



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**MODELO DE NEGOCIO  
“Clikily”**

**GERENCIA DE MARKETING**

**Elaborado por:**

**Alfredo Antonio Veintimilla Rizo**

**Tutoría por: Daniella María Fernández Malnati**

**GRADO**

**Trabajo previo a la obtención del Título de:**

**Licenciado en Administración de Empresas**

**Guayaquil, Ecuador  
Febrero, 2024**

## 2. Cláusula de Autorización

Yo, **Alfredo Antonio Veintimilla Rizo** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación **“Modelo de Negocio - Clikily: Gerencia de Marketing”**, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio **“Clikily”**.
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: Luis Javier Yépez Fuentes, Johana de los Ángeles Valarezo Ordóñez y Verónica Isabel Narvárez Zapata.

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.



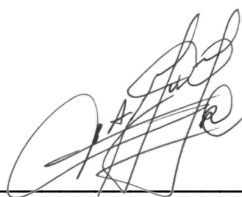
---

**Alfredo Antonio Veintimilla Rizo**  
**0919596536**

Declaro que

**Yo, Alfredo Antonio Veintimilla Rizo** en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación **“Modelo de Negocio - Clikily: Gerencia 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.



---

**Alfredo Antonio Veintimilla Rizo**  
**0919596536**

### 3. Resumen Ejecutivo

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Luis Javier Yépez Fuentes, Johana de los Ángeles Valarezo Ordóñez, Verónica Isabel Narváez Zapata, Alfredo Antonio Veintimilla Rizo, y explica el plan de negocios del proyecto denominado “Clikily”; 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.

El proyecto Clikily se presenta como una innovadora solución digital destinada a fortalecer la comunicación y las relaciones entre padres e hijos adolescentes, en respuesta a los desafíos impuestos por la creciente influencia de la tecnología en la vida cotidiana. A través de la integración de gamificación, tecnología avanzada y estrategias psicoeducativas, esta plataforma propone un enfoque único para abordar la brecha comunicativa intergeneracional, subrayando la importancia del soporte familiar en el desarrollo psicológico de los jóvenes. La propuesta de valor de Clikily radica en su capacidad para ofrecer una experiencia interactiva, educativa y emocionalmente enriquecedora, promoviendo un diálogo abierto y comprensión mutua. Este enfoque no solo responde a una necesidad crítica en la sociedad actual, sino que también coloca a Clikily en una posición estratégica para captar un segmento de mercado poco explorado.

La investigación de mercado realizada confirma la existencia de una demanda significativa por experiencias educativas interactivas entre adolescentes y una clara necesidad por parte de los padres de mejorar la comunicación con sus hijos. Con un 76.2% de los adolescentes expresando un alto interés en este tipo de plataformas, Clikily se

destaca como una propuesta viable y necesaria. La estrategia de marketing del proyecto se centra en resaltar su propuesta de valor única, utilizando canales digitales para maximizar su alcance y atractivo tanto para padres como para adolescentes. Este enfoque estratégico promete no solo captar la atención de su público objetivo sino también fomentar una comunidad activa y comprometida con el mejoramiento de las relaciones familiares.

El desarrollo técnico de Klikily enfatiza la importancia de una interfaz accesible y atractiva, asegurando una experiencia de usuario fluida y satisfactoria. La inversión significativa en el desarrollo de la plataforma refleja el compromiso del proyecto con la innovación y la calidad, apoyado por un equipo especializado en aspectos técnicos y psicosociales. Además, el proyecto muestra un fuerte compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), especialmente en lo que respecta a la educación de calidad y el bienestar, posicionándolo como una inversión atractiva con potencial de crecimiento y un impacto social significativo. En conclusión, Klikily representa una oportunidad prometedora para inversores interesados en contribuir positivamente a la sociedad mientras buscan rendimientos financieros sustanciales, combinando innovación, responsabilidad social y viabilidad financiera en un proyecto único en el ámbito de la educación digital y el bienestar familiar.

#### **4. Palabras Clave**

Adolescentes, Comunicación, Relaciones familiares, Padres e hijos, Herramientas digitales, Hijos adolescentes

## **5. Consideraciones Éticas**

La elaboración del modelo de negocio de Clikily se ha fundamentado en sólidas consideraciones éticas, garantizando el respeto por la propiedad intelectual y promoviendo un trato ético hacia todas las personas involucradas en todas las etapas de desarrollo del proyecto. Este enfoque asegura una base moral sólida para el proyecto, reflejando nuestro compromiso con la integridad y la responsabilidad social en cada etapa de desarrollo y ejecución del modelo.

6. Índice del Contenido

- 2. Cláusula de Autorización ..... ii
- 3. Resumen Ejecutivo ..... iv
- 4. Palabras Clave ..... v
- 5. Consideraciones Éticas ..... vi
- 6. Índice del Contenido ..... vii
- 7. Antecedentes y Justificación..... 9
  - Contexto ..... 9
  - Análisis de las 5 C's ..... 11
- 8. Objetivos ..... 13
  - 8.1 Objetivo General ..... 13
  - 8.2. Objetivos Específicos..... 13
- 9. Descripción del Modelo de Negocios..... 14
- 10. Gerencia de Marketing ..... 16
  - 10.1 La Posición Estratégica ..... 16
    - Análisis DAFO..... 16
    - Matriz FODA y Objetivos ..... 16
    - Matriz EFI..... 19
    - Matriz EFE ..... 20
    - Interpretación de las Matrices EFI y EFE ..... 21
    - 10.1.1 Estrategia Competitiva..... 22
  - Análisis Competitivo ..... 22
    - Grupo Estratégico ..... 23
    - 10.1.2 Diferenciales ..... 25
    - 10.1.3 Posicionamiento..... 27
  - 10.2 Servicio ..... 37
  - 10.3 Precio..... 39
  - 10.4 Distribución ..... 40
  - 10.5 Promoción y Comunicación ..... 42

	10.5.1 Nombre de la Empresa .....	42
	10.5.2 Slogan y Logotipo .....	44
	Logotipo .....	44
	Slogan.....	44
	10.5.3 Plan de Medios y Presupuesto .....	45
	Selección de Medios.....	45
	Plan de Medios .....	50
	Presupuesto.....	52
11.	Conclusiones y Recomendaciones.....	53
	Recomendaciones .....	54
12.	Referencias.....	56



## 7. Antecedentes y Justificación

### Contexto

En la actualidad, marcada por transformaciones tecnológicas y cambios en el tejido social, las familias enfrentan desafíos significativos en la comunicación y en la relación entre padres e hijos adolescentes. La adolescencia, siendo una etapa de desarrollo crucial, demanda un enfoque especializado para abordar las necesidades emocionales y comunicativas que surgen. La dificultad para establecer canales de comunicación efectivos entre padres e hijos no solo afecta la dinámica familiar, sino que también repercute en el bienestar emocional y el desarrollo social de los adolescentes. Este proyecto nace como una iniciativa para responder a la necesidad creciente de mejorar la comunicación familiar, proponiendo el uso de tecnologías digitales como medio para fortalecer los vínculos afectivos y mejorar las dinámicas dentro del núcleo familiar, dado “que un buen nivel de comunicación familiar conlleva una buena autoestima en los adolescentes y viceversa” Hañari (2020).

En un mundo donde la tecnología domina muchos aspectos de nuestra vida diaria, la comunicación entre padres e hijos ha enfrentado nuevos desafíos, especialmente durante la adolescencia. Según Peces Gómez (2022), la importancia del apoyo familiar en el desarrollo psicológico positivo de los adolescentes tiene un impacto alto, a la vez que la brecha de comunicación entre generaciones se ha ampliado. Bajo esta premisa, Clikily se introduce en este contexto como una solución innovadora, siendo una herramienta que tiene como objetivo principal fortalecer los vínculos de comunicación y mejorar la calidad de las relaciones familiares. Este proyecto único en su tipo en nuestro mercado combina la gamificación, las herramientas tecnológicas y la usabilidad con estrategias psicoeducativas para crear un espacio donde padres e hijos puedan aprender y fortalecer su relación en conjunto.

La justificación del proyecto radica en la observación de que, pese a la proliferación de medios de comunicación digitales, la calidad de la interacción entre padres e hijos ha decaído. La brecha generacional, exacerbada por el ritmo acelerado de los cambios tecnológicos, plantea un desafío único para la comunicación familiar. Las estructuras familiares se ven presionadas no solo por factores externos, como el entorno social y económico, sino también por el uso intensivo de tecnología que modifica las formas de interacción. Frente a este panorama, surge la imperiosa necesidad de desarrollar estrategias que permitan recuperar la comunicación efectiva y el entendimiento mutuo, utilizando las mismas tecnologías que, en parte, han contribuido al distanciamiento.

Como aditamento para ilustrar la problemática que pretende abordar nuestro proyecto, encontramos que, además de las brechas generacionales afrontamos un problema crudo sobre la salud mental de los adolescentes. Un estudio afirma lo siguiente:

A nivel mundial, la salud mental de las niñas, niños y adolescentes se encuentra en una situación preocupante. Según estadísticas del Ministerio de Salud Pública del Ecuador, el 20% de las niñas, niños y adolescentes en el país presentan síntomas de depresión o ansiedad y el 10% ha considerado o intentado suicidarse (MSP, 2021). World Vision Ecuador (2023)

Este contexto subraya la necesidad crítica de intervenciones que promuevan la salud mental y el bienestar emocional, especialmente entre los más jóvenes.

Además, la falta de una comunicación abierta y efectiva entre padres e hijos ha demostrado ser un factor que incide de forma negativa en el desarrollo y comportamiento de los jóvenes. Una investigación del Center for Disease Control and Prevention (2021) indica que los adolescentes que tienen una comunicación pobre con sus padres tienen un 50% más de probabilidad de involucrarse en comportamientos de riesgo, como el consumo de alcohol y drogas, en comparación con aquellos que tienen una comunicación efectiva. Este

dato refuerza la importancia de proyectos como Clikily, que buscan mejorar la comunicación y el entendimiento mutuo dentro de las familias.

### **Análisis de las 5 C's**

**Compañía:** Clikily se presenta como una plataforma innovadora en el ámbito de la tecnología aplicada al bienestar familiar. Su propuesta única combina herramientas digitales con enfoques pedagógicos y psicológicos para facilitar la comunicación entre padres e hijos adolescentes. La visión de la compañía es ser líder en soluciones digitales que mejoren las relaciones familiares, adaptándose a los retos y necesidades cambiantes de la sociedad. Este enfoque demuestra un compromiso con la excelencia y la innovación, buscando constantemente maneras de integrar nuevas tecnologías para el fortalecimiento de los lazos familiares.

**Clientes:** El público objetivo de Clikily incluye una diversidad de familias que enfrentan desafíos comunicativos en la era digital. Desde familias tradicionales hasta estructuras más contemporáneas, la plataforma se diseña para ser inclusiva y adaptable a las necesidades específicas de cada usuario. La identificación de estas necesidades y la personalización del servicio son cruciales para el éxito del proyecto, apuntando a una mejora significativa en la calidad de la comunicación familiar. Clikily reconoce la importancia de entender y respetar la diversidad de las familias modernas, ofreciendo soluciones flexibles y efectivas.

**Competencia:** En el mercado actual, Clikily se distingue por su enfoque único en la combinación de tecnología y personalización para mejorar la comunicación familiar. Aunque existen servicios que buscan abordar problemas similares, la propuesta de Clikily sobresale por su capacidad para crear una experiencia adaptativa y atractiva para los adolescentes, manteniendo al mismo tiempo la relevancia y utilidad para los padres. Esta diferenciación estratégica posiciona a Clikily como una solución vanguardista frente a opciones más tradicionales como la terapia familiar o aplicaciones genéricas de desarrollo personal. La

plataforma se configura como un recurso integral que responde específicamente a las necesidades de comunicación entre padres e hijos adolescentes.

**Colaboradores:** El éxito de Clikily depende en gran medida de la colaboración con expertos en distintas áreas, desde la psicología adolescente hasta la tecnología de la información. Estas alianzas estratégicas permiten enriquecer la plataforma con contenidos validados y estrategias efectivas para el desarrollo emocional y comunicacional. Además, la colaboración con instituciones educativas y organizaciones enfocadas en el bienestar familiar amplía el alcance y la penetración del proyecto, facilitando su adopción en diferentes contextos. Estos colaboradores no solo aportan credibilidad y profundidad al proyecto, sino que también contribuyen a su continua innovación y mejora.

**Contexto:** El entorno actual, caracterizado por rápidos avances tecnológicos y cambios sociales, ofrece tanto desafíos como oportunidades para la comunicación familiar. Clikily se inserta en este contexto como una solución oportuna y relevante, buscando utilizar la tecnología para abordar de manera efectiva los problemas de comunicación entre padres e hijos adolescentes. La capacidad de adaptarse a las tendencias actuales y satisfacer las necesidades emergentes de las familias modernas es fundamental para el impacto y la sostenibilidad del proyecto. Este enfoque contextualizado asegura que Clikily no solo responde a los desafíos de hoy, sino que también se prepara para las futuras dinámicas familiares.

Clikily representa una iniciativa holística frente a los retos de la comunicación familiar, proponiendo una solución tecnológica innovadora para fomentar una interacción más efectiva y fortalecer las relaciones entre padres e hijos adolescentes. Se destaca la importancia y la urgencia de implementar proyectos que no solo mejoren la dinámica familiar, sino que también contribuyan al desarrollo emocional y social de los adolescentes.

## 8. Objetivos

### 8.1 Objetivo General

Desarrollar y optimizar la comunicación y el fortalecimiento de los vínculos familiares entre padres e hijos adolescentes mediante la implementación de una plataforma digital interactiva que incorpore recursos educativos y herramientas de comunicación eficaces.

### 8.2. Objetivos Específicos

- **Facilitar el Acceso a Recursos:** Proveer un acceso ininterrumpido a una variedad de recursos educativos y herramientas de comunicación diseñados específicamente para padres e hijos adolescentes, con el fin de apoyar el desarrollo emocional y cognitivo de los adolescentes.
- **Fomentar la Participación Parental:** Estimular una participación activa y consciente de los padres en el desarrollo personal de sus hijos adolescentes, mediante la creación de espacios virtuales que favorezcan la interacción y el acompañamiento.
- **Proporcionar Contenido Personalizado:** Ofrecer contenido personalizado y adaptado a las necesidades específicas de cada familia, permitiendo una experiencia más relevante y enriquecedora para cada usuario, y apoyando la diversidad de estructuras y dinámicas familiares.
- **Promover el Diálogo Constructivo:** Incentivar la interacción y el diálogo constructivo entre padres e hijos adolescentes sobre temas de importancia crítica, como valores éticos, salud mental y desarrollo de habilidades sociales, a través de actividades interactivas y contenido participativo.
- **Evaluación Continua del Impacto:** Implementar un sistema de evaluación continua que permita medir el impacto del proyecto en la mejora de la dinámica familiar, facilitando la identificación de áreas de mejora y la realización de ajustes necesarios para aumentar la efectividad del programa.

## 9. Descripción del Modelo de Negocios

El proyecto "Clikily" emerge como una solución innovadora diseñada para abordar desafíos cruciales en la comunicación y relación entre padres e hijos adolescentes. Identificando puntos de dolor específicos, tales como la limitada disponibilidad de tiempo de los padres, la dificultad para encontrar intereses comunes, y la frustración mutua por la falta de comprensión, "Clikily" propone una plataforma digital interactiva que facilita el desarrollo de nuevas habilidades comunicacionales. La propuesta de valor se centra en mejorar significativamente las dinámicas familiares, promoviendo un entendimiento mutuo y fortaleciendo los vínculos emocionales. Este modelo de negocios articula cómo, a través de una integración efectiva de tecnología, contenido especializado y metodologías lúdicas, se propone transformar la interacción familiar.

Los usuarios de "Clikily" enfrentan obstáculos significativos en la comunicación dentro del entorno familiar, derivados de la falta de tiempo, la ausencia de intereses compartidos, y barreras emocionales y generacionales. La propuesta de "Clikily" se sustenta en el desarrollo y la optimización de la comunicación y el fortalecimiento de los vínculos familiares, a través de una plataforma que integra recursos educativos y herramientas de comunicación avanzadas. Objetivos específicos incluyen fomentar la participación activa de los padres, facilitar el acceso a recursos educativos, proporcionar contenido personalizado, promover el diálogo constructivo, y evaluar el impacto del proyecto en la dinámica familiar. Estos elementos subrayan un compromiso con la mejora continua de las relaciones familiares, apoyando el bienestar emocional y cognitivo de los adolescentes.

"Clikily" se distingue en el mercado por su enfoque integral y tecnológicamente avanzado para mejorar la comunicación familiar. La plataforma se beneficia de la contribución de personal especializado en psicología y educación, garantizando que el contenido sea relevante, actualizado y personalizado a las necesidades de cada familia. Incorpora elementos de gamificación y actividades interactivas para fomentar la

participación y el aprendizaje. Además, ofrece seguimiento y análisis individualizado del progreso, accesible las 24 horas del día, 7 días a la semana, asegurando una experiencia adaptada y enfocada en resultados tangibles.

"Clikily" propone una aplicación digital que sirve como puente para acercar a padres e hijos adolescentes, a través de la entrega de información especializada, juegos, desafíos y recompensas. La metodología se basa en la interactividad y personalización, creando un entorno estimulante que promueve el bienestar familiar y el desarrollo socioemocional de los adolescentes. Se enfatiza la importancia de un ambiente familiar saludable que contribuya a mejorar la dinámica familiar y fortalecer la relación padres-hijos. La evaluación continua del impacto del proyecto permite realizar ajustes necesarios, asegurando que "Clikily" se mantenga como una herramienta efectiva y relevante para sus usuarios.

## 10. Gerencia de Marketing

### 10.1 La Posición Estratégica

#### Análisis DAFO



Fuente: Elaboración propia

#### Matriz FODA y Objetivos

Durante el proceso de determinación de objetivos para la elaboración de estrategias que permitan la consecución de estos, se han considerado las combinaciones de los elementos de la matriz FODA con la finalidad de establecer una acción para cada elemento resultante. Las acciones a tomar cuentan con un enfoque relacionado a los objetivos del proyecto, en el que se entrega una relevancia alta a los factores de especialidad en temas relacionados a la psicología adolescente, el uso de la tecnología, los componentes lúdicos, la mejora continua y el uso de canales que permitan alcanzar al mercado objetivo.



	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<b>F1</b> Capacidad Tecnológica <b>F2</b> Propuesta de valor disruptiva <b>F3</b> Canales de acceso disponibles <b>F4</b> Capacidad de evaluar en tiempo real <b>F5</b> Servicio con costos accesibles <b>F6</b> Posibilidad de segmentar el mercado <b>F7</b> Interacción en línea	<b>D1</b> Servicio nuevo <b>D2</b> Escaso conocimiento de la marca <b>D3</b> Escasa disponibilidad de especialistas en desarrollo psico-emocional <b>D4</b> Disponibilidad de capital de trabajo limitado
<b>OPORTUNIDADES</b> <b>O1</b> Demanda potencial insatisfecha <b>O2</b> Ansiedad de padres respecto a sus hijos adolescentes <b>O3</b> Adolescentes con necesidades de explorar el entorno <b>O4</b> Tendencias tecnológicas en auge <b>O5</b> Expansión del E-commerce <b>O6</b> Posibilidad de captar familias numerosas <b>O7</b> Irrupción de la Inteligencia Artificial	<b>FO</b> <b>F1O4</b> Implementar programa de I+D para incorporar nuevas tendencias y tecnologías al servicio que se brinda. <b>F2O2</b> Mostrar evidencias de lo que el servicio puede hacer para entretener y formar a los hijos adolescentes <b>F2O3</b> Diseñar e incorporar al servicio actividades alineadas con los intereses de los adolescentes <b>F3O1</b> Implementar canales de e-commerce para facilitar el acceso de los consumidores al servicio <b>F4O3</b> Utilizar la información en tiempo real para ajustar o adaptar las actividades a la respuesta de los adolescentes <b>F5O1</b> Diseñar estrategia de comunicación para visibilizar la excelente relación calidad precio <b>F6O1</b> Desarrollar campañas de Marketing para segmentos específicos, capitalizando la demanda potencial	<b>DO</b> <b>D1O1</b> Diseñar e implementar campaña de Marketing para el lanzamiento del servicio y hacerse conocer <b>D2O1</b> Realizar campaña de Comunicación para mejorar el conocimiento de la marca y el servicio <b>D3O7</b> Explorar desarrollos utilizando la Inteligencia Artificial, para validación de expertos <b>D4O1</b> Implementar campaña de captación y fidelización de clientes.

<b>AMENAZAS</b>	<b>FA</b>	<b>DA</b>
<b>A1</b> Inestabilidad socio política <b>A2</b> Competencia de productos sustitutivos <b>A3</b> Inseguridad <b>A4</b> Migración <b>A5</b> Crecimiento económico limitado <b>A6</b> Afectaciones por el ENOS	<b>F2A2</b> Identificar debilidades de los competidores principales, para visibilizar las fortalezas de la propuesta de valor <b>F5A5</b> Difundir la relación costos beneficios, frente a la alternativa de que los hijos adolescentes se introduzcan en entornos grises <b>F7A3</b> Resaltar que el servicio se recibe en la seguridad del hogar	<b>D2A2</b> Efectuar estudio a detalle de zonas de interés no cubiertas o débiles por la competencia <b>D4A5</b> Orientar inicialmente el servicio a los sectores socioeconómicos medios altos

Fuente: Elaboración propia

Según el análisis realizado, para el proyecto resulta más importante establecer acciones estratégicas que ayuden a potenciar las fortalezas y oportunidades. Siguiendo esta premisa se han establecido un conjunto de acciones que ayudarán a ejecutar estrategias alineadas con los objetivos de marketing como el uso de un e-commerce para facilitar la compra y pago del servicio, usar la tecnología para generar información que permita analizar el comportamiento de los usuarios cuando usa el servicio y con estos datos generar campañas personalizadas que ayuden con la fidelización y la atracción de nuevos clientes. Así mismo, se han establecido acciones que ayuden a mitigar las debilidades y a convertir las amenazas en fortalezas, estas acciones incluyen la orientación inicial del proyecto a un conjunto socioeconómico con el poder adquisitivo que le permita financiar el servicio, el uso de tecnología de vanguardia como la inteligencia artificial y el diseño de campañas de marketing a medida. El conjunto de todas estas acciones son el detonante para la elaboración de estrategias, que bien planificadas apoyarán de manera directa al cumplimiento de los objetivos de marketing para Clikily.

**Matriz EFI**

<b>MATRIZ EFI</b>			
<b>Factores claves internos</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Peso ponderado</b>
<b>FORTALEZAS</b>			
<b>F1</b> Capacidad tecnológica	0,10	3	0,30
<b>F2</b> Propuesta de valor disruptiva	0,15	4	0,60
<b>F3</b> Canales de acceso disponibles	0,05	3	0,15
<b>F4</b> Capacidad de evaluar en tiempo real	0,05	3	0,15
<b>F5</b> Servicio con costos accesibles	0,10	3	0,30
<b>F6</b> Posibilidad de segmentar el mercado	0,05	3	0,15
<b>F7</b> Interacción en línea	0,10	3	0,30
<b>DEBILIDADES</b>			
<b>D1</b> Servicio nuevo	0,10	1	0,10
<b>D2</b> Escaso conocimiento de la marca	0,15	1	0,15
<b>D3</b> Escasa disponibilidad de especialistas en desarrollo psico-emocional	0,10	2	0,20
<b>D4</b> Disponibilidad de capital de trabajo limitado	0,05	2	0,10
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>2,50</b>

Fuente: Elaboración propia

El propósito de esta matriz es asignar valor a cada una de las acciones identificadas en el análisis previo, centrándose en los factores internos esenciales que se relacionan directamente con las fortalezas y debilidades de la organización. Se asigna un peso decimal a cada acción, donde la suma total de estos pesos no debe exceder 1. Este peso se multiplica luego por un factor de calificación, que oscila entre 1 y 4, resultando en el peso ponderado de cada acción.

**Matriz EFE**


<b>MATRIZ EFE</b>			
<b>Factores claves externos</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Peso ponderado</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
<b>O1</b> Demanda potencial insatisfecha	0,10	3	0,30
<b>O2</b> Ansiedad de padres respecto a sus hijos adolescentes	0,15	3	0,45
<b>O3</b> Adolescentes con necesidades de explorar el entorno	0,10	3	0,30
<b>O4</b> Tendencias tecnológicas en auge	0,05	3	0,15
<b>O5</b> Expansión del e-commerce	0,05	3	0,15
<b>O6</b> Posibilidad de captar familias numerosas	0,05	2	0,10
<b>O7</b> Irrupción de la Inteligencia Artificial	0,10	3	0,30
<b>AMENAZAS</b>			
<b>A1</b> Inestabilidad socio política	0,05	1	0,05
<b>A2</b> Competencia de productos sustitutivos	0,10	3	0,30
<b>A3</b> Inseguridad	0,10	4	0,40
<b>A4</b> Migración	0,05	1	0,05
<b>A5</b> Crecimiento económico limitado	0,05	1	0,05
<b>A6</b> Afectaciones por el ENOS	0,05	1	0,05
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>2,65</b>



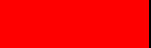
Fuente: Elaboración propia

El propósito de esta matriz es asignar valor a cada una de las acciones identificadas en el análisis previo, centrándose en los factores externos relacionados directamente con las amenazas y oportunidades. Se asigna un peso decimal a cada acción,

donde la suma total de estos pesos no debe exceder 1. Este peso se multiplica luego por un factor de calificación, que oscila entre 1 y 4, resultando en el peso ponderado de cada acción.

### **Interpretación de las Matrices EFI y EFE**

TOTAL, PONDERADO DEL EFI				
		Fuerte	Promedio	Débil
		3	2	1
4	3	I	II	III
	2	IV		VI
	1	VII	VII I	IX

LEYENDA	
	Crecer y Construir
	Retener y Mantener
	Cosechar

Fuente: Elaboración propia

El análisis del entorno interno se valora en 2,5 que es la media del rango entre 1 y 4, y refleja que se encuentra iniciando su consolidación hacia la situación de estabilidad y solidez.

La valoración del entorno externo alcanza el valor de 2,65 que refleja que un nivel medio alto de respuesta frente a las amenazas y oportunidades.

Las estrategias adecuadas para esta situación son las de Retener y Mantener.

### **10.1.1 Estrategia Competitiva**

#### **Análisis Competitivo**

Este proyecto se fundamenta en la prestación de un servicio en línea destinado a mejorar las relaciones entre padres e hijos adolescentes a través de experiencias interactivas. Se enfoca en el segmento de adolescentes definido por la UNICEF (2020) como el periodo que se produce después de la niñez y antes de la edad adulta, concretamente bien entrada la adolescencia temprana (12 años) y recién iniciada la adolescencia tardía (17 años), apuntando a sus intereses en entretenimiento y exploración de nuevos entornos digitales mediante tecnologías de la información y comunicación (TICs), considerando que según señala Coll (2023) muchos de los dispositivos que usan los jóvenes cuentan con conexión inalámbrica lo que les permite acceder a distintos contenidos de aprendizaje y contextos de oportunidad que ofrecen oportunidades y recursos para aprender. La estrategia para captar la atención de este grupo objetivo se centra en ofrecer contenidos que respondan directamente a sus intereses y necesidades. Por otro lado, los padres de estos adolescentes, caracterizados por sus limitaciones de tiempo y preocupaciones sobre las actividades de sus hijos, representan el principal cliente del servicio, buscando una herramienta que les permita realizar un seguimiento efectivo.

El servicio propuesto se podría enmarcar en las categorías de desarrollo personal, e-learning y ocio electrónico, buscando monetizar mediante el desarrollo de contenidos que se alineen con los intereses de los usuarios y que estén disponibles en una plataforma de acceso en línea. Este proyecto se ha diseñado específicamente para ofrecer a los adolescentes y sus padres una herramienta que propicie la comunicación, estimule la interacción y propicie el acercamiento entre los usuarios, proporcionando un espacio en

línea seguro y atractivo. Uno de los principales objetivos es atraer a los adolescentes hacia actividades seguras y constructivas, alejándolos de opciones perjudiciales y potencialmente peligrosas que pueden encontrarse fuera del entorno supervisado. La utilización de este servicio contribuye al desarrollo emocional, cognitivo y social de los adolescentes, equipándolos con conocimientos, habilidades y valores fundamentales para su vida futura.

El mercado de e-learning y ocio electrónico es altamente competitivo, con múltiples actores que ofrecen servicios tanto pagos como gratuitos, incluyendo plataformas como Jóvenes Web, SpotaFriend, Teen Vogue, DoSomething, Khan Academy, Educar Portal, Evirtual Plus y Duolingo. La competencia incluye entidades con amplia diversidad de ofertas y acceso gratuito, como Khan Academy, cuyo uso limitado en mercados locales como Ecuador se atribuye a una deficiente difusión. Este panorama competitivo requiere el desarrollo de estrategias específicas que permitan diferenciar y posicionar efectivamente el servicio en el mercado local, sin dejar de considerar las limitaciones que dicha localización puede imponer en la expansión internacional. La adaptación del servicio a las particularidades culturales y sociales de Ecuador representa una oportunidad estratégica para captar la atención del mercado local, a pesar de que dicha especialización pueda limitar su aceptación en otros contextos.

### ***Grupo Estratégico***

Para identificar los grupos estratégicos relevantes para Clikily, basándonos en su propuesta de valor y factores de desarrollo, podemos comenzar por analizar las principales dimensiones estratégicas que definen a competidores dentro de su industria. Clikily se enfoca en mejorar la comunicación entre padres e hijos adolescentes a través de una plataforma digital que ofrece experiencias interactivas basadas en la gamificación y herramientas psicoeducativas. Teniendo esto en cuenta, los grupos estratégicos se pueden distinguir según varias dimensiones clave:

### **1. Enfoque de Mercado:**

- Educación y Bienestar Familiar: Empresas que ofrecen soluciones digitales centradas en la educación emocional y la mejora de la comunicación familiar. Este grupo estratégico comparte un enfoque en el bienestar emocional y el desarrollo personal de los adolescentes y sus familias.
- Tecnología Educativa (EdTech): Empresas que se centran en ofrecer soluciones educativas a través de la tecnología, pero con un enfoque más amplio que puede incluir desde plataformas de aprendizaje en línea hasta aplicaciones educativas para diversas materias.

### **2. Propuesta de Valor:**

- Gamificación y Entretenimiento: Plataformas que utilizan la gamificación como principal herramienta para captar la atención de los adolescentes y mantenerlos comprometidos con el contenido educativo o de bienestar.
- Contenidos Educativos Tradicionales: Servicios que ofrecen contenido educativo en formatos más tradicionales, sin integrar necesariamente elementos de juego o interactividad avanzada.

### **3. Clientes Objetivo:**

- Padres y Educadores: Servicios diseñados principalmente para ser utilizados por padres o educadores en un esfuerzo por monitorear o influir en el desarrollo de los adolescentes.
- Adolescentes Directamente: Plataformas que se dirigen directamente a los adolescentes, buscando atraerlos con contenidos interesantes y actividades interactivas sin la supervisión directa de los adultos.

### **4. Métodos de Entrega:**

- Plataformas en Línea y Aplicaciones Móviles: Empresas que ofrecen sus servicios exclusivamente a través de plataformas en línea y aplicaciones móviles, facilitando el acceso remoto y la interactividad.



- **Servicios Híbridos o Tradicionales:** Ofertas que pueden incluir componentes en línea, pero también se basan en interacciones en persona o materiales físicos.

Considerando estas dimensiones, Clikily se ubicaría dentro del primer grupo estratégico enfocado en Educación y Bienestar Familiar, con una Propuesta de Valor centrada en la Gamificación y Entretenimiento. Su Cliente Objetivo primario son los Padres y Educadores, aunque busca impactar directamente a los Adolescentes, y su Método de Entrega se realiza a través de Plataformas en Línea y Aplicaciones Móviles.

### **10.1.2 Diferenciales**

#### ***Integración Tecnológica Avanzada***

La plataforma "Clikily" incorpora tecnologías de vanguardia, incluyendo inteligencia artificial (IA) y algoritmos de aprendizaje automático, para personalizar la experiencia educativa y las interacciones según las necesidades específicas de cada usuario, hemos adoptado este enfoque ya que según afirman Cruz (2020), "se han revisado algunas características de las TIC que las posicionan como instrumentos mediadores entre los contenidos educativos y el aprendizaje de los estudiantes para lograr que éstos adquieran mejor los conocimientos". Para la facilitación de la información se ha proyectado el uso de métodos más tradicionales y familiares para los usuarios como el contenido tipo redes sociales, y adicionalmente se pretende incursionar en herramientas más complejas como es uso de realidad aumentada (RA), que introduce métodos innovadores para la exploración de conceptos complejos, fomentando una mayor implicación y participación activa.

#### ***Experticia Profesional Multidisciplinaria***

Contamos con un equipo multidisciplinario compuesto por psicólogos especializados en adolescencia, cuya formación y experiencia les permita escoger y tratar los temas y medias adecuados para nuestros usuarios. Además, educadores con amplia práctica en metodologías activas, y tecnólogos expertos, asegurando un abordaje integral que cubre los aspectos emocionales, cognitivos y tecnológicos de la experiencia de aprendizaje.

### ***Dinámica de Contenidos Personalizados***

Nos enfocamos en la investigación y adaptación constante del contenido, basándonos en las últimas investigaciones y evidencias en psicología educativa y pedagogía. Este enfoque asegura que el material sea relevante, atractivo y ajustado a las particularidades de cada usuario, promoviendo un consumo significativo y aplicable de la información a la realidad de los usuarios.

### ***Aplicación de Gamificación***

La incorporación de elementos de gamificación enriquece el proceso de reforzamiento de la relación, transformándolo en una experiencia lúdica y motivadora. Si tomamos en cuenta que Sunkel, Trucco y Moller (2011), manifiestan que el uso de la tecnología educativa debe ser abordado como problema específico, puesto que el principal empleo que dan los escolares de la región que acceden a las TIC es recreativo: Jugar, oír música y la comunicación electrónica (sobre todo esta última). Pero si usamos este comportamiento de manera positiva y empleamos el contenido generado por nuestros expertos para promover a través de la entrega pasiva (tipo redes sociales) y activas (realidad aumentada y juegos digitales) para estimular habilidades como: Manejo impulsivo de la ira, técnicas de negociación, técnicas de mejora de la autoestima, aceptación de normas y límites, reglas de socialización, entre otras. Estamos ante una herramienta poderosa y un panorama prometedor para el desarrollo y ejecución de nuestra propuesta.

### ***Sistemas de Seguimiento y Evaluación***

Implementamos avanzados sistemas de seguimiento y análisis para ofrecer a los usuarios una visión clara de su evolución y desempeño. Estas herramientas facilitan la autoevaluación y la reflexión sobre el progreso alcanzado, permitiendo la identificación de objetivos futuros y la personalización de las estrategias de aprendizaje.

### **Accesibilidad Constante**

La plataforma garantiza un acceso ininterrumpido, 24/7, permitiendo a las familias organizar su experiencia educativa de manera flexible, sin las limitaciones tradicionales de tiempo y espacio. Esta característica es fundamental para adaptarse a los ritmos y rutinas variables de los usuarios.

### **Análisis Individualizado del Progreso**

Utilizamos herramientas de análisis de datos para recopilar y examinar información detallada sobre la interacción de cada usuario con la plataforma. Esta aproximación nos permite ofrecer retroalimentación y recomendaciones personalizadas, optimizando el impacto educativo y facilitando una intervención temprana en caso de detectarse necesidades específicas de apoyo.

#### **10.1.3 Posicionamiento**

##### **Estrategia Global**

Alcanzar participación del mercado, mediante estrategias de lanzamiento del servicio, cuidando la rentabilidad, destacando los valores diferenciadores, para alcanzar posicionamiento al final del ejercicio fiscal.

<b>Vertiente</b>	<b>Opciones Básicas</b>	<b>Objetivos</b>
Rentabilidad	Explotación	Lograr los más altos beneficios a corto plazo.
	Estabilidad	Lograr beneficios estables durante un periodo prolongado de tiempo.
	Inversión	Lograr altos beneficios futuros aun a costa de sacrificar rentabilidad a corto plazo.
	Crecimiento	Aumentar la participación de mercado.
	Defensa	Mantener las posiciones de mercado alcanzadas, sin crecimiento, pero sin disminuir participación.

Participación	Reconversión	Transformar las actividades de la empresa para participar en mercados o segmentos completamente nuevos.
	Salida	Disminuir la participación de mercado hasta retirar la actividad.
Posicionamiento	No diferenciada	Ofrecer una única oferta dirigida a todos los segmentos que componen el mercado.
	Diferenciada	Desarrollar ofertas diferentes para dirigirlas a los distintos segmentos que componen el Mercado.
	Concentrada	Desarrollar una +única oferta para dirigirla a un solo segmento del mercado.
Estrategia competitiva	Con la competencia	Desarrollar estrategias siguiendo las tácticas implantadas por la competencia para "capitalizar" los esfuerzos que está realizando.
	Por delante de la competencia	Desarrollar estrategias que coloquen a la empresa en posición de liderazgo respecto a la competencia en uno o varios de los componentes del marketing mix.
	Al margen de la competencia	"Desentenderse" de la competencia para participar en nuevas áreas de actividad.

Fuente: Elaboración propia

### ***Etapas***

Para cada etapa de la evolución de nuestro producto/servicio, se aplican determinados objetivos tácticos. Estos objetivos son desarrollados a partir de la etapa de la industria seleccionada para su ejecución. Las etapas de toda industria son cuatro:

Introducción, Crecimiento, Madurez y Declive

La siguiente matriz nos refleja los objetivos tácticos según la etapa del producto o servicio.

### Etapa y Objetivos Tácticos

ETAPA	Objetivo o Táctico	Propósito de la acción
Introducción	Atracción	Atraer usuarios de otros mercados o segmentos Crear conocimiento de la marca, de las funciones y los beneficios de los productos/servicios. Estimular la demanda primaria. Incentivar los primeros consumos.
Crecimiento	Atracción	Dirigir las actividades de comunicación al mercado masivo. Comunicación dirigida al mercado masivo Fuerte inversión para crear imagen.
Madurez y turbulencia competitiva	Conversión	Publicidad selectiva apoyada en la marca Mantenimiento de la imagen. Apoyar las acciones de perfeccionamiento del producto/servicio.
	Aumento	Fortalecer la diferenciación y los beneficios del producto/servicio. Apoyar las reducciones de precios promocionales. Incentivar el mayor uso de productos/servicios.
Declinación	Retención	Reducir al mínimo las inversiones en actividades de comunicación. Mantener los pocos usuarios fieles a la categoría. En casos excepcionales, utilizar las actividades de comunicación para revitalizar la demanda.

Fuente: Elaboración propia

Posteriormente al haber realizado el análisis estratégico de los aspectos internos y externos que afectan al proyecto, y haber definido la vertiente y etapa de participación del mercado. Hemos definido los objetivos de marketing para desarrollar las estrategias necesarias para alcanzarlos.

### **Objetivo General**

Captar al menos 600 suscriptores en los primeros seis meses desde la fecha de lanzamiento, mediante estrategias de branding, difusión y promoción utilizando multicanales.

### **Objetivos específicos**

- 1. Obtener el registro de 600 usuarios en un plazo de 6 meses desde el lanzamiento de la plataforma:** Implementar una campaña de registro gratuito para los primeros 200 usuarios que se registren en la plataforma, 50% de descuento en la suscripción para los siguientes 200 usuarios y 25% de descuento para los últimos 200 hasta completar 600 usuarios.
- 2. Conseguir una tasa de usuarios activos del 70% en los primeros 12 meses la plataforma:** Planificar campañas de email marketing focalizada a los usuarios según datos de uso de la plataforma. Estas campañas buscan dar a conocer y recordar los beneficios, temas de interés y premios en la plataforma.
- 3. Alcanzar una tasa de crecimiento de usuarios del 15% mensual, por 12 meses:** Realizar activaciones en colegios, publicaciones en revistas y pautas en redes sociales para llegar a nuestro mercado objetivo y lograr incrementar los nuevos usuarios de manera sostenida.
- 4. Lograr una tasa de renovación anual de suscripción del 90% al finalizar el primer año de los primeros 600 usuarios:** Implementación de un programa de fidelización que ayude con el objetivo de retener al 90 % de los primeros 600 usuarios registrados en la plataforma. Este programa incluye: Descuentos en la renovación anual y acceso a contenido adicional para miembros de este programa.

## **Estrategias**

**Estrategia 1: Diversificar las ofertas para atraer diferentes segmentos de usuarios y garantizar un flujo constante de registros a lo largo de los primeros 6 meses.**

Objetivo: Obtener el registro de 500 usuarios en un plazo de 6 meses desde el lanzamiento de la plataforma.

### 1. Campaña de Registro Gratuito para los Primeros 100 Usuarios:

- Acción: Crear una campaña de lanzamiento que ofrezca registro gratuito a los primeros 100 usuarios.
- Canal: Publicitar la campaña en redes sociales (Tiktok, Instagram y Youtube), blogs relacionados y colaborar con influencers para amplificar el alcance.
- Tiempo: La campaña será activada, finalizada la fase de lanzamiento beta de la plataforma e iniciado el lanzamiento oficial. Durante las primeras 4 semanas o hasta completar los primeros 100 usuarios.

### 2. Descuentos del 50% para los siguientes 200 Usuarios:

- Acción: Ofrecer un descuento del 50% en la suscripción para los siguientes 200 usuarios después de la campaña gratuita.
- Canal: Publicitar la campaña en redes sociales (Tiktok, Instagram y Youtube), blogs relacionados y colaborar con influencers para amplificar el alcance.
- Tiempo: Esta oferta estará vigente una vez completado el registro de los primeros 100 usuarios o al inicio del segundo mes desde el lanzamiento de la plataforma, hasta finalizado el tercer mes.

### 3. Descuento del 25% para los Últimos 200 Usuarios:

- Acción: Introducir un descuento del 25% en la suscripción para los

últimos 200 usuarios necesarios para alcanzar el objetivo.

- Canal: Publicitar la campaña en redes sociales (Tiktok, Instagram y Youtube), blogs relacionados y colaborar con influencers para amplificar el alcance. Además, concretar asociaciones con instituciones educativas para promover la oferta entre estudiantes y padres de familia.
- Tiempo: La última oferta se implementará durante los meses cuatro a seis desde el lanzamiento.

#### 4. Monitoreo y Ajuste Continuo:

- Acción: Hace seguimiento permanente al número de usuarios registrados e ir ajustando las estrategias hasta alcanzar el objetivo.
- Canal: Datos de la plataforma, herramientas de análisis web y seguimiento de conversiones.
- Tiempo: Realizar ajustes según el rendimiento, con revisiones mensuales durante los primeros 6 meses.

#### 5. Programa de Referidos:

- Acción: Implementar un programa de referidos que recompense a los usuarios existentes por referir nuevos registros.
- Canal: Promocionar el programa a través de correos electrónicos y en la plataforma.
- Tiempo: Mantener el programa de referidos activo de manera continua, proporcionando incentivos sostenibles.

***Estrategia 2: comprender y responder a las necesidades y preferencias específicas de los usuarios, utilizando campañas de email marketing y recordatorios para mantener altas tasas de participación activa en la plataforma.***

Objetivo: Conseguir una tasa de usuarios activos del 70% en los primeros 12 meses de la plataforma.



## Estrategia Detallada:

### 1. Análisis de Datos de Uso:

- Acción: Implementar herramientas de análisis de datos para comprender el comportamiento de los usuarios en la plataforma.
- Canal: Utilizar herramientas de análisis de datos y métricas integradas en la plataforma.
- Tiempo: Realizar el análisis antes del lanzamiento y continuar monitoreando de manera continua.

### 2. Segmentación de Usuarios:

- Acción: Dividir a los usuarios en segmentos basados en su comportamiento y preferencias en la plataforma.
- Canal: Utilizar datos de uso y preferencias del usuario recopilados durante el primer mes.
- Tiempo: Comenzar la segmentación desde el segundo mes.

### 3. Campañas de Email Focalizadas:

- Acción: Diseñar campañas de email específicas para cada segmento, destacando beneficios, temas de interés y premios.
- Canal: Enviar correos electrónicos personalizados a los usuarios de cada segmento.
- Tiempo: Iniciar las campañas de email desde el segundo mes y continuar de manera periódica.

### 4. Recordatorio de Beneficios y Premios:

- Acción: Enviar recordatorios regulares sobre los beneficios y premios disponibles en la plataforma.
- Canal: Utilizar campañas de email y notificaciones dentro de la plataforma.
- Tiempo: Enviar recordatorios mensuales a partir del tercer mes.

### 5. Encuestas de Satisfacción y Feedback:

- Acción: Implementar encuestas periódicas para recopilar comentarios de los usuarios sobre la experiencia en la plataforma.
- Canal: Enviar encuestas por correo electrónico y dentro de la plataforma.
- Tiempo: Realizar la primera encuesta al final del tercer mes y continuar de manera trimestral.

***Estrategia 3: crecimiento orgánico y pautado a través de las redes sociales, aprovechando la segmentación y la colaboración con influencers para alcanzar y atraer continuamente a nuevos usuarios a la plataforma.***

Objetivo: Alcanzar una tasa de crecimiento de usuarios del 15% mensual durante 12 meses.

1. Investigación de Audiencia:

- Acción: Realizar una investigación exhaustiva para identificar las características demográficas y comportamientos de la audiencia objetivo.
- Canal: Utilizar herramientas de análisis de redes sociales y estudios de mercado.
- Tiempo: Completar la investigación antes del lanzamiento.

2. Desarrollo de Contenido Atractivo:

- Acción: Crear contenido variado y atractivo que resuene con la audiencia objetivo, destacando los beneficios de la plataforma.
- Canal: Publicar contenido en redes sociales, blogs y otros canales relevantes.
- Tiempo: Iniciar la creación de contenido antes del lanzamiento y continuar de manera sostenida.

3. Campañas Orgánicas en Redes Sociales:

- Acción: Publicar regularmente en las redes sociales utilizando estrategias orgánicas para aumentar la visibilidad y participación.

- Canal: Utilizar plataformas como Instagram, Tiktok y Youtube.
- Tiempo: Comenzar las campañas orgánicas desde el lanzamiento y mantenerlas de manera consistente.

#### 4. Implementación de SEO:

- Acción: Desarrollo de contenido de interés de los posibles clientes, que responda a sus consultas y búsquedas en el motor de búsqueda Google.
- Canal: Página web del proyecto.
- Tiempo: Comenzar con la investigación de palabras clave y producción del contenido antes del lanzamiento de la plataforma, publicación constante de contenidos en blog propio cada dos semanas, desde el lanzamiento hasta el mes 12.

#### 5. Publicidad Segmentada:

- Acción: Implementar campañas publicitarias pagadas segmentadas para llegar a audiencias específicas y aumentar la adquisición de nuevos usuarios.
- Canal: Utilizar plataformas publicitarias en redes sociales (Instagram, Tiktok, Spotify y Youtube), además ejecutar campañas de display en Google Ads enfocadas orientadas a páginas y aplicaciones de juegos.
- Tiempo: Iniciar campañas pagadas después del primer mes y ajustar según el rendimiento.

#### 6. Alianzas Estratégicas con Influencers:

- Acción: Establecer colaboraciones con influencers relevantes para ampliar el alcance y la credibilidad de la plataforma.
- Canal: Colaborar con influencers en redes sociales y otras plataformas.
- Tiempo: Iniciar alianzas con influencers a partir del segundo mes y lanzar campañas bimensuales acordes a las conversaciones de la audiencia.

***Estrategia 4: Retener a los usuarios a través de descuentos y beneficios, incentivando a los usuarios a desarrollar fidelidad al servicio y una conexión con la marca.***

Objetivo: Lograr una tasa de renovación anual de suscripción del 50% al finalizar el primer año de los primeros 500 usuarios.

1. Programa de Fidelización Personalizado:

- Acción: Desarrollar un programa de fidelización exclusivo para los usuarios, ofreciendo descuentos personalizados en la renovación anual.
- Tiempo: Implementar el programa antes de que los usuarios alcancen el período de renovación, comunicando la disponibilidad del programa desde el tercer trimestre.

2. Contenido Exclusivo para Miembros:

- Acción: Ofrecer acceso gratuito a contenido adicional y exclusivo como parte del programa de fidelización.
- Canal: Comunicar estas ventajas a través de correos electrónicos, notificaciones en la plataforma y redes sociales.
- Tiempo: Incluir el acceso a contenido exclusivo desde el inicio del programa.

3. Descuentos Graduales:

- Acción: Establecer un sistema de descuentos progresivos basados en la duración de la suscripción, incentivando renovaciones a largo plazo.
- Canal: Informar sobre los descuentos a través de correos electrónicos y mensajes en la plataforma.
- Tiempo: Implementar esta estrategia al inicio del segundo semestre.

4. Encuestas de Satisfacción y Mejora Continua:

- Acción: Realizar encuestas de satisfacción periódicas para recopilar

comentarios y sugerencias de los usuarios.

- Canal: Utilizar correos electrónicos y notificaciones en la plataforma para invitar a los usuarios a participar.
- Tiempo: Realizar encuestas trimestrales y ajustar el programa según los comentarios.

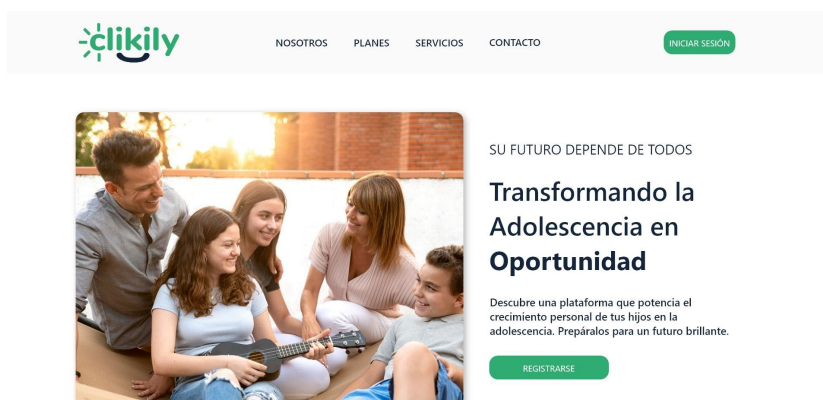
## 10.2 Servicio

Es un proyecto integral basado en una aplicación web, accesible desde una computadora, tablet o smarphone las 24 horas del día los 7 días de la semana. La plataforma se presenta como una solución para el desarrollo de las relaciones familiares, focalizada en mejorar sus habilidades comunicacionales y fortalecer los del entorno familiar y social del adolescente. Ofrece un entorno con conocimiento especializados que combina elementos lúdicos y formativos para hacer el aprendizaje atractivo y efectivo. Con un enfoque enriquecedor, la plataforma proporciona contenido multimedia adaptado a los intereses y necesidades de los adolescentes, abordando temas como inteligencia emocional, tecnología y relaciones familiares. Además, la plataforma se distingue por su capacidad de adaptación y evolución constante, incorporando nuevas tendencias y tecnologías a través de un programa de Investigación y Desarrollo (I+D), asegurando así su relevancia a lo largo del tiempo.

El proyecto cuenta con un conjunto de elementos integrados a la plataforma que respaldan la intención de alcanzar los objetivos planteados. Algunos de ellos son:

- Información especializada filtrada y desarrollada por expertos en el campo de la psicología infanto-adolescente.
- Contenido entregado a partir de elementos familiares para los usuarios como: Videos tipo “reels”, publicaciones al estilo Instagram, videos cortos en formato “Tiktok”.

- Contenido e información relevante que ayude a los adolescentes a manejar situaciones difíciles o entreguen información de una fuente segura. Algunos de ejemplos de información para los adolescentes son: Manejo impulsivo de la ira, técnicas de negociación, técnicas de mejora de la autoestima, aceptación de normas y límites, reglas de socialización, bullying, sexualidad, consumo de drogas.
- Técnicas estudiadas y probadas para que los padres puedan manejar situaciones y acercar posturas en caso de conflictos. Algunos ejemplos de estas técnicas: Técnicas de negociación, uso y manejo de lenguaje orientado a adolescentes, ¿cómo abordar temas incómodos?, ¿cómo tratar el aislamiento?, manejo de dificultades académicas, ¿cómo establecer límites y generar disciplina personal?, entre otras.
- Contenido entregado a partir de nuevos formatos y tecnologías como la realidad aumentada (RA), juegos que faciliten la absorción y retos que otorguen un carácter competitivo que incentive su consumo.
- Seguimiento individualizado del progreso que otorga un sistema de medición sobre los temas tratados e información recibida por los usuarios.
- Diseño atractivo, fluido, amigable e intuitivo que aporta a la experiencia, invita al uso y genera empatía entre los usuarios.



The image shows a screenshot of the Clíkily website. At the top left is the Clíkily logo. To its right are navigation links: NOSOTROS, PLANES, SERVICIOS, and CONTACTO. Further right is a green button labeled INICIAR SESIÓN. Below the navigation is a promotional banner. On the left side of the banner is a photograph of a family (a man, a woman, and two children) sitting on a bench outdoors, smiling and looking at a smartphone held by one of the children. To the right of the photo, the text reads: 'SU FUTURO DEPENDE DE TODOS' in small letters, followed by the main headline 'Transformando la Adolescencia en Oportunidad' in a larger, bold font. Below the headline is a short paragraph: 'Descubre una plataforma que potencia el crecimiento personal de tus hijos en la adolescencia. Prepáralos para un futuro brillante.' At the bottom of the banner is a green button labeled REGISTRARSE.

Fuente: Elaboración propia



Bienvenido,  
Alex

RETO DEL DÍA

TEMAS DE INTERÉS

INSIGNIAS

RETA A TU TUTOR

AYUDA



Plataforma clikily - 2023



Reto del Día

**Inteligencia Emocional**

¿Sabías que entender y gestionar tus emociones puede ayudarte en tus relaciones personales y en tu éxito en la vida? Prepárate para sumergirte en un mundo de emociones y descubrir cómo desarrollar tus habilidades emocionales.

Vamos al Reto



Temas de Interés



**BULLYING**

Aprende a detectar y prevenir el bullying para construir relaciones saludables.



**AMISTAD**

Descubre cómo cultivar amistades sólidas y nutrir relaciones significativas.



**FINANZAS PERS.**

Domina la gestión del dinero y planifica un futuro financiero sólido.



**AFICIONES**

Explora pasiones y hobbies que enriquecerán tu vida y tu futuro.

Reta a tu padre



**BULLYING**

Aprende a detectar y prevenir el bullying para construir relaciones saludables.

ENVIAR RETO



**AMISTAD**

Descubre cómo cultivar amistades sólidas y nutrir relaciones significativas.

ENVIAR RETO



**FINANZAS PERS.**

Domina la gestión del dinero y planifica un futuro financiero sólido.

ENVIAR RETO

Insignias Ganadas



Definición  
Metas



Relaciones  
Personales



METAS



### 10.3 Precio

El precio para este proyecto, por ser una plataforma animada, cuyo objetivo principal es la conexión, interacción, entre padres y adolescentes, después de la investigación realizada y la importancia de este en la familia, como núcleo de la sociedad. Tomando en cuenta ciertos costos desde el punto de vista del Marketing y como estrategia de introducción, lo hemos definido de la siguiente forma:

Servicio	Plan Básico (padres y un adolescente) mensual	Adolescente Adicional
Precio Membresía anual	\$ 24,00	\$ 2,99

El precio en mención es de introducción, el mismo que podrá cambiar de acuerdo con las necesidades de los padres y actualizaciones de información que se realicen a la plataforma, además trabajaremos de acuerdo con un plan de fidelización en el cual cliente dicho valor lo cancelará mediante débito mensual por 12 meses de suscripción.

### 10.4 Distribución

La estrategia de distribución se centrará en alcanzar a nuestro público objetivo de manera efectiva y conveniente. La plataforma se distribuirá principalmente a través de canales digitales, aprovechando las redes sociales, publicidad en línea y asociaciones con influencers para aumentar la visibilidad. Además, se establecerán alianzas estratégicas con instituciones educativas y organizaciones juveniles para promover la plataforma en entornos donde los adolescentes y sus padres estén activos. La distribución también se enfocará en campañas en colegios y eventos comunitarios para llegar de manera directa a nuestra audiencia. Se implementará una estrategia omnicanal que facilite el acceso a la plataforma



desde diferentes dispositivos y plataformas en línea, asegurando una presencia integral en el mundo digital.

1. **Las redes sociales**, que apuntan a los adolescentes y a los padres en las cuales encontramos a las siguientes:
  - **TIK TOK** es conocida y cada día es más popular, especialmente entre los **jóvenes**, esta red social de origen chino es la séptima más popular del mundo, con 800 millones de usuarios activos, es una aplicación que permite crear y compartir vídeos cortos: de 3 a 15 segundos o de 30 a 60 segundos. Mediante este canal digital esperamos poder suscribir a padres y adolescentes mediante un enlace directo para que puedan inscribir a sus padres mediante esta vía, adicionalmente que es una de nuestras estrategias de marketing.
  - **Instagram**, es otro de los canales importantes que usaremos debido a que es una red social principalmente visual, donde un usuario puede publicar fotos y videos de corta duración, aplicarles efectos y también interactuar con las publicaciones de otras personas, a través de comentarios y me gusta, el público objetivo de la misma son los padres que son los que van a contratar la suscripción. Con lo cual fundamentamos nuestra estrategia de marketing en estas redes sociales, con la cual se puede el cliente suscribir automáticamente pasar desde la red social a la suscripción.
  - **YouTube**, es un sitio web para compartir vídeos, muy popular y gratuito, que permite a los usuarios registrados subir y compartir clips de vídeo en línea. Se utiliza además para envíos de publicidad, pagada. Se pueden subir gratuitamente videos tutoriales del manejo de nuestra plataforma y el uso de esta, es utilizada por niños, adolescentes y adultos de todas las edades por lo cual es un importante medio como estrategia de marketing para nuestra empresa.

- 2. Estrategias de Display marketing en videojuegos y APP,** Serán utilizadas para poder suscribirte directamente desde un video juego hasta una App, ya que en algunas ocasiones los padres e hijos interactúan juntos en estos juegos.
- **Spotify** Es un servicio digital de música en streaming que te da acceso a millones de canciones, podcasts y vídeos de artistas de todo el mundo, es muy utilizada por adolescentes es un medio o canal para poder captar a ese público joven, por esta vía se pueden atreves de un enlace puedes acceder a la suscripción directa a nuestra plataforma.
- 3. La plataforma digital** es nuestro principal canal para llegar a nuestro cliente (padre) y a nuestro usuario (hijo), donde ambos entenderán, interactúan y participan de una forma intuitiva en nuestro sitio web desde el principio al final.

## **10.5 Promoción y Comunicación**

### **10.5.1 Nombre de la Empresa**

Al tratarse un servicio brindado en totalidad por la vía digital, y encontrando la barrera de no entregar nada tangible para nuestros clientes, nos encontramos con el desafío de lograr transmitir nuestra propuesta, valores corporativos y factores diferenciadores a través de la construcción de marca. Por este motivo hemos pensado y cuidado cada uno de sus elementos, empezando por nombre. El proyecto ha sido nombrado como "Clikily", cuyos elementos explicamos a continuación.

#### ***Definición Conceptual:***

**Conexión Inmediata y Reconocible:** El término "Clikily" evoca la expresión coloquial "hacer clic", implicando una conexión instantánea y efectiva, un concepto ampliamente reconocido y asociado con el establecimiento de un terreno común o una conexión emocional. Esta nomenclatura es particularmente pertinente para las relaciones

entre padres e hijos, sugiriendo la posibilidad de encontrar una sintonía emocional crucial para el fortalecimiento de dichas relaciones.

**Desencadenante de Acciones Positivas:** En analogía con la acción de un clic en el ámbito digital, que inicia una serie de procesos, "Clikily" se presenta como un catalizador para el inicio de una comunicación más efectiva y el desarrollo de relaciones más profundas y significativas dentro del entorno familiar.

**Alternativa a 'Tener Química':** La expresión "hacer clic" frecuentemente se utiliza como sinónimo de "tener química", denotando una conexión espontánea y sin esfuerzo. En este sentido, "Clikily" encapsula la esencia de una interacción natural y fluida, subrayando la facilidad y la espontaneidad en la mejora de las dinámicas familiares.

**Contexto Informal y Amigable:** El nombre del proyecto destaca por su tonalidad informal y accesible, lo cual facilita su aceptación y recordación por parte de una amplia gama de audiencias, incluidos tanto padres como adolescentes. Esta característica lo convierte en un elemento atractivo y memorable para el mercado objetivo.

**Disponibilidad en el Mercado Digital:** La disponibilidad del dominio correspondiente a "Clikily" representa una ventaja pragmática, permitiendo el establecimiento de una presencia online robusta y coherente, crucial para la identidad y el posicionamiento de la marca.

**Originalidad en el Mercado Local:** La ausencia de marcas registradas bajo este nombre en el contexto ecuatoriano ofrece una oportunidad inigualable para el establecimiento y posicionamiento de "Clikily" en el mercado local, evitando posibles confusiones o disputas legales.

**Universalidad y Adaptabilidad:** "Clikily" posee una notable capacidad de adaptación a diversos idiomas y culturas, aspecto fundamental para una potencial expansión internacional. Esta versatilidad subraya su aplicabilidad y relevancia en diferentes contextos culturales y geográficos.

**Asociación Tecnológica:** Dado el carácter digital y tecnológico del proyecto, el término "clic", intrínsecamente asociado con el ámbito tecnológico, refuerza la percepción de "Clikily" como una iniciativa innovadora y vanguardista en el sector educativo digital.

**Sonido Atractivo y Memorabilidad:** La fonética de "Clikily" resulta agradable y fácilmente recordable, cualidades indispensables para el marketing y la consolidación de una marca sólida y perdurable en el tiempo.

### **10.5.2 Slogan y Logotipo**

#### **Logotipo**

Para complementar nuestra marca hemos desarrollado un isologo compuesto por los siguientes elementos: el nombre de la empresa, cinco pestañas alrededor de la letra "c" inicial que otorgan movimiento y hacen alusión al sonido del "clic". Después podemos observar una curvatura que une las dos letras "i" que componen el nombre. Esta curvatura esboza una sonrisa que junto a las letras "i, k, i" forman un rostro feliz.

Para el texto hemos usado la tipografía "Nunito Sans", una fuente equilibrada con terminaciones redondeadas, lo que le confiere un espíritu amigable y divertido.

#### **Slogan**

"Descubre, conecta, crece: Clikily, tu espacio familiar en línea."



Fuente: Elaboración propia

### **10.5.3 Plan de Medios y Presupuesto**

#### ***Adaptación del Marco Conceptual a la Realidad del Proyecto***

El emprendimiento denominado Clikily, se encuentra en la etapa de Introducción, y el Objetivo táctico es la atracción, en la búsqueda de participación del mercado ya que entrará en la fase de crecimiento, por lo que las acciones a desarrollar en el objetivo estratégico deben orientarse a:

- Atraer usuarios de otros mercados o segmentos
- Crear conocimiento de la marca, de las funciones y los beneficios de los productos/servicios.
- Estimular la demanda primaria
- Incentivar los primeros consumos

#### **Selección de Medios**

El conjunto de estrategias esbozadas para alcanzar los objetivos específicos tiene como finalidad el mantenimiento y retención de nuestros usuarios sin descuidar el crecimiento constante que permitan al proyecto ser sostenible en el tiempo. Esta selección táctica ha sido desarrollada en función de consideraciones demográficas y de comportamiento de nuestro público objetivo. Aunque es importante precisar que adicionalmente hemos tomado en cuenta información adicional que nos ha permitido reforzar algunas ideas previas sobre los medios para llegar a los adolescentes, a quiénes

consideramos el decisor de compra. A continuación, presentamos algunos datos relevantes que soportan la elección de canales;

Según el informe Del Alcázar Ponce (2023) realizado para la consultora Mentinno, en nuestro país existen 14 millones de personas que son usuarias frecuentes de redes sociales, que porcentualmente representan el 77.7% de la población y el 90.4% de las personas que tienen acceso a internet. De este universo, la red social Tiktok que existe desde el 2017, pero que irrumpió de manera importante en nuestro país en el 2020 cuenta en la actualidad con casi 12 millones de usuarios, situándose en segundo lugar solo por detrás de Facebook que tiene una base de 13 millones de usuarios. El podio es completado por Instagram que tiene 7 millones de usuarios. No debemos olvidar a un jugador importante, que más que una red social es un servicio de entretenimiento, pero que por su formato da acceso a millones de personas que lo utilizan a diario y cuenta con altas tasas de permanencia: Spotify, que según el informe cuenta con 6.2 millones de usuarios.

### ***Inversión en Instagram***

<b>Monto mensual</b>	<b>Impresiones</b>	<b>Alcance</b>	<b>Costo por clic</b>	<b>Clics en el enlace</b>
\$250,00	150.000,00	45.000,00	\$0,06	4.166,67

Aunque en el mercado existen más jugadores importantes como X (antes Twitter), con 3.5 millones de usuarios y LinkedIn con 3.9 millones. Vamos a centrar nuestros esfuerzos en las redes sociales con mayor cantidad de usuarios activos y con mayor porcentaje de personas que encajan en el rango etario de nuestro mercado objetivo: 13 - 17 años. La red social Tiktok mostró un desempeño de crecimiento de septiembre del 2022 al mayo del 2023 del 32.05%, convirtiéndose en la plataforma de mayor crecimiento a nivel nacional. Adicionalmente cuenta con una altísima participación de usuarios jóvenes: 25% en personas menores de 18 años y 40.88% en personas de entre 18 y 24 años.

Si a estos datos le agregamos que el portal Bloomberg Línea (2022) publicó: “la generación Z usa más Tiktok e Instagram que Google para sus búsquedas”, nos encontramos ante una gran oportunidad, no solo para llegar a nuestra audiencia, sino que, además, podemos usar estas herramientas para agregar potencia a nuestro proyecto.

### ***Inversión en Tiktok***

<b>Monto mensual</b>	<b>Impresiones</b>	<b>Alcance</b>	<b>Costo por clic</b>	<b>Clics en el enlace</b>
\$250,00	100.000,00	30.000,00	\$0,40	625,00

### ***Elección de Influencers***

**Gaby Díaz**, tiene más de un millón de seguidores, famosa de televisión y de redes, madre de adolescente, siempre en sus historias enfoca a la familia como núcleo de la sociedad.



**Andrés Jungbluth**, presentador de noticias, periodista de profesión, es padre de familia de una adolescente posee más de cien mil seguidores, en Instagram, vive plenamente de su vida familiar y gusta hacer actividades con sus hijos



**Luciana Guschmer**, la joven influencer describe su cuenta de Instagram, en donde tiene más de 200 mil seguidores, como una mezcla de moda, viajes, amor, amigos y sobretodo de unión familiar, declara su cercanía, confianza y cuidado incondicional de sus padres.



**Polly Andrade**, adolescente carismática, apasionada por la música, la naturaleza, hija de famosos, presume de la estrecha relación con sus padres, de la confianza, conexión y también sobre las reglas y rutinas que le otorgan las facilidades para enfrentar los desafíos propios de la edad. Cuenta con 86,7 mil seguidores que la siguen muy de cerca.





**Luis Miguel Coka** con tan solo años 12 años, este actor y modelo, ha ganado 169 mil seguidores, fanático de Luis Miguel, su mayor deseo llegar a cantar como Luis Miguel, empezó su carrera desde los 5 años, promueve el amor propio y la construcción de buenas relaciones familiares.



A screenshot of a social media profile for Luis Miguel Coka. The profile name is "luismiguelcoka" with a verified account icon. The profile picture shows two young boys, one of whom is Luis Miguel Coka. The statistics are: 1.182 Publicaciones, 169 mil Seguidores, and 280 Seguidos. The bio includes "Luis Miguel", a link to "luismiguelcoka", and the professions "Actor" and "Modelo". It also mentions "Cuenta administrada por: @acoka4" and "Ver traducción".

< **luismiguelcoka** ✓ ...



1.182 Publicaciones 169 mil Seguidores 280 Seguidos

**Luis Miguel**

 [luismiguelcoka](#)

Actor 🎬  
Modelo 📷

Cuenta administrada por: [@acoka4](#)  
[Ver traducción](#)



El plan de medios ha sido meticulosamente diseñado, tomando como referencia los objetivos de marketing establecidos en el marco de esta dirección. Para cada objetivo propuesto, se han seleccionado estrategias específicas cuya implementación es crucial para alcanzar los objetivos planteados. La organización y planificación temporal de las acciones estratégicas se han estructurado mediante un diagrama de Gantt, herramienta que facilita la definición de un cronograma detallado, asignando a cada acción un período de tiempo y una frecuencia específica. Además, se ha designado el "mes 0" como el periodo inicial para todas las actividades relacionadas con el marketing de lanzamiento. Esta fase preliminar es esencial para promover la visibilidad del proyecto y atraer a los primeros usuarios a la plataforma.

## Presupuesto

Objetivo	Actividad	Comentario	Precio	Cantidad	Inversión
<b>1 Registro usuarios nuevos</b>					
	Campaña de lanzamiento de plataforma				
	Stand de ferias	Única vez	\$ 340,00	1	\$ 340,00
	Folletería	Única vez	\$ 750,00	1	\$ 750,00
	Banner Rollup	Única vez	\$ 80,00	5	\$ 400,00
	Pauta en redes sociales				
	Tiktok	Semanal	\$ 65,00	24	\$ 1.560,00
	Instagram	Semanal	\$ 65,00	24	\$ 1.560,00
	Youtube	Semanal	\$ 65,00	24	\$ 1.560,00
	Colaboración con influencers				
	Andres Jugbluth	Por publicación	\$ 350,00	7	\$ 2.450,00
	Gabi Diaz de Andrade	Por publicación	\$ 350,00	7	\$ 2.450,00
	Seguimiento a resultados				
	Herramienta de seguimiento y gestión de conversaciones	Licencia anual	\$ 62,50	4	\$ 250,00
	Herramienta de medición resultados web	Licencia anual	\$ 99,99	2	\$ 199,98
<b>2 Usuarios activos</b>					
	Análisis de datos				
	Recopilación de datos	Semanal	\$ 10,00	52	\$ 520,00
	Medición y análisis de datos en la plataforma	Semanal	\$ 10,00	48	\$ 480,00
	Segmentación de usuarios				
	Preparación de bases de usuarios según datos recogidos		\$ 10,00	12	\$ 120,00
	Email Marketing Focalizado				
	Ejecución de campañas de email focalizadas	Por envío	\$ 10,00	44	\$ 440,00
	Recordatorio de beneficios				
	Ejecución de campañas de email recordatorios	Por envío	\$ 10,00	22	\$ 220,00
	Encuestas de satisfacción				
	Ejecución de campañas de email con encuestas	Por envío	\$ 10,00	4	\$ 40,00
<b>3 Crecimiento de usuarios</b>					
	Investigación de mercado y comportamiento audiencia		\$ -	4	\$ -
	Campañas orgánicas en redes sociales				
	Tiktok	Semanal	\$ -	52	\$ -
	Instagram	Semanal	\$ -	52	\$ -
	Publicidad segmentada (pauta)				
	Tiktok	Mensual	\$ 80,00	11	\$ 880,00
	Instagram	Mensual	\$ 80,00	11	\$ 880,00
	Youtube	Mensual	\$ 80,00	11	\$ 880,00
	Spotify	Mensual	\$ 80,00	11	\$ 880,00
	SEO				
	Estudio de palabras clave	Licencia anual	\$ 199,00	1	\$ 80,00
	Estructuración de contenido	Única vez	\$ 500,00	1	\$ 80,00
	Producción (redacción) de contenido inicial	Única vez	\$ 500,00	1	\$ 80,00
	Redacción y publicación en blog propio	Cada 2 semanas	\$ 25,00	23	\$ 1.840,00
	Google ADs (Display)				
	Ejecutar campañas de display en páginas de y apps de juegos	Mensual	\$ 50,00	12	\$ 960,00
	Colaboración con influencers				
	Luciana Guschmer	Por publicación	\$ 250,00	6	\$ 1.500,00
	Luis Miguel Coca	Por publicación	\$ 250,00	6	\$ 1.500,00
<b>4 Renovación suscripciones anuales</b>					
	Fidelización				
	Campaña email marketing contenido exclusivo	Por envío	\$ 10,00	11	\$ 110,00
	Campaña orgánica en redes sociales de ventajas de renovar				
	Tiktok	Mensual	\$ 65,00	3	\$ 195,00
	Instagram	Mensual	\$ 65,00	3	\$ 195,00
	Campaña email marketing descuento renovación	Por envío	\$ 10,00	3	\$ 30,00
	Campaña email marketing encuestas satisfacción	Por envío	\$ 10,00	3	\$ 30,00
	<b>Total presupuesto</b>			<b>506</b>	<b>\$ 23.459,98</b>

Fuente: Elaboración propia

## 11. Conclusiones y Recomendaciones

El proyecto "Clikily" se posiciona estratégicamente como una solución innovadora ante los retos contemporáneos de comunicación entre padres e hijos adolescentes. A través de un análisis exhaustivo del contexto social y tecnológico actual tanto sobre el entorno como en el público objetivo consultado en el estudio de mercado, se identificaron problemas claves como la brecha generacional ampliada por las tecnologías de la información y comunicación (TICs) y los desafíos en la salud mental de los adolescentes. "Clikily" aborda estas problemáticas con una propuesta de valor centrada en la mejora de la comunicación familiar y el fortalecimiento de vínculos emocionales, ofreciendo un proyecto con un abanico de herramientas como videos cortos, videos tipo "reels" y publicaciones estáticas en el formato redes sociales, además de retos y premios que abordan la información de interés de los usuarios, generada por expertos a través de la tecnología interactiva que combina la gamificación con estrategias psicoeducativas que convierte en una oportunidad lo que empieza siendo un problema para nuestro mercado objetivo.

El proyecto ha evolucionado desde su concepción como una plataforma de seguimiento de tareas hasta convertirse en una propuesta que pretende ayudar en la mejora de la dinámica familiar. La estrategia competitiva del proyecto se enfoca en captar y mantener un segmento de usuarios definido por intereses específicos en entretenimiento y desarrollo personal, a través de una serie de acciones promocionales y una estructura de precios accesible. Además, se reconoce la importancia de una distribución eficaz mediante canales digitales y la construcción de una marca fuerte, amigable y memorable. Otro de los aspectos importantes desarrollados, es el establecimiento de procesos y estructuras internas que aseguran la ejecución de tareas de importante trascendencia como la selección de temas a tratar y facilitar, la producción de este contenido y la experiencia de usuario.

## Recomendaciones

1. **Desarrollar Estrategias Para Acortar la Brecha Generacional y Digital:** Usar la herramienta y el contenido de la plataforma para reducir las distancias generacionales y tecnológicas entre padres e hijos adolescentes, y ayudar a acercar el núcleo emocional y familiar.
2. **Continuar con la Investigación y Desarrollo (I+D):** Es crucial mantener la plataforma en constante evolución, incorporando nuevas tendencias, tecnologías y feedback de usuarios para asegurar su relevancia y eficacia a lo largo del tiempo.
3. **Fortalecer la Estrategia de Marketing Digital:** Maximizar el uso de redes sociales y otras plataformas digitales para aumentar el alcance y la visibilidad de "Clikily". Se sugiere también la exploración de estrategias de contenido orgánico y pago que promuevan la interacción y el compromiso de la audiencia objetivo.
4. **Expansión del Contenido y Personalización:** Dada la diversidad de necesidades y preferencias de los usuarios, "Clikily" debería ampliar su oferta de contenido para cubrir una gama más amplia de temas relacionados con la inteligencia emocional, la tecnología y las relaciones familiares. La personalización del contenido según las características demográficas y comportamientos de los usuarios potenciará la experiencia en la plataforma.
5. **Alianzas Estratégicas con Instituciones Educativas:** Establecer colaboraciones con escuelas, colegios y organizaciones juveniles para promover "Clikily" en entornos educativos, incrementando su adopción entre padres y adolescentes.
6. **Programas de Fidelización y Referidos:** Desarrollar e implementar programas que incentiven la renovación de suscripciones y la captación de nuevos usuarios a través de referencias, garantizando así un crecimiento sostenido de la base de usuarios y una mayor tasa de retención.

7. **Evaluación de Impacto y Ajuste Continuo:** Implementar mecanismos de seguimiento y evaluación para medir el impacto del proyecto en la dinámica familiar y el desarrollo de los adolescentes. Los resultados obtenidos deberían informar ajustes y mejoras continuas en la plataforma y las estrategias de operación.
8. **Innovación y Actualización de Temas Por Tratar:** Sostener la innovación en los temas seleccionados para ofrecer a los usuarios, siempre generando nuevos temas que interesen e impacten en los usuarios. Además de actualizar los temas tratados con anterioridad a los elementos externos que pudieran cambiar su enfoque anterior.
9. **Mantener una Política de Costos Controlada:** Controlar la estructura de costos para asegurar la sostenibilidad del proyecto en el tiempo. Los recursos económicos deben ser gestionados con eficiencia para alcanzar los márgenes de rentabilidad necesarios para la reinversión, el crecimiento y la satisfacción de los accionistas.

## 12. Referencias

- Bloomberg Línea. (2022). *Bloomberg*. Obtenido de Bloomberg Línea:  
<https://www.bloomberglinea.com/2022/07/14/la-generacion-z-usa-mas-tiktok-e-instagram-que-google-para-sus-busquedas/>
- Center for Disease Control and Prevention. (2021). Youth Risk Behavior Survey Results.
- Coll, C. (2023). Evidencias de aprendizaje en prácticas educativas mediadas por tecnologías digitales. *Revista iberoamericana de educación a distancia*, 9-25.
- Cruz, H. M. (2020). ¿Qué aportan las Tecnologías de la Información y Comunicación en la enseñanza de las ciencias? *Revista Digital Universitaria*, 10.
- Del Alcázar Ponce, J. (2023). *Estado Digital Ecuador 2023*. Mentinno Consultores. Quito: Mentinno.
- Hañari, J. (2020). Comunicación familiar y autoestima en adolescentes de zona urbana y rural. *Revista Innova Educación*, 453.
- Peces Gómez, E. (2022). Propuesta de intervención para una escuela para padres: la comunicación entre padres e hijos adolescentes, factor clave para un. *Familia*.
- Sunkel, Guillermo; Trucco, Daniella ; Moller, Sebastián ; CEPAL. (01 de 01 de 2011). *Aprender y enseñar con las tecnologías de la información y las comunicaciones en América Latina: potenciales beneficios*. Obtenido de CEPAL:  
<https://repositorio.cepal.org/items/50a97d00-65f5-407c-b574-e3ba604020a3>
- UNICEF. (2020). *¿Qué es la adolescencia?* Obtenido de Unicef:  
<https://www.unicef.org/uruguay/crianza/adolescencia/que-es-la-adolescencia>
- World Vision Ecuador. (2023). Salud Mental Niñas, Niños y Adolescentes. *Tu Voz Tus Derechos*.