividades a realizar:

Se realizarán dos días de torneos correspondientes a un fin de semana.

Día 1 sábado: se realizarán las primeras eliminaciones entre los 20 jugadores por categoría hasta que queden los finalistas de manera simultánea.

Día 2 domingo: se establecerán los ganadores por cada categoría y serán premiados.

Premios: todos los primeros lugares obtendrán suscripciones mensuales gratuitas durante un año y artículos branding gorra, camisa y audífonos. Los segundos puestos obtendrán artículos branding (gorra, camisa y audífonos)

Gratuito: Caritas pintadas básicas, espacios confortables, zona para tomarse fotos y grabar Tik-toks, fotos con personajes de dibujos animados personificados.

No gratuitos: venta de snacks y bebidas.

Generalidades: La temática del evento serán de nuevo los juegos de mesas, con decoración basada en la similitud de los tableros de maderas propios de los juego y objetos decorativos con formas de piezas de los juegos, todo esto bajo carpas que protegerán a los invitados de las situaciones climáticas que se presenten evitando generar molestias, el mobiliario será super cómodo para realizar las actividades propias de los juegos de mesa.

Disposiciones: entrada gratuita reservándose el derecho de admisión.

Horario: sábado y domingo desde 10 am hasta 5 pm.

Tercera fase: Fidelización

Sorteos a los usuarios que compartan la pieza gráfica en su perfil etiquetando a 5 de sus amigos. Publicidades y etiquetar a usuarios.

Para Tik-Tok se realizan 2 Publicaciones semanales.

6 video “randoms” cómicos acerca de compartir con los juegos de mesa que ofrece Jugateca.

3 piezas audiovisuales donde se mostrarán la forma de entrar al sitio web y creación de usuarios para adquirir los servicios.

5 piezas audiovisuales promocionales de la experiencia de adquirir los servicios de Jugateca.

2 piezas gráficas donde se realicen concursos con la finalidad de generar retroalimentación con el usuario.

Además, se contará con la participación de 2 influencers, para la promoción de Jugateca en sus publicaciones, las cuales se realizarán 2 veces por semana.

10.1.2.5.1 Nombre de la empresa

Jugateca.

10.1.2.5.2 Slogan y logotipo

Slogan: Juegos de mesa a domicilio.

Logotipo:

10.1.2.5.3 Plan de Medios y presupuesto

Plan de medios

Redes sociales: Instagram, Facebook y Tik Tok (evaluar el contenido a presentar en cada una de las redes)

Asistencia personalizada, además de la plataforma, se realizará vía WhatsApp.

Presupuesto

Detalle de Gastos de Marketing	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Pauta Social Media	$ 1.920	$ 1.920	$ 1.080	$ 1.080	$ 1.080	$ 1.920	$ 1.080	$ 1.080	$ 1.080	$ 1.080	$ 1.080	$ 1.080	$ 15.480
Pauta Google	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	$ 1.716
YouTube	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	$ -
Producción de Videos y piezas gráficas	600	600	300	300	300	600	300	300	300	300	300	300	$ 4.500
Costos BTL /Branding	1700	50	50	50	50	1700	50	50	50	50	50	50	$ 3.900
Email Marketing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	$ -
Influenciadores	490	490	245	245	245	490	245	245	245	245	245	245	$ 3.675
Total Gastos de Marketing	4853	$ 3.203	$ 1.818	$ 1.818	$ 1.818	$ 4.853	$ 1.818	$ 1.818	$ 1.818	$ 1.818	$ 1.818	$ 1.818	$ 29.271

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Esta investigación tuvo como objetivo, identificar estrategias efectivas para que las familias puedan conectar de manera más profunda, sin necesidad de usar tecnología,

mientras comparten un buen momento, realizando un estudio de mercado, abarcando las 4P´s del marketing, Precio, Plaza, Producto y promoción.

El estudio fue realizado con los datos que nos arrojaron las encuestas, en las cuales determinamos la mezcla de la mercadotecnia para el producto Jugateca, que consiste en ofrecer un servicio distinto a la competencia, a precios accesibles y distribuido con estrategias de promoción y asociación con otras empresas, para que podamos posicionarnos como preferencia del consumidor.

Analizamos las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del producto, para conocer las razones que podrían darle superioridad sobre la competencia, y los que podrían reducir su grado de aceptación por parte del consumidor. Se identificaron los aspectos que diferencian a Jugateca de la competencia y se encontró que la principal ventaja competitiva del producto es: la manera sencilla de tener juegos de mesa, sin salir de casa, con una suscripción totalmente posible de pagar y que, además, tiene otros beneficios.

Presentamos a la empresa una estrategia de mercado: ofreceremos una serie de técnicas para poder cumplir con las metas propuestas para los 5 primeros años de funcionamiento del servicio.

Finalmente, con el plan de marketing elaborado, vamos a conseguir los objetivos de negocio propuestos, y con esto alcanzar la rentabilidad y sostenibilidad necesaria para que el proyecto sea exitoso.

Recomendaciones

Después de la elaboración del proyecto, se presentan una serie de recomendaciones generales que podrían ayudar a la empresa a mejorar su desempeño y facilitar la implementación del plan general de marketing.

- Dar seguimiento a las estrategias implementadas, para poder evaluar su efectividad.
- Participar en ferias o actividades de la industria de juegos en general.
- Actualizar constantemente los medios de suscripción de Jugateca.

- Implementar las recomendaciones de todas las gerencias para tener buenos resultados en conjunto.
- Incrementar la variedad de juegos de mesa.
- Crear juegos propios, con artesanos nacionales.

12 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albrecht, K. y Zemke, R. (1985). Gerencia del servicio. https://es.slideshare.net/albertogaitan87/gerencia-del-servicio-karl-albrecht-ron-zamke
- 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%BAn%20Leonardo%20Ottati%2C%20director%20general,un%20nuevo%20perfil%20de%20comprador.
- Benarroch, E. (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
- INEC. (2019). Encuesta Multipropósito Tic. Ecuador.
- Levin Esteban (8-9 de Octubre de 2014). Infancia y subjetividad. [Discurso principal]. Conferencia de la Universidad Icesi, Univalle, Colombia.
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2000). Asamblea Nacional. Registro Oficial, Suplemento 116.
- MINTEL. (2020). Ministerio De Telecomunicaciones Y De La Sociedad De La Información. Obtenido de https://aportecivico.gobiernoelectronico.gob.ec/system/documents/attachments/000/000/011/original/58b9ab393399dc479d2fb43c7a305ff0de62ec96.PDF
- 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.
- 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