



Departamento de Posgrado

**Desarrollo integral de estrategias empresariales para la comercialización de una línea
de juegos terapéuticos para liberar ansiedad**

Maestría en Administración de Empresas

Maestrante:

Rosalía Vélez Loaiza

Director:

José Vera Reino

Cuenca, Ecuador

2024

Agradecimientos

A mis padres y a mi hermana, quienes me han acompañado con su amor, paciencia y apoyo incondicional a lo largo de este camino. Gracias por estar ahí en cada paso, por escucharme, por animarme a seguir adelante, y por ser mi sostén en los momentos de duda. Este logro es tanto mío como suyo.

Dedicatoria

A mis padres, cuyo amor y sacrificio han sido la base de mi formación y mi motivación más grande. Gracias por enseñarme el valor del esfuerzo y la constancia, y por creer en mí cuando ni yo lo hacía. Sin su apoyo incondicional, este logro no habría sido posible.

A mi hermana, por ser mi compañera y mi inspiración. Gracias por tu apoyo, tus consejos y por cada palabra de aliento en los momentos más difíciles. Tu presencia y comprensión han sido un pilar fundamental en mi camino.

1. Resumen

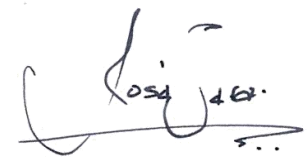
El sector de bienestar mental ha experimentado un crecimiento sostenido debido a la creciente preocupación por la salud emocional y la búsqueda de herramientas que ayuden a reducir el estrés y la ansiedad. En este contexto, el proyecto tiene como objetivo desarrollar estrategias empresariales para comercializar una línea de juegos terapéuticos enfocados en aliviar la ansiedad. La metodología se basa en un análisis de mercado detallado, mejoras en el diseño del producto y la implementación de estrategias de marketing y distribución, con un enfoque integral que incluye dirección estratégica, planificación de negocios, marketing y gestión financiera. La principal contribución está orientada al conocimiento en gestión empresarial y a generar un impacto positivo en el mercado de juguetes terapéuticos, promoviendo el bienestar de los consumidores a través de soluciones innovadoras y efectivas para el manejo de la ansiedad.

Palabras clave: estrategia empresarial; juegos terapéuticos; ansiedad; análisis de mercado

2. Abstract

The mental wellness sector has experienced sustained growth due to the growing concern for emotional health and the search for tools that help reduce stress and anxiety. In this context, the project aims to develop business strategies to market a line of therapeutic games focused on relieving anxiety. The methodology is based on a detailed market analysis, improvements in product design and the implementation of marketing and distribution strategies, with an integrated approach that includes strategic management, business planning, marketing and financial management. The main contribution is aimed at advancing knowledge in business management and generating a positive impact on the therapeutic toy market, promoting consumer well-being.

Keywords: Business strategies; therapeutic games; anxiety; market analysis.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Luis J. ...', with a horizontal line underneath.

3. Contenido

1. Resumen.....	iv
2. Abstract	v
3. Contenido.....	vi
4. Índice de Tablas.....	x
5. Introducción	1
6. Marco teórico.....	4
6.1. Línea de Juegos para Liberar Ansiedad	4
6.2. Problemática del Trastorno de Ansiedad.....	5
6.3. Ansiedad en la Región de las Américas.....	6
6.4. Terapia Lúdica y Juegos para la Ansiedad.....	6
6.5. Marketing Emocional y su Relevancia.....	7
6.6. Impacto de la Pandemia y Cambios en el Comportamiento del Consumidor	8
7. Dirección estratégica empresarial.....	9
7.1. Pirámide estratégica.....	10
7.2. Aplicación de los roles estratégicos:	10
7.2.1. Ventajas competitivas	10
7.2.2. Tendencia de clientes.....	11
7.2.3. Marca	12
7.2.4. Servicio	13
7.2.5. Modelo de empresa	13
7.2.6. Internacionalización	14
7.3. Modelo de planificación – desagregación empresarial	14
7.3.1. Producción.....	14
7.3.2. Comercialización	22
7.3.3. Publicidad	29
7.4. Integración de recursos estratégicos	35
7.4.1. Área de producción	35
7.4.2. Área de comercialización	36
7.4.3. Área de publicidad.....	37
7.4.4. Activos fijos: Tangibles	37

7.4.5.	Activos fijos: Intangibles.....	38
7.4.6.	Recursos no materiales o sistemas	39
7.5.	Técnicas de retención de clientes	41
7.5.1.	Captación:.....	41
7.5.2.	Repetición.....	46
7.5.3.	Vinculación	49
7.6.	Aplicación de objetivos estratégicos.....	50
7.6.1.	Participación de mercado.....	51
7.6.2.	Incremento de ventas	52
7.6.3.	Rentabilidad	54
7.6.4.	Crecimiento	54
7.6.5.	Ventajas competitivas	55
7.6.6.	Posicionamiento.....	56
7.6.7.	Reputación corporativa	57
7.6.8.	Desarrollo de Marca	58
7.6.9.	Desarrollo de nuevos productos	59
7.6.10.	Crear Valor.....	60
8.	Investigación de mercado	61
8.1.	Fuentes Secundarias	63
8.2.	Fuentes Primarias.....	64
9.	Plan de negocios.....	65
9.1.	Buyer Persona	65
9.2.	Lienzo de Propuesta de Valor.....	lxx
9.3.	Business Modelo Canvas	lxxi
9.4.	Descripción del Business Model Canvas	lxxiii
9.4.1.	Socios Clave	lxxiii
9.4.2.	Actividades Clave:	lxxiii
9.4.3.	Propuesta de Valor:.....	lxxiv
9.4.4.	Relaciones con Clientes:.....	lxxiv
9.4.5.	Segmentos de Clientes:	lxxv
9.4.6.	Canales:	lxxvi

10.	MARKETING ESTATÉGICO.....	lxxvii
10.1.	Matriz McKinsey-GE:.....	lxxvii
10.1.1.	DESCRIPCIÓN.....	lxxviii
10.1.2.	Interpretación de la matriz.....	lxxviii
10.2.	Mapa Perceptual.....	lxxx
10.2.1.	Variables a Evaluar:.....	lxxx
10.2.2.	Consideraciones clave.....	lxxxiii
10.2.3.	Uso del Mapa Perceptual:.....	lxxxiii
10.2.4.	Resultados.....	lxxxiii
10.3.	Estrategia de segmentación.....	lxxxvi
10.3.1.	Geografía.....	lxxxvi
10.3.2.	Demografía.....	lxxxvi
10.3.3.	Psicográfica.....	lxxxvi
10.3.4.	Comportamiento.....	lxxxvii
10.3.5.	Beneficios Buscados:.....	lxxxvii
10.3.6.	Vínculo Racionalista.....	lxxxviii
10.3.7.	Posicionamiento de Beneficio.....	lxxxix
10.4.	Matriz FBC.....	xc
10.4.1.	Impacto en el Bienestar Mental.....	xc
10.4.2.	Proceso de Decisión de Compra.....	xc
10.4.3.	Motivación Emocional.....	xc
10.5.	Construcción de Marca y Experiencia del Producto.....	xcii
10.6.	Contenido Educativo y Apoyo Profesional.....	xciii
10.7.	Estrategias de las 4ps.....	xciii
10.8.	Protopersona.....	xcv
10.9.	Producto – Solución.....	xcviii
10.10.	Beneficios de los Juegos Terapéuticos para la Ansiedad.....	xcix
10.11.	Diversidad y Funcionalidad: Clasificación de Juegos según la ONU.....	c
10.11.1.	Juegos de habilidad.....	c
10.11.2.	Juegos de movimiento.....	ci
10.11.3.	Juegos dramáticos:.....	ci
10.11.4.	Juegos de azar:.....	cii

10.12.	Descripción de los Juguetes Terapéuticos	cii
10.12.1.	Diseño y Concepto.....	cii
10.12.2.	Juguetes de Habilidad	ciii
10.12.3.	Juguetes de Movimiento	ciii
10.12.4.	Juguetes de Ingenio.....	ciii
10.12.5.	Significado Psicológico del Laberinto	ciii
10.12.6.	Beneficios Terapéuticos	civ
10.13.	Canal de venta.....	civ
10.13.1.	E-commerce Propio	civ
10.13.2.	Marketplaces en Línea	cv
10.13.3.	Redes Sociales	cv
10.13.4.	Aplicaciones de Salud y Bienestar	cv
10.13.5.	Tiendas Físicas Especializadas	cvi
10.13.6.	Centros de Salud y Bienestar.....	cvi
10.13.7.	Eventos y Ferias.....	cvi
10.13.8.	Suscripciones y Cajas de Bienestar.....	cvii
10.13.9.	Programas Corporativos.....	cvii
10.14.	4.7.4. Comunicación.....	cvii
10.14.1.	E-commerce Propio	cvii
10.14.2.	Marketplaces en Línea	cviii
10.14.3.	Redes Sociales	cviii
10.14.4.	Aplicaciones de Salud y Bienestar	cviii
10.14.5.	Tiendas Físicas Especializadas	cix
10.14.6.	Centros de Salud y Bienestar.....	cix
10.14.7.	Eventos y Ferias.....	cix
10.14.8.	Suscripciones y Cajas de Bienestar.....	cix
10.14.9.	Programas Corporativos.....	cx
11.	Gerencia financiera	cx
11.1.	Evaluación de la Inversión en Maquinaria	cx
11.2.	Objetivos de la Inversión	cx
11.3.	Financiamiento del Proyecto.....	cx

11.4.	Detalles de la Deuda.....	cxí
11.5.	Detalles del Capital Propio	cxii
11.6.	Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP)	cxii
11.7.	Costo de la Deuda (Kd).....	cxii
11.8.	Costo de la Deuda Después de Impuestos (Ki).....	cxiii
11.9.	Costo del Capital Propio (Ks)	cxiii
11.10.	Cálculo del Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP).....	cxiii
11.11.	Flujos de Efectivo del Proyecto	cxiv
11.12.	Depreciación de los Activos.....	cxiv
11.13.	Flujos Operativos Anuales	cxv
11.14.	Valor Terminal	cxvi
11.15.	Valor Actual Neto (VAN).....	cxvi
11.16.	Tasa Interna de Retorno (TIR)	cxvi
11.17.	Período de Recuperación (PR).....	cxvi
11.18.	Flujo del Inversionista	cxvii
11.19.	Análisis de Escenario Ajustado.....	cxvii
12.	Conclusión	cxviii
13.	Bibliografía:	cxx

4. Índice de Tablas

Ilustración 1	Pirámide Estrategica.....	10
Ilustración 2	Logo Ro Diseño	12
Ilustración 3	Protopersona.....	67
Ilustración 4	Buyer Person	lxix
Ilustración 5	Propuesta de Valor	lxxi
Ilustración 6	Modelo CANVAS	lxxii
Ilustración 7	Matriz McKinsey-GE	lxxvii
Ilustración 8	Mapa Perceptual	lxxxi
Ilustración 9	Matriz FBC	xc
Ilustración 10	Protopersona MKT	xcv

5. Introducción

En la actualidad, la salud mental se ha convertido en un tema de gran relevancia a nivel global. La rápida evolución de las sociedades modernas, acompañada de un aumento en el estrés y las exigencias del día a día, ha dado lugar a un incremento notable en trastornos como la ansiedad. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), los trastornos de ansiedad afectan a más de 264 millones de personas en todo el mundo, constituyendo una de las principales causas de discapacidad. Ante esta realidad, existe una creciente demanda de soluciones que puedan contribuir a aliviar los síntomas de la ansiedad, promoviendo el bienestar emocional y mejorando la calidad de vida de las personas afectadas.

En respuesta a esta necesidad, ha emergido un mercado para productos terapéuticos diseñados específicamente para aliviar el estrés y la ansiedad. Entre estos productos, los juegos terapéuticos han ganado popularidad, ofreciendo a los usuarios una forma interactiva y lúdica de manejar sus emociones; sin embargo, a pesar del potencial de estos productos, las empresas que buscan introducir nuevas líneas de juegos terapéuticos en el mercado enfrentan una serie de desafíos significativos. El mercado de productos para la salud y el bienestar está cada vez más saturado, con una competencia intensa entre las marcas existentes. Además, la falta de una estrategia de marketing específica para productos terapéuticos puede limitar la visibilidad de estos juegos, dificultando su aceptación por parte del público objetivo.

El presente proyecto integrador se enfoca en abordar estos desafíos mediante el desarrollo de una estrategia empresarial integral para la comercialización de una línea de juegos terapéuticos diseñados para liberar ansiedad. Esta línea de productos, previamente desarrollada y fabricada, se encuentra en una etapa crucial en la que su éxito comercial

depende de la capacidad de la empresa para posicionarla de manera efectiva en un mercado altamente competitivo, a través de un enfoque multidisciplinario que combina conocimientos en dirección estratégica, planificación de negocios, marketing y gerencia financiera, este proyecto busca no solo posicionar la línea de juegos en el mercado, sino también aumentar la conciencia de la marca y alcanzar niveles significativos de ventas.

La relevancia de este proyecto radica en su potencial para contribuir tanto al éxito empresarial como al bienestar mental de los consumidores, en un entorno donde la competencia es feroz, las empresas deben ir más allá de la simple introducción de un producto al mercado; deben desarrollar estrategias que les permitan diferenciarse de la competencia y establecer una conexión emocional con sus consumidores, este proyecto se basa en la premisa de que una estrategia bien diseñada, que considere las necesidades y preferencias del consumidor, puede ser la clave para el éxito en el mercado de juegos terapéuticos.

La problemática central que este proyecto aborda es la necesidad de desarrollar una estrategia integral y adaptada para la comercialización de estos juegos, superando tanto la saturación del mercado como la competencia, y logrando una conexión emocional efectiva con los consumidores, en un mercado donde los productos terapéuticos son cada vez más comunes, destacar se convierte en un desafío, la estrategia a desarrollar debe ser capaz de identificar oportunidades clave, abordar desafíos comerciales y posicionar los productos de manera que resuenen con el público objetivo.

El objetivo general de este proyecto es desarrollar una estrategia empresarial integral que permita la comercialización exitosa de la línea de juegos terapéuticos para liberar ansiedad.,

esta estrategia debe ser capaz de posicionar la marca de manera efectiva en el mercado, aumentar su visibilidad, y lograr un impacto positivo en las ventas y la satisfacción del cliente; para alcanzar este objetivo, el proyecto se estructurará en torno a la aplicación de conocimientos adquiridos en los módulos de Dirección Estratégica Empresarial, Plan de Negocios e Investigación de Mercados, Marketing Estratégico y Gerencia Financiera.

En cuanto al enfoque metodológico, el proyecto comenzará con un análisis exhaustivo del mercado para identificar las principales tendencias, oportunidades y retos que enfrenta la línea de productos, este análisis permitirá comprender mejor el entorno competitivo y las preferencias del consumidor, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones estratégicas, a partir de este análisis, se desarrollará un plan de negocios que incluirá la segmentación del mercado, el posicionamiento de la marca, la estrategia de precios y la selección de canales de distribución, este plan será fundamental para guiar las acciones de marketing y asegurar que estén alineadas con los objetivos empresariales.

El marketing estratégico jugará un papel crucial en este proyecto, ya que permitirá diseñar e implementar tácticas innovadoras que refuercen la propuesta de valor de los productos y su capacidad para conectar emocionalmente con los consumidores, la estrategia de marketing se centrará en comunicar los beneficios emocionales y terapéuticos de los juegos, utilizando mensajes que resuenen con el público objetivo y que diferencien a la marca de sus competidores, además, se explorarán diversas plataformas y canales de distribución para asegurar que los productos lleguen de manera efectiva a los consumidores.

Por último, la gerencia financiera proporcionará un marco para evaluar la viabilidad económica de la estrategia desarrollada, esto incluirá la estimación de costos, la proyección de ingresos y la evaluación del retorno de la inversión, la gestión financiera es esencial para

asegurar que las decisiones estratégicas no solo sean efectivas desde un punto de vista comercial, sino también sostenibles y rentables a largo plazo.

6. Marco teórico

El bienestar emocional se ha convertido en un tema crucial en la sociedad moderna, especialmente en un contexto en el que los trastornos de ansiedad y estrés afectan a millones de personas en todo el mundo. La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha subrayado que los trastornos mentales, incluidos los de ansiedad, representan una carga significativa para la salud global, afectando tanto a individuos como a comunidades (World Health Organization, 2017). En respuesta a esta creciente problemática, se han desarrollado diversas soluciones terapéuticas para mitigar los efectos del estrés y la ansiedad, entre las que se destacan los juegos diseñados específicamente para promover el bienestar emocional (McGonigal, 2011).

6.1. Línea de Juegos para Liberar Ansiedad

El presente proyecto se centra en la implementación práctica de una estrategia de comercialización para una línea de juegos diseñados para aliviar la ansiedad. Esta línea de juguetes, cuya propuesta fue desarrollada previamente, tiene como objetivo no solo proporcionar entretenimiento, sino también servir como una herramienta terapéutica que ayude a los usuarios a gestionar su ansiedad. La base del proyecto incluye un estudio de mercado detallado para identificar las necesidades y preferencias del público objetivo, el diseño de una identidad de marca distintiva, y la implementación de una campaña de marketing innovadora que abarque publicidad digital y redes sociales.

La relevancia de este enfoque radica en el uso de técnicas lúdicas como método complementario para el manejo del estrés y la ansiedad, lo cual se ha demostrado efectivo en diversos estudios sobre terapia lúdica (Landreth, 2012). Además, se busca validar la viabilidad comercial del producto mediante indicadores clave de rendimiento, con la finalidad de contribuir al éxito empresarial y al bienestar mental de los usuarios.

6.2. Problemática del Trastorno de Ansiedad

Es ampliamente reconocido que la ansiedad tiene un impacto negativo profundo en la salud mental, particularmente en adultos jóvenes, afectando tanto su rendimiento laboral como académico y reduciendo su calidad de vida. Aunque existen tratamientos convencionales, como los fármacos y la terapia cognitiva conductual, estos métodos pueden ser costosos, de difícil acceso o presentar efectos secundarios no deseados (Kessler et al., 2012). En este contexto, los juegos diseñados para aliviar la ansiedad surgen como una alternativa accesible y natural.

Diversos estudios han demostrado que las actividades lúdicas pueden ser una herramienta poderosa para mitigar la ansiedad, proporcionando un enfoque integral que combina actividad física y mental. Estos juegos no solo actúan como distracción, sino que también permiten a los usuarios canalizar su ansiedad de manera productiva, lo que contribuye al equilibrio emocional (Seligman, 2011). Este equilibrio es fundamental para que los usuarios desarrollen sus actividades diarias con normalidad, mejorando su bienestar general.

6.3. Ansiedad en la Región de las Américas

En la Región de las Américas, los trastornos de ansiedad, que incluyen desde el trastorno de pánico hasta las fobias y el trastorno obsesivo-compulsivo, son el segundo trastorno mental más discapacitante. En países sudamericanos, como Brasil y Ecuador, la prevalencia de la ansiedad supera los promedios regionales, lo que subraya la necesidad urgente de intervenciones y estrategias que aborden esta problemática (UNICEF, 2021). La pandemia de COVID-19 exacerbó esta situación, con un aumento considerable en el número de personas que buscaron ayuda médica por problemas de salud mental, como la ansiedad y la depresión (World Health Organization, 2017).

En Ecuador, específicamente, se registraron más de medio millón de consultas relacionadas con salud mental en 2022, lo que refleja la gravedad del impacto de la pandemia en la población. Este contexto resalta la importancia de desarrollar productos terapéuticos accesibles, como la línea de juegos para aliviar la ansiedad, que puedan ser utilizados en entornos domésticos y que proporcionen un alivio efectivo en momentos de crisis.

6.4. Terapia Lúdica y Juegos para la Ansiedad

El juego ha sido reconocido como una herramienta terapéutica valiosa por organizaciones como la OMS, que lo considera una estrategia humanizadora en la atención sanitaria (World Health Organization, 2017). La terapia lúdica, que combina entretenimiento con intervención terapéutica, ha demostrado ser efectiva en la regulación de emociones y la reducción del estrés (Landreth, 2012). Según Fernández-Abascal y Martín-Díaz (2019), las emociones

juegan un papel fundamental en la conducta humana, y su manejo adecuado es esencial para mantener la salud mental.

Los juegos diseñados para aliviar la ansiedad se basan en principios de psicología positiva y neurociencia emocional, los cuales resaltan la conexión entre las emociones y la motricidad (Seligman, 2011). Estudios como los de Cuijpers et al. (2008) subrayan la importancia de comprender cómo los juegos no solo promueven el bienestar emocional, sino que también pueden tener un impacto fisiológico positivo en los usuarios.

En este sentido, los juegos antiestrés no solo ofrecen una experiencia terapéutica accesible, sino que también involucran a los usuarios en actividades que promueven la relajación y la concentración, permitiéndoles manejar sus emociones de manera constructiva. Estos juegos proporcionan beneficios inmediatos, como el alivio del estrés, y a largo plazo, como la mejora en las habilidades de gestión emocional.

6.5. Marketing Emocional y su Relevancia

El marketing emocional juega un rol fundamental en la comercialización de productos terapéuticos, especialmente aquellos que tienen como objetivo mejorar la calidad de vida de los consumidores. Según Verhoef et al. (2009), las marcas más exitosas en la actualidad son aquellas que logran establecer conexiones emocionales profundas con sus clientes. Este enfoque, conocido como marketing emocional, va más allá de la venta de un producto funcional; busca crear experiencias significativas que generen lealtad y satisfacción en los consumidores

En el caso de los juegos para liberar ansiedad, el marketing emocional es clave para comunicar los beneficios del producto y conectar con el público objetivo a un nivel más profundo. La naturaleza terapéutica de estos juegos permite aprovechar el poder de las emociones para influir en las decisiones de compra, posicionando el producto como una herramienta que no solo entretiene, sino que también mejora el bienestar emocional del consumidor.

6.6. Impacto de la Pandemia y Cambios en el Comportamiento del Consumidor

La pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto profundo en el comportamiento del consumidor, especialmente en lo que respecta al consumo de productos que promueven el bienestar emocional (UNICEF, 2021). La necesidad de soluciones terapéuticas accesibles en el hogar ha crecido exponencialmente, lo que ha creado un nuevo nicho de mercado para productos como los juegos antiestrés. La crisis sanitaria también ha exacerbado los trastornos de ansiedad en personas con condiciones preexistentes, lo que subraya la urgencia de desarrollar herramientas que puedan ser utilizadas fácilmente por estos individuos.

La combinación de la terapia lúdica y el marketing emocional ofrece una oportunidad única para conectar con los consumidores y proporcionar una solución tangible para la ansiedad. Esta integración no solo busca vender un producto, sino también impactar positivamente en la vida de los consumidores, mejorando su bienestar emocional y contribuyendo a la gestión efectiva del estrés.

7. Dirección estratégica empresarial

En Ro Diseño de Productos reside un compromiso excepcional con la innovación, respaldado por inversiones estratégicas en maquinaria de vanguardia para el corte de madera y otros materiales, así como en tecnología de impresión y sublimación, con diversas líneas de diseño que abarcan mobiliario complementario, publicidad, souvenirs, tarjetería fina, productos personalizados decorativos de madera, y trofeos, nuestra visión se expande hacia una nueva dimensión terapéutica.

En particular, nos embarcamos en una emocionante travesía con la "Línea de Juegos para Liberar Ansiedad", concebida durante la tesis de pregrado en Diseño de Objetos en la Facultad de Diseño, Arquitectura y Arte en 2018, esta línea no solo fusiona la maestría artesanal con la tecnología de punta, sino que también ofrece soluciones terapéuticas para abordar la ansiedad, un desafío contemporáneo.

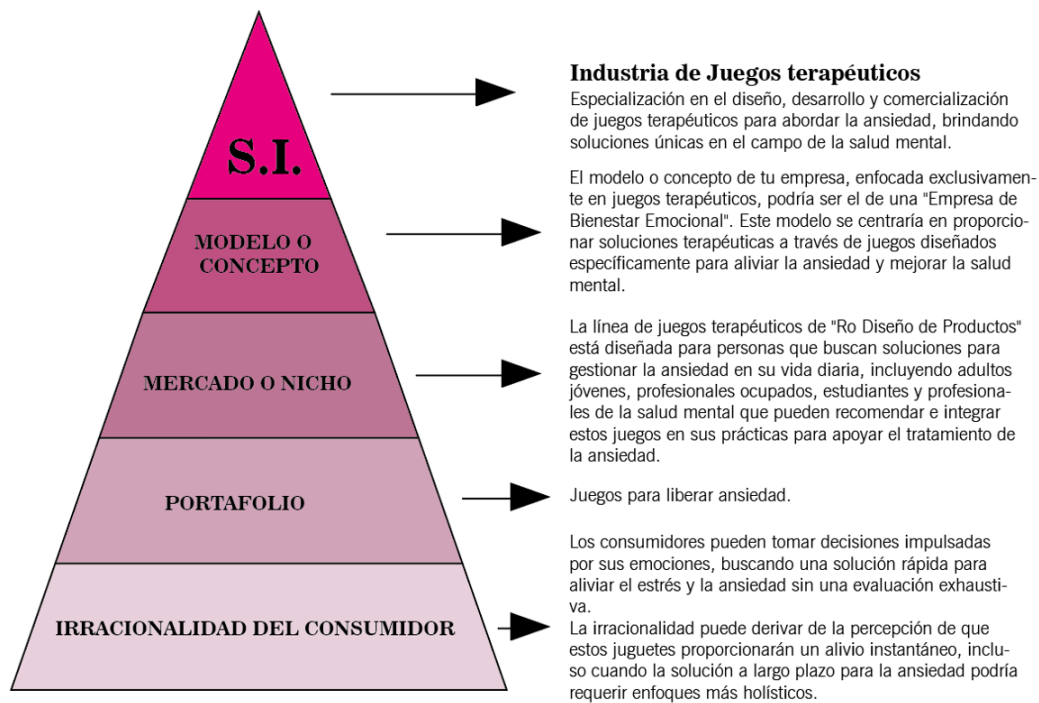


Ilustración 1 Pirámide Estratégica

7.1. Pirámide estratégica

7.2. Aplicación de los roles estratégicos:

7.2.1. Ventajas competitivas

Diseño innovador: Ofrecer juegos terapéuticos con diseños innovadores y únicos que no se encuentren fácilmente en el mercado puede diferenciarte y atraer a un público interesado en propuestas novedosas.

Enfoque científico basado en evidencias: Destacar el respaldo científico y basado en la evidencia detrás de tus juegos terapéuticos puede generar confianza entre consumidores y profesionales de la salud mental, estableciendo tu marca como una opción confiable.

Colaboraciones estratégicas: Ofrecer opciones de personalización en los juegos para adaptarse a las necesidades específicas de cada usuario, creando una experiencia única.

Enfoque de personalización: Ofrecer opciones de personalización en los juegos para adaptarse a las necesidades específicas de cada usuario, creando una experiencia única.

7.2.2. Tendencia de clientes

Programa de lealtad: Implementar un programa de lealtad que recompense a los clientes frecuentes. Puedes ofrecer descuentos exclusivos, acceso a contenido premium o puntos canjeables por productos adicionales.

Comunidad en línea: Crear una comunidad en línea donde los usuarios puedan compartir experiencias, consejos y apoyo mutuo. Esto fortalece la conexión con tu marca y entre los propios clientes.

Sostenibilidad ambiental: Informar a los clientes sobre la procedencia de los materiales crea conciencia ecológica. Puedes destacar cómo la empresa contribuye a reducir residuos y minimizar el impacto ambiental.

Transparencia en la producción: Los consumidores están más interesados en conocer la procedencia de los productos. La transparencia en la producción, incluida la información sobre cómo se fabrican los juguetes, puede generar confianza.

7.2.3. Marca



Ilustración 2 Logo Ro Diseño

Desarrollar una identidad: Crea una identidad visual y verbal coherente que represente los valores y la personalidad de tu marca. Esto incluye el diseño del logotipo, los colores, la tipografía y el tono de voz en todas las comunicaciones.

El diseño del logotipo distintivo y fácilmente reconocible.

Se establecieron guías de estilo visual y de tono para mantener la coherencia en todas las comunicaciones.

Uso de redes sociales: Las redes sociales son herramientas poderosas para construir y posicionar la marca. Compartiendo contenido regularmente, interactuando con la audiencia, participa en conversaciones relevantes y utiliza imágenes atractivas que resalten la esencia de la marca.

Eventos y colaboraciones: Participar en eventos relevantes para tu industria o comunidad. Esto puede incluir ferias comerciales, eventos locales o colaboraciones con influencers y

otras marcas afines. La participación en eventos puede aumentar la visibilidad y credibilidad de tu marca.

Reseñas y testimonios: Las opiniones de clientes satisfechos son una poderosa herramienta de marketing. Solicitar reseñas y testimonios de aquellos que hayan experimentado beneficios terapéuticos con tus juegos. Publica estas reseñas en tu sitio web y en plataformas de revisión relevantes.

7.2.4. Servicio

Kits de regalos personalizados: Ofrecer la opción de crear kits de regalo personalizados. Los clientes pueden seleccionar varios juegos terapéuticos para armar su propio paquete, lo que puede ser una excelente opción para regalos personalizados.

Envíos rápidos y seguros: Garantizar un proceso de envío rápido y seguro. Ofrecer opciones de envío express o servicios de seguimiento para brindar tranquilidad a tus clientes sobre la entrega de sus productos.

Personalización de productos: Permite la personalización de algunos juegos terapéuticos. Los clientes pueden añadir nombres, mensajes o elementos específicos, haciendo que el producto sea más único y especial.

Pruebas gratuitas o muestras: Ofrece pruebas gratuitas o envía muestras de tus juegos terapéuticos. Esto permite a los clientes experimentar antes de comprar, generando confianza y aumentando la probabilidad de ventas futuras.

7.2.5. Modelo de empresa

Experiencias en vivo: Organizar eventos en vivo o sesiones en línea donde los usuarios pueden participar en actividades terapéuticas dirigidas por profesionales.

Demostración en tiendas: Colaborar con tiendas físicas para realizar demostraciones en las que los clientes puedan experimentar los juegos antes de comprarlos.

Marketing emocional: Utilizar estrategias de marketing emocional puede conectar profundamente con los consumidores, generando una conexión emocional que va más allá del producto en sí.

Alianzas estratégicas: Establecer alianzas estratégicas con organizaciones de salud mental, instituciones educativas o empresas comprometidas con el bienestar puede ampliar tu alcance y credibilidad.

7.2.6. Internacionalización

Adaptación cultural: Ajustar el diseño de juegos terapéuticos para que sean culturalmente relevantes en diferentes regiones, considera las preferencias culturales, idiomas y valores locales.

7.3. Modelo de planificación – desagregación empresarial

7.3.1. Producción

Objetivos

- 1. Mejorar la eficiencia de los procesos de producción:** Este objetivo tiene como finalidad optimizar la ejecución de las actividades relacionadas con la fabricación de los juguetes terapéuticos, con el propósito de alcanzar mayores niveles de productividad y rendimiento.
- 2. Introducir nuevas ideas y mejoras en el diseño de los juguetes:** Este objetivo tiene como propósito fomentar la innovación y la evolución constante en el diseño de los juguetes terapéuticos, permitiendo adaptarse a las tendencias del mercado y satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores.

- 3. Optimizar los costos de producción sin comprometer la calidad:** Este objetivo se orienta hacia la gestión eficiente de los recursos financieros relacionados con la producción de los juguetes terapéuticos, asegurando que la reducción de costos no afecte negativamente la calidad del producto.

Políticas

Objetivo 1: Mejorar la eficiencia de los procesos de producción.

Análisis continuo: Realizar análisis continuos de los procesos de producción cada trimestre para identificar áreas de mejora y eficiencia.

Adopción tecnológica: Establecer un equipo encargado de evaluar e implementar nuevas tecnologías cada trimestre, garantizando la formación adecuada del personal para su utilización.

Objetivo 2: Introducir nuevas ideas y mejoras en el diseño de los juguetes.

Evaluación de competencia: Evaluar trimestralmente los productos de la competencia para identificar oportunidades de mejora y diferenciación.

Participación del cliente: Involucrar a los clientes en el proceso de diseño para comprender mejor sus preferencias y necesidades.

Objetivo 3: Optimizar los costos de producción sin comprometer la calidad.

Análisis de costos: Realizar análisis detallados de los costos de producción para identificar áreas de optimización.

Control de desperdicios: Reducir al mínimo los desperdicios de materiales durante el proceso de producción.

Estrategias

Objetivo 1: Mejorar la eficiencia de los procesos de producción.

- a) Programar revisiones periódicas de los procedimientos de producción, involucrando a los equipos pertinentes para identificar oportunidades de optimización.
- b) Establecer un equipo encargado de evaluar e implementar nuevas tecnologías, garantizando la formación adecuada del personal para su utilización.
- c) Buscar constantemente eficiencias en la cadena de suministro para reducir costos y mejorar la disponibilidad de materias primas.

Objetivo 2: Introducir nuevas ideas y mejoras en el diseño de los juguetes.

- a) Realizar análisis comparativos con productos similares en el mercado, identificando áreas donde el diseño puede destacarse o mejorarse.
- b) Realizar encuestas, grupos focales y pruebas de usabilidad con clientes potenciales para obtener retroalimentación directa sobre los prototipos.
- c) Realizar análisis comparativos con productos similares en el mercado, identificando áreas donde el diseño puede destacarse o mejorarse.

Objetivo 3: Optimizar los costos de producción sin comprometer la calidad.

- a) Realizar análisis detallados de los costos de producción para identificar áreas de optimización.
- b) Implementar medidas para controlar el uso de materias primas, reciclar residuos cuando sea posible y optimizar los procesos para minimizar los desperdicios.
- c) Establecer un equipo de análisis de costos que revise regularmente los componentes de gastos, identificando oportunidades para reducir costos sin afectar la calidad.

Procedimientos

Programar revisiones periódicas de los procedimientos de producción, involucrando a los equipos pertinentes para identificar oportunidades de optimización. (Objetivo 1a)

1. Establecer un calendario regular para revisar procedimientos de producción.
2. Identificar y convocar a equipos clave para participar en las revisiones.
3. Recolectar documentos relevantes, como manuales y datos de producción.
4. Examinar cada etapa del proceso con el equipo designado.
5. Fomentar la participación activa para identificar oportunidades de optimización.
6. Clasificar hallazgos y establecer un plan de acción con responsabilidades asignadas.
7. Evaluar regularmente el rendimiento del nuevo procedimiento y ajustar según sea necesario.

Establecer un equipo encargado de evaluar e implementar nuevas tecnologías, garantizando la formación adecuada del personal para su utilización. (Objetivo 1b)

1. Analizar las necesidades tecnológicas y formar un equipo liderado por un experto.
2. Investigar y evaluar tecnologías, considerando costos y beneficios.
3. Elaborar propuestas detalladas, presentarlas y obtener aprobación.
4. Diseñar un plan de formación integral para el personal.
5. Introducir gradualmente las tecnologías con soporte continuo.
6. Monitorear y ajustar el rendimiento de las tecnologías según sea necesario.
7. Recoger retroalimentación del personal y ajustar procedimientos y formación.
8. Mantenerse actualizado sobre tendencias y planificar actualizaciones periódicas.

Buscar constantemente eficiencias en la cadena de suministro para reducir costos y mejorar la disponibilidad de materias primas. (Objetivo 1c)

1. Evaluar la cadena de suministro actual identificando áreas de mejora.
2. Renegociar contratos y explorar nuevos proveedores para obtener condiciones favorables.
3. Implementar tecnologías para mejorar la visibilidad y eficiencia en la cadena de suministro.
4. Ajustar niveles de inventario para reducir costos de almacenamiento.
5. Establecer relaciones colaborativas, mejorar procesos y monitorizar de forma continua.
6. Capacitar al personal y realizar evaluaciones regulares para medir el impacto de las mejoras.

Realizar análisis comparativos con productos similares en el mercado, identificando áreas donde el diseño puede destacarse o mejorarse. (Objetivo 2a)

1. Elegir productos similares en el mercado.
2. Obtener detalles sobre características, diseño y materiales de la competencia.
3. Evaluar puntos fuertes y áreas para destacarse o mejorar.
4. Identificar tendencias del mercado y obtener una retroalimentación o respuestas de usuarios para ajustar el diseño.
5. Ajustar el diseño de forma continua para mantener relevancia y atractivo.

Realizar encuestas, grupos focales y pruebas de usabilidad con clientes potenciales para obtener retroalimentación directa sobre los prototipos. (Objetivo 2b)

1. Definir el objetivo de la investigación y los parámetros a evaluar en los prototipos.
2. Crear prototipos que representen el producto o diseño a evaluar.
3. Identificar y reclutar clientes potenciales que representen el público objetivo.
4. Diseñar encuestas que aborden aspectos clave del producto y recolectar respuestas cuantitativas.
5. Conducir sesiones de grupos focales para obtener opiniones cualitativas y perspectivas detalladas.
6. Facilitar pruebas de usabilidad donde los participantes interactúen con los prototipos y proporcionen feedback sobre la experiencia de uso.
7. Recolectar datos de encuestas, grupos focales y pruebas de usabilidad, y analizarlos para identificar patrones y áreas de mejora.
8. Preparar un informe detallado que resuma los hallazgos, destaque áreas de fortaleza y proponga mejoras.
9. Implementar ajustes en los prototipos basados en la retroalimentación recibida.
10. Repetir el proceso según sea necesario para asegurar la mejora continua del producto.

Realizar análisis comparativos con productos similares en el mercado, identificando áreas donde el diseño puede destacarse o mejorarse. (Objetivo 2c)

1. Identificar productos similares en el mercado.
2. Obtener detalles sobre características, diseño y materiales de los competidores.
3. Definir criterios específicos para comparar, como funcionalidad, estética y materiales.
4. Evaluar cada parámetro para los productos competidores.

5. Destacar áreas donde el diseño propio puede destacarse y aquellas que necesitan mejoras.
6. Obtener comentarios de usuarios sobre productos competidores.
7. Analizar los datos recopilados y documenta los hallazgos.
8. Realizar pruebas con usuarios para validar los cambios realizados.
9. Repetir el proceso de manera regular para mantenerse actualizado respecto a la competencia.

Realizar análisis detallados de los costos de producción para identificar áreas de optimización. (Objetivo 3a)

1. Desglosar los costos en materias primas, mano de obra, gastos generales, etc.
2. Documentar todos los costos asociados a la producción.
3. Evaluar los costos en comparación con la industria
4. Analizar posibles áreas donde los costos son más altos o ineficientes.
5. Obtener cotizaciones actualizadas y explora opciones más rentables.
6. Buscar renegociar términos con proveedores y contratistas.
7. Evaluar la viabilidad de implementar tecnologías para mejorar la eficiencia.
8. Realizar ajustes en los procesos y costos de manera gradual.
9. Establecer un sistema de seguimiento constante para evaluar la efectividad de las mejoras.

Implementar medidas para controlar el uso de materias primas, reciclar residuos cuando sea posible y optimizar los procesos para minimizar los desperdicios. (Objetivo 3b)

1. Evaluar detalladamente las materias primas utilizadas.
2. Definir objetivos para minimizar el desperdicio.
3. Introducir tecnologías para optimizar procesos y reducir consumo.
4. Entrenamiento regular sobre prácticas eficientes.
5. Establecer sistemas de monitoreo para detectar áreas de mejora.
6. Implementar programas de reciclaje.
7. Evalúa constantemente para reducir desperdicios.
8. Trabaja con proveedores ecoamigables.
9. Informa a clientes y partes interesadas sobre las iniciativas sostenibles.

Establecer un equipo de análisis de costos que revise regularmente los componentes de gastos, identificando oportunidades para reducir costos sin afectar la calidad. (Objetivo 3c)

1. Formar un equipo especializado en análisis de costos.
2. Definir claramente las responsabilidades de cada miembro.
3. Examinar regularmente todos los componentes de gastos.
4. Comparar con estándares de la industria y busca oportunidades de reducción de costos.
5. Introducir mejoras en los procesos según las recomendaciones del equipo.
6. Capacitar al equipo de manera constante.
7. Informar regularmente sobre los hallazgos y mejoras implementadas.

7.3.2. Comercialización

Objetivos:

1. Incrementar la conciencia de marca: Aumentar el reconocimiento y la visibilidad de la marca de juguetes terapéuticos mediante estrategias de marketing y campañas publicitarias efectivas.
2. Establecer alianzas estratégicas: Colaborar con profesionales de la salud mental, terapeutas, y otros actores relevantes para fortalecer la credibilidad de la marca y expandir la red de distribución.
3. Establecer estrategias de marketing digital: Potenciar la presencia en línea mediante estrategias de marketing digital, incluyendo redes sociales, marketing de contenidos y publicidad en línea.

Políticas:

Objetivo 1: Incrementar la conciencia de marca.

- a) Desarrollar y ejecutar estrategias de marketing efectivas para aumentar la visibilidad de la marca en diversos canales.
- b) Participar en eventos relevantes y realizar activaciones para generar interacción directa con el público y fortalecer la conciencia de marca.

Objetivo 2: Establecer alianzas estratégicas.

- a) Identificar organizaciones, profesionales y empresas con los que se pueda establecer alianzas estratégicas beneficiosas.
- b) Realizar evaluaciones periódicas de la efectividad de las alianzas estratégicas y realizar ajustes según sea necesario.

Objetivo 3: Establecer estrategias de marketing digital.

- a) Crear contenido digital que sea atractivo, informativo y resuene con la audiencia en línea.
- b) Realizar investigaciones de mercado digital para comprender las tendencias, preferencias y comportamientos de la audiencia en línea.

Estrategias:

Objetivo 1: Incrementar la conciencia de marca.

- a) Investigar y seleccionar canales de marketing adecuados, utilizar contenido atractivo, y medir el rendimiento de las campañas para realizar ajustes.
- b) Identificar eventos clave, planificar participaciones atractivas y medir el impacto de las activaciones en la conciencia de marca.
- c) Seleccionar plataformas publicitarias efectivas, crear anuncios impactantes y realizar un seguimiento del rendimiento para ajustar la estrategia.

Objetivo 2: Establecer alianzas estratégicas.

- a) Realizar análisis de mercado, evaluar sinergias y seleccionar candidatos potenciales para la colaboración.
- b) Establecer métricas de rendimiento, recopilar retroalimentación y realizar revisiones regulares para garantizar que las alianzas sigan siendo beneficiosas.
- c) Seleccionar eventos y oportunidades de colaboración que estén alineados con los objetivos estratégicos de ambas partes.

Objetivo 3: Establecer estrategias de marketing digital.

- a) Seleccionar cuidadosamente las plataformas digitales más adecuadas para alcanzar a la audiencia objetivo y cumplir con los objetivos de marketing.
- b) Utilizar herramientas de análisis de mercado, realizar encuestas en línea y estudiar la competencia digital.
- c) Desarrollar estrategias de contenido, utilizar multimedia (videos, imágenes, infografías) y adaptar el tono y estilo al público objetivo.

Procedimiento:

Investigar y seleccionar canales de marketing adecuados, utilizar contenido atractivo, y medir el rendimiento de las campañas para realizar ajustes. (Objetivo 1a)

- 1) Realizar un análisis exhaustivo de los canales de marketing disponibles.
- 2) Identificar los canales más relevantes y efectivos para llegar al público objetivo.
- 3) Desarrollar contenido persuasivo y atractivo adaptado a cada canal seleccionado.
- 4) Ejecutar campañas de marketing en los canales seleccionados.
- 5) Utilizar herramientas analíticas para evaluar el rendimiento de cada campaña.
- 6) Evalúa métricas clave como tasas de conversión, alcance y participación.
- 7) Determinar qué aspectos de las campañas generan resultados positivos.
- 8) Realizar ajustes en tiempo real o después de cada campaña para optimizar el rendimiento.

Identificar eventos clave, planificar participaciones atractivas y medir el impacto de las activaciones en la conciencia de marca. (Objetivo 1b)

- 1) Identificar eventos relevantes para la marca y su público objetivo.
- 2) Desarrollar estrategias para participaciones atractivas en cada evento.

- 3) Organizar todos los aspectos logísticos para garantizar una participación sin contratiempos.
- 4) Crear actividades que capturen la atención del público objetivo.
- 5) Ejecutar la participación de la marca de manera impactante y memorable.
- 6) Utilizar métricas específicas para evaluar el impacto de la activación.
- 7) Recopilar datos sobre la interacción del público y la percepción de la marca.
- 8) Realizar un análisis detallado de los resultados y la efectividad.
- 9) Basándose en los datos, realizar ajustes para futuras activaciones.

Seleccionar plataformas publicitarias efectivas, crear anuncios impactantes y realizar un seguimiento del rendimiento para ajustar la estrategia. (Objetivo 1c)

- 1) Identificar plataformas publicitarias relevantes para tu audiencia.
- 2) Comprender a tu audiencia para adaptar la estrategia publicitaria.
- 3) Crear anuncios visuales y mensajes persuasivos.
- 4) Implementar las campañas publicitarias en las plataformas seleccionadas.
- 5) Utilizar herramientas analíticas para monitorear el rendimiento.
- 6) Realizar ajustes según los resultados obtenidos.
- 7) Periódicamente, mejorar la estrategia basándote en el análisis de datos.

Realizar análisis de mercado, evaluar sinergias y seleccionar candidatos potenciales para la colaboración. (Objetivo 2a)

Realizar un análisis exhaustivo del mercado para identificar oportunidades.

Evaluar áreas de complementariedad y sinergias con posibles colaboradores.

Identificar candidatos potenciales que encajen con los objetivos estratégicos.

Analizar las competencias y capacidades de cada candidato.

Establecer contacto inicial para discutir posibles colaboraciones.

Iniciar conversaciones para explorar términos y condiciones.

Definir claramente los términos y condiciones de la colaboración.

Formalizar la colaboración mediante un acuerdo contractual.

Ejecutar la colaboración según lo acordado.

Realizar un seguimiento continuo del rendimiento de la colaboración.

Establecer métricas de rendimiento, recopilar retroalimentación y realizar revisiones regulares para garantizar que las alianzas sigan siendo beneficiosas. (Objetivo 2b)

- 1) Establecer métricas claras y específicas.
- 2) Utilizar herramientas para recopilar datos.
- 3) Solicitar retroalimentación regular.
- 4) Ajustar estrategia según resultados.
- 5) Mantener comunicación abierta.
- 6) Evaluar continuamente beneficios.
- 7) Abordar problemas proactivamente.
- 8) Adaptar estrategia según necesidades.
- 9) Documentar resultados y análisis.

Seleccionar eventos y oportunidades de colaboración que estén alineados con los objetivos estratégicos de ambas partes. (Objetivo 2c)

- 1) Definir claramente los objetivos estratégicos.
- 2) Evaluar eventos y oportunidades disponibles.
- 3) Verificar la alineación de intereses y valores.
- 4) Analizar los beneficios potenciales para ambas partes.
- 5) Investigar el historial de eventos anteriores.
- 6) Crear criterios para evaluar oportunidades.
- 7) Obtener opiniones y comentarios de las partes interesadas.
- 8) Basar la elección en información y análisis.
- 9) Negociar términos y condiciones claras.
- 10) Registrar formalmente la colaboración seleccionada.

Seleccionar cuidadosamente las plataformas digitales más adecuadas para alcanzar a la audiencia objetivo y cumplir con los objetivos de marketing. (Objetivo 3a)

- Clarificar los objetivos específicos de la campaña.
- 1) Analizar y comprender a fondo las características de la audiencia.
 - 2) Explorar y evaluar diversas plataformas digitales disponibles.
 - 3) Verificar la presencia y comportamiento de la audiencia en cada plataforma.
 - 4) Evaluar las funcionalidades y herramientas publicitarias de cada plataforma.
 - 5) Investigar las plataformas utilizadas por la competencia y su éxito.
 - 6) Analizar los costos asociados con la publicidad en cada plataforma

- 7) Verificar la capacidad de cada plataforma para el tipo de contenido a compartir.
- 8) Realizar pruebas iniciales en plataformas seleccionadas para evaluar el rendimiento.
- 9) Monitorear y analizar los datos de rendimiento de cada plataforma.
- 10) Realizar ajustes en la estrategia según los resultados obtenidos.

Utilizar herramientas de análisis de mercado, realizar encuestas en línea y estudiar la competencia digital. (Objetivo 3b)

- 1) Establecer metas claras para la investigación.
- 2) Seleccionar herramientas y diseñar encuestas en línea.
- 3) Analizar estrategias digitales de la competencia.
- 4) Utilizar herramientas de segmentación y monitorear tendencias.
- 5) Implementar encuestas, recopilar y analizar datos.
- 6) Identificar oportunidades basadas en hallazgos.
- 7) Evaluar la efectividad de canales digitales.
- 8) Realizar ajustes según resultados del análisis.

Desarrollar estrategias de contenido, utilizar multimedia (videos, imágenes, infografías) y adaptar el tono y estilo al público objetivo. (Objetivo 3c)

- 1) Establecer metas claras para la estrategia de contenido.
- 2) Analizar y comprender a la audiencia objetivo.
- 3) Realizar investigación de palabras clave relevantes.
- 4) Elaborar un plan de temas alineados con objetivos y audiencia.
- 5) Crear contenido diverso (videos, imágenes, infografías).
- 6) Ajustar el tono y estilo según la audiencia y plataforma.

- 7) Distribuir el contenido en diversos canales.
- 8) Evaluar métricas para ajustes y mejoras continuas.

7.3.3. Publicidad

Objetivos

1. Incrementar la conciencia de marca: Aumentar el reconocimiento y la recordación de la marca mediante campañas publicitarias efectivas.
2. Posicionar la marca como líder en Juegos terapéuticos: Establecer la marca como líder en el mercado de juegos terapéuticos, destacando sus beneficios y calidad.
3. Desarrollar contenido de valor y educativo: Crear contenido publicitario que no solo promocióne los productos, sino que también eduque al público sobre los beneficios terapéuticos y el valor de los juguetes.

Políticas

Objetivo 1: Incrementar la conciencia de marca.

Implementar una estrategia de publicidad que abarque múltiples canales, incluyendo redes sociales, anuncios en línea, colaboraciones y eventos presenciales.

Mantener coherencia en el mensaje publicitario, asegurando que todos los materiales de marketing transmitan los valores y beneficios clave de los juguetes terapéuticos.

Objetivo 2: Posicionar la marca como líder en Juegos terapéuticos.

Realizar investigaciones regulares sobre la competencia en el mercado de juegos terapéuticos para identificar fortalezas, debilidades y oportunidades.

Comprometerse con la innovación constante en el diseño y la funcionalidad de los juegos terapéuticos, asegurando que la marca siempre ofrezca productos líderes en el mercado.

Objetivo 3: Desarrollar contenido de valor y educativo.

Colaborar con profesionales del campo, terapeutas y expertos en salud mental para desarrollar contenido educativo respaldado por conocimientos especializados.

Utilizar una variedad de formatos, como blogs, videos, infografías y podcasts, para adaptarse a diferentes preferencias de consumo de información.

Estrategias

Objetivo 1: Incrementar la conciencia de marca.

- a) Alcanzar a diferentes segmentos de la audiencia a través de canales variados para maximizar la visibilidad de la marca.
- b) Construir una imagen de marca sólida y reconocible para fortalecer la memoria y la percepción del consumidor.
- c) Buscar y establecer colaboraciones estratégicas con otras marcas o personalidades que compartan valores similares, ampliando así el alcance de la marca.

Objetivo 2: Posicionar la marca como líder en Juegos terapéuticos.

- a) Entender el panorama competitivo para diferenciar la marca y destacar sus ventajas distintivas.
- b) Innovar constantemente para reforzar la percepción de liderazgo y mantiene el interés del público.

- c) Recopilar y destacar testimonios de usuarios que hayan experimentado beneficios terapéuticos con los juegos, compartiendo casos de éxito.

Objetivo 3: Desarrollar contenido de valor y educativo.

- a) La colaboración con expertos aporta credibilidad y garantiza la precisión del contenido educativo.
- b) La diversidad de formatos aumenta la accesibilidad y la efectividad del contenido educativo.
- c) Verificar y citar fuentes confiables al crear contenido educativo, garantizando la precisión y la credibilidad de la información proporcionada.

Procedimiento

Alcanzar a diferentes segmentos de la audiencia a través de canales variados para maximizar la visibilidad de la marca. (Objetivo 1a)

1. Identificar segmentos de audiencia clave.
2. Elegir canales de comunicación específicos.
3. Personalizar mensajes para cada segmento.
4. Utilizar redes sociales, publicidad en línea, eventos, etc.
5. Evaluar resultados y ajustar estrategias.
6. Colaborar con influencers, participar en eventos específicos.
7. Emplear publicidad dirigida en línea.

Construir una imagen de marca sólida y reconocible para fortalecer la memoria y la percepción del consumidor. (Objetivo 1b)

1. Establecer los valores, la misión y la visión de la marca.
2. Crear un logotipo distintivo y elementos visuales coherentes.
3. Formular mensajes claros y consistentes que transmitan la esencia de la marca.
4. Mantener coherencia en la comunicación en todos los canales.
5. Involucrarse en actividades y eventos que fortalezcan la conexión con la comunidad.
6. Mejorar continuamente la experiencia del cliente.
7. Crear contenido que refleje la identidad de la marca.
8. Explorar asociaciones que refuercen la imagen de la marca.
9. Recopilar y utilizar comentarios para ajustar y mejorar la imagen de la marca.

Buscar y establecer colaboraciones estratégicas con otras marcas o personalidades que compartan valores similares, ampliando así el alcance de la marca. (Objetivo 1c)

1. Buscar marcas o personalidades con valores alineados.
2. Analizar si la colaboración aporta valor mutuo.
3. Presentar una propuesta clara y beneficiosa.
4. Establecer acuerdos y condiciones de la colaboración.
5. Crear contenido o productos en conjunto.
6. Coordinar estrategias de lanzamiento y promoción.
7. Medir el impacto y la recepción de la colaboración.

Entender el panorama competitivo para diferenciar la marca y destacar sus ventajas distintivas. (Objetivo 2a)

1. Identificar y analizar a los competidores directos.
2. Analizar las fortalezas y debilidades de la competencia.

3. Buscar áreas donde la marca puede destacar.
4. Estar al tanto de las tendencias del mercado.
5. Definir claramente el perfil del cliente objetivo.
6. Crear una propuesta única que resalte las ventajas.
7. Adaptar el mensaje para destacar la diferencia.
8. Mantenerse actualizado sobre cambios en la competencia.

Innovar constantemente para reforzar la percepción de liderazgo y mantiene el interés del público. (Objetivo 2b)

1. Mantenerse al tanto de las tendencias y recopilar feedback constante.
2. Evaluar la competencia y fomentar colaboraciones internas y externas.
3. Establecer un entorno creativo y asignar recursos a la investigación y desarrollo.
4. Realizar pruebas piloto, crear prototipos y planificar lanzamientos estratégicos.
5. Evaluar el desempeño de nuevos productos después del lanzamiento.

Recopilar y destacar testimonios de usuarios que hayan experimentado beneficios terapéuticos con los juegos, compartiendo casos de éxito. (Objetivo 2c)

1. Identificar usuarios que hayan experimentado beneficios terapéuticos significativos.
2. Solicitar testimonios de manera proactiva, destacando casos específicos de éxito.
3. Realizar entrevistas para obtener detalles sobre la experiencia y registrarlas de manera efectiva.
4. Obtener autorización y consentimiento de los usuarios para compartir sus testimonios.

5. Compartir testimonios destacados en plataformas digitales, materiales promocionales y redes sociales.
6. Mantener un seguimiento regular para actualizar testimonios y capturar nuevas experiencias positivas.

La colaboración con expertos aporta credibilidad y garantiza la precisión del contenido educativo. (Objetivo 3a)

1. Identificar y contactar expertos relevantes.
2. Definir roles y expectativas claramente.
3. Colaborar en la creación de contenido educativo.
4. Permitir revisión para garantizar precisión.
5. Mantener comunicación para ajustes.

La diversidad de formatos aumenta la accesibilidad y la efectividad del contenido educativo. (Objetivo 3b)

1. Comprender preferencias y necesidades de la audiencia.
2. Seleccionar formatos educativos variados (videos, infografías, texto, etc.).}
3. Adaptar información a diferentes formatos manteniendo coherencia.
4. Realizar pruebas para evaluar la efectividad de cada formato.
5. Recopilar feedback de usuarios sobre preferencias de formato.
6. Ajustar la diversificación según retroalimentación y tendencias.
7. Promover activamente todos los formatos en canales adecuados.
8. Evaluar el rendimiento de cada formato para futuras mejoras.

Verificar y citar fuentes confiables al crear contenido educativo, garantizando la precisión y la credibilidad de la información proporcionada. (Objetivo 3c)

1. Elegir fuentes de información reconocidas.
2. Verificar datos usando múltiples fuentes.
3. Evaluar la reputación y autoridad de las fuentes.
4. Priorizar información actualizada.
5. Asignar mayor importancia a fuentes confiables.
6. Documentar y citar adecuadamente.
7. Validar la precisión con expertos.
8. Vigilar actualizaciones y cambios.
9. Entrenar en verificación de fuentes y estándares de calidad.

7.4. Integración de recursos estratégicos

7.4.1. Área de producción

Reclutamiento

Operador de maquinaria: Encargados de operar las máquinas de producción.

Personal de ensamblaje: Trabajadores para ensamblar productos de acuerdo con los estándares.

Inspector de calidad: Para garantizar la calidad de los productos.

La técnica de reclutamiento en esta área será la publicación de ofertas en plataformas especializadas como sitios web de empleo y redes profesionales para llegar a candidatos calificados.

Selección: Se definirá la selección a través de la revisión del CV, Identificando la experiencia y corroborándola mediante las referencias que consten en el mismo para obtener información sobre el desempeño previo y establecer claramente las habilidades, experiencia y requisitos para cada puesto.

Se implementarán pruebas prácticas para evaluar las habilidades en la operación de maquinaria, ensamblaje y control de calidad.

7.4.2. Área de comercialización

Gerente de marketing: Un líder estratégico para dirigir todas las iniciativas de marketing.

Diseñador gráfico: Para crear material visual atractivo y consistente con la marca.

La técnica de reclutamiento en esta área será la publicación de ofertas en plataformas especializadas como sitios web de empleo y redes profesionales para llegar a candidatos calificados y recomendaciones del área de diseño que posee la empresa.

Selección: Se definirá la selección a través de entrevistas específicas para evaluar las habilidades técnicas necesarias para cada posición.

En el caso de Gerente de marketing se realizará entrevistas exhaustivas para evaluar la visión estratégica, habilidades de liderazgo y experiencia previa.

Para la selección del diseñador gráfico se solicitará un portafolio que destaque la diversidad y calidad de su trabajo previo. Y mediante una prueba se verificará su experiencia con las herramientas de diseño gráfico relevantes. Durante la entrevista, se pedirán detalles sobre su proceso creativo y cómo aborda los desafíos de diseño.

7.4.3. Área de publicidad

Gerente de publicidad: Responsable de la planificación y ejecución de campañas publicitarias.

Community manager: Encargados de gestionar las interacciones en redes sociales.

La técnica de reclutamiento en esta área será la publicación de ofertas en plataformas especializadas como sitios web de empleo y redes profesionales para llegar a candidatos calificados. Publicando anuncios en plataformas de empleo específicas para perfiles de marketing y publicidad.

Selección: Se revisará el portafolio de proyectos anteriores para evaluar la calidad y diversidad de las campañas y se evaluará el conocimiento del candidato sobre el mercado objetivo y las tendencias publicitarias; valorando la creatividad del candidato y su capacidad para generar ideas innovadoras.

Dentro de la entrevista se detectará que esté familiarizado con las herramientas y plataformas publicitarias actuales y la capacidad del candidato para comunicar eficazmente ideas y estrategias.

7.4.4. Activos fijos: Tangibles

Maquinaria de corte router CNC: Ofrecerán la posibilidad de crear diseños detallados y personalizados en la superficie de los juguetes.

Maquinaria de corte e impresión de vinil: equipos especializados diseñados para realizar operaciones de corte y estampado en láminas de vinilo para reducir procesos en la fabricación de juguetes.

Equipos de pintura y acabados: Ayudarán a mejorar la apariencia estética de los juguetes y a personalizarlos con diferentes colores.

Impresoras 3D: Facilitarán la creación de prototipos y la producción de juguetes personalizados.

Equipos de empaque automatizado: Agilizarán el proceso de empaquetado, mejorando la eficiencia y reduciendo los tiempos de producción.

Estaciones de trabajo: Mejorarán el entorno laboral para el equipo, aumentando la productividad y la comodidad.

Equipos de iluminación y fotografía para marketing: Mejora la presentación de productos para campañas de marketing y venta en línea.

Softwares de diseño asistido por computadora: Facilita la creación y modificación de diseños de juguetes de manera más eficiente.

7.4.5. Activos fijos: Intangibles

Diseño innovador y exclusivo: Se invertirá en talento creativo para desarrollar diseños innovadores y exclusivos para tus juguetes. La originalidad y la estética atractiva pueden diferenciarte en el mercado.

Marca y reputación: Desarrollar una marca sólida que transmita los valores y la misión de tu empresa. Construir una reputación positiva contribuirá a la confianza del cliente y a la lealtad a largo plazo.

Propiedad intelectual: Registrar las patentes, marcas registradas o derechos de autor asociados a los diseños. Proteger la propiedad intelectual te brindará seguridad legal y exclusividad en el mercado.

Colaboraciones estratégicas: Buscar asociaciones con profesionales de la salud mental, terapeutas o influencers en el ámbito de la relajación y bienestar. Colaboraciones estratégicas pueden aumentar la visibilidad y credibilidad de los productos.

Comunidad en línea: Fomentar la creación de una comunidad en línea alrededor de la marca a través de redes sociales, foros o incluso una aplicación dedicada. La interacción constante con los clientes fortalecerá la lealtad a la marca.

Investigación y desarrollo continuo: Dedicar recursos a la investigación y desarrollo continuo de nuevos productos. Mantenerse al tanto de las tendencias y necesidades del mercado te permitirá lanzar productos actualizados y relevantes.

Programas de fidelización: Implementar programas de fidelización que recompensen a clientes frecuentes. Descuentos exclusivos, membresías especiales o regalos pueden incentivar la lealtad del cliente.

7.4.6. Recursos no materiales o sistemas

Área de producción

Sistema de gestión de proyectos: Facilitar la planificación y seguimiento de proyectos, asignación de recursos y cumplimiento de plazos, mejorando la eficiencia en la ejecución de tareas.

Sistema de colaboración creativa: Para fomentar la creatividad y la innovación en el diseño de juguetes, una plataforma colaborativa permite que los miembros del equipo compartan ideas de manera efectiva.

Sistema de gestión de cadena de suministro: Optimizar la adquisición de materias primas, gestiona eficientemente los inventarios y coordina la logística de manera integral.

Sistema de control de calidad: Implementar un sistema de control de calidad asegura que cada juguete cumpla con los estándares establecidos, garantizando la satisfacción del cliente y la conformidad con regulaciones.

Sistema de automatización de procesos: Automatizar tareas repetitivas, mejorando la eficiencia operativa y reduciendo errores humanos.

Sistema de gestión de producción: Monitorear y gestiona en tiempo real la producción, permitiendo una toma de decisiones más rápida y eficiente.

Sistema de gestión de tiempos de producción: Asegurar un seguimiento preciso de la asistencia y el tiempo dedicado a cada fase de producción.

Área de comercialización

Sistema de gestión de relaciones con el cliente: Facilita el seguimiento y la gestión de las interacciones con los clientes, optimizando las estrategias de marketing y ventas.

Sistema de gestión de contenidos: Facilita la creación, edición y publicación de contenido en línea, permitiendo mantener actualizada la presencia digital de tu marca.

Sistema de comercio electrónico: Si vendes directamente a los consumidores, una plataforma de comercio electrónico ofrece una experiencia de compra en línea fácil y segura.

Sistema de campañas publicitarias: Evalúa el rendimiento de las campañas publicitarias para ajustar estrategias y maximizar el retorno de la inversión.

Sistema de marketing de contenidos: Facilita la creación y distribución de contenido valioso y relevante para atraer, educar y retener a tu audiencia.

Área de publicidad

Sistema de publicidad contextual: Muestra anuncios relevantes basados en el contenido que los usuarios están consumiendo, aumentando la efectividad.

Sistema de gestión de redes sociales: Implementa herramientas de gestión de redes sociales como Hootsuite o Buffer para programar y administrar publicaciones en diferentes plataformas. Esto facilitará la consistencia en la presencia en línea.

Sistema de publicidad digital: Utiliza plataformas publicitarias en línea como Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads, u otras relevantes para tu público objetivo.

7.5. Técnicas de retención de clientes

7.5.1. Captación:

Oferta pruebas gratuitas

Ofrece versiones de prueba gratuita de algunos de tus juegos más populares.

Al permitir que los clientes prueben antes de comprar, aumentas las posibilidades de conversión.

Las Ofertas de Prueba Gratuita son una estrategia de marketing que permite a los clientes potenciales (Identificando claramente a la audiencia objetiva). Experimentar tus productos o

servicios de forma gratuita durante un período determinado, con el objetivo de atraer su interés y convertirlos en clientes de pago. Para implementar con éxito esta estrategia en tu negocio de venta de juegos para liberar la ansiedad.

Campañas de prueba dirigida

Crear anuncios específicos en redes sociales que resalten cómo los juegos pueden aliviar la ansiedad.

Utiliza segmentación detallada para llegar a personas interesadas en salud mental, bienestar y juegos.

Las Campañas de Publicidad Dirigida son estrategias de marketing diseñadas para llegar específicamente a un público objetivo bien definido. En el contexto de la captación de clientes para juegos destinados a liberar la ansiedad, estas campañas se enfocan en llegar a personas que puedan beneficiarse directamente de la experiencia terapéutica y relajante que ofrecen tus juegos.

Participación en eventos

Asiste a ferias, exposiciones o eventos relacionados con la salud mental, bienestar y juegos terapéuticos. También plantea Organizar eventos propios, como talleres o demostraciones, para dar a conocer tus productos.

Ofrece demostraciones interactivas de los juegos y así permitir que los asistentes experimenten directamente con los productos.

Identificar los eventos relevantes para tu audiencia. Pueden ser ferias de bienestar, conferencias sobre salud mental, eventos de juegos o incluso eventos locales en la comunidad. En la participación de un evento presencial, se diseñará un stand atractivo y acogedor que destaque los juegos y sus beneficios para la ansiedad y Para eventos virtuales, se deberá de tener un espacio virtual bien diseñado con gráficos, información y acceso fácil a recursos.

Marketing de Influencia

El marketing de influencia es una estrategia efectiva para captar nuevos clientes al asociarme con personas influyentes que tienen seguidores comprometidos en mi industria o nicho.

Colaborar con influencers que puedan probar y promocionar tus productos a sus seguidores Asegurando de que las colaboraciones sean auténticas y alineadas con los valores de tu marca.

Investigar y encontrar influencers que estén activos en el ámbito de la salud mental, bienestar emocional.

Presentar propuestas de colaboración claras y específicas. Explicando cómo los juegos están alineados con los intereses de su audiencia y cómo podrían beneficiarse de ellos.

Proporcionar muestras gratuitas de los juegos para que los influencers puedan experimentarlos.

Demostraciones en tiendas físicas

La técnica de demostración en tiendas físicas es una estrategia efectiva para captar nuevos clientes al proporcionar experiencias prácticas y directas con los productos. En el caso del negocio de venta de juegos para liberar la ansiedad, la demostración en tiendas puede destacar cómo tus juegos ofrecen beneficios terapéuticos y contribuyen al bienestar emocional.

Organizar demostraciones en tiendas físicas donde los clientes puedan experimentar tus juegos en persona. Proporcionando muestras gratuitas o sesiones de juego en eventos locales.

Identificar tiendas físicas que estén alineadas con el mercado objetivo y tengan un tráfico significativo de clientes interesados en productos relacionados con la salud mental o el bienestar emocional.

Considerar tiendas especializadas en juegos, bienestar o librerías que puedan estar interesadas en incluir tus productos.

Crear un espacio de demostración atractivo en la tienda. Utilizando carteles, gráficos y otros elementos visuales para resaltar la conexión entre tus juegos y el alivio de la ansiedad.

Invita a los clientes a participar en demostraciones interactivas de los juegos. Permitirles jugar y experimentar directamente con los productos puede ser muy efectivo.

Testimonios y reseñas

La estrategia de testimonios y reseñas es una técnica poderosa para captar nuevos clientes, ya que proporciona pruebas sociales que validan la calidad y la efectividad de los productos.

Para el negocio de venta de juegos para liberar la ansiedad, los testimonios pueden destacar cómo tus juegos han contribuido al bienestar emocional y mental de las personas.

Solicitar a clientes satisfechos que compartan sus experiencias mediante testimonios y reseñas en tu sitio web y redes sociales. Destacando estas experiencias positivas en las campañas de marketing.

Ofrece incentivos a los clientes para que compartan sus testimonios. Pueden ser descuentos en futuras compras, acceso a contenido exclusivo o la posibilidad de participar en sorteos.

Pedir a los clientes que destaquen beneficios tangibles que hayan experimentado al utilizar los juegos. Pueden incluir reducción del estrés, mejora del estado de ánimo o incluso cambios positivos en las relaciones interpersonales.

Concursos y sorteos

Los concursos y sorteos son estrategias emocionantes y participativas que se puede utilizar para captar nuevos clientes para el negocio de venta de juegos para liberar la ansiedad.

Organizar concursos en redes sociales donde los participantes deben compartir sus estrategias para reducir la ansiedad con juegos y ofrecer premios atractivos, como juegos gratuitos o descuentos, definiendo claramente los objetivos del concurso o sorteo.

Hay varias opciones, como sorteos, concursos de preguntas y respuestas, sorteos en redes sociales, concursos de fotos, entre otros.

Ofrecer un premio atractivo y relevante para mi audiencia. En el contexto de juegos para liberar la ansiedad, el premio podría incluir paquetes de juegos, membresías premium o incluso accesorios relacionados.

Email marketing

El email marketing es una estrategia efectiva para captar nuevos clientes al permitirte comunicarte directamente con ellos a través de correos electrónicos.

Tener una lista de suscriptores que haya optado por recibir correos electrónicos de tu parte. Se puede construir esta lista a través de formularios de registro en el sitio web, en eventos o mediante incentivos como descuentos o contenido exclusivo.

Diseñar correos electrónicos atractivos y visualmente agradables. Utilizando gráficos relevantes, colores llamativos y un diseño limpio.

Introducir ofertas especiales y descuentos exclusivos para incentivar la participación y la conversión. Pueden ser descuentos en la primera compra, ofertas por tiempo limitado o promociones exclusivas para suscriptores.

Incorporar elementos interactivos y contenido multimedia en los correos electrónicos. Se incluirán encuestas, videos cortos, gifs o contenido interactivo que mantenga el interés de los destinatarios ya que la interactividad puede aumentar la participación y mejorar la experiencia del usuario.

7.5.2. Repetición

Programas de membresías exclusivas:

Un programa de membresía exclusiva es una estrategia efectiva para fomentar la lealtad de los clientes y garantizar repeticiones en las compras.

Ofrecer beneficios exclusivos a los miembros del programa de membresía. Estos beneficios pueden incluir descuentos especiales, acceso anticipado a nuevos lanzamientos, ofertas personalizadas basadas en el historial de compras, regalos exclusivos o contenido premium relacionado con la ansiedad y el bienestar emocional.

Facilitar el proceso de inscripción al programa de membresía. Evitando formularios complicados y considerando opciones como la inscripción a través de redes sociales o el registro automático con la primera compra.

Personalización de productos

Ofrecer opciones de personalización para los juegos. Esto permite a los clientes crear productos únicos que se adapten específicamente a sus necesidades y preferencias ya que la personalización puede aumentar la conexión emocional del cliente con el producto.

Sistema de recompensas basada en logros

Un sistema basado en logros es una estrategia efectiva para fomentar la participación y la lealtad de los clientes, al mismo tiempo que incentiva repeticiones en las compras.

Identificar y definir logros claros. Estos logros podrían estar relacionados con la frecuencia de compra, participación en eventos, referidos de amigos, reseñas de productos, entre otros.

Diseñando un sistema de recompensas graduales. A medida que los clientes acumulan puntos o desbloquean insignias, deberían recibir recompensas progresivas. Estas recompensas podrían ser descuentos, productos gratuitos, acceso a eventos exclusivos o incluso regalos personalizados.

Eventos en tiendas físicas o virtuales para clientes

Organizar eventos en tiendas físicas o virtuales exclusivos para mis clientes. Esto podría incluir demostraciones de nuevos productos, charlas con expertos en ansiedad o actividades interactivas relacionadas con tus juegos. Estos eventos proporcionan oportunidades para la interacción directa y el fortalecimiento de la comunidad.

Acceso anticipado de productos nuevos

Ofrecer a los clientes nuevos acceso anticipado a productos antes de su lanzamiento público. Esto genera un sentido de exclusividad y recompensa a la lealtad de los clientes.

Servicio de atención al cliente excepcional

Destacar por un servicio de atención al cliente excepcional. Responde rápidamente a las consultas, brinda soluciones efectivas y muestra empatía hacia las preocupaciones de los clientes.

Relación:

Experiencias de compras personalizadas

Utilizar la personalización extensiva en la experiencia de compra. Desde recomendaciones de productos basadas en su historial de compras hasta ofertas personalizadas y contenido específico para cada cliente, la personalización crea un ambiente único y adaptado.

Ofrecer asesoramiento personalizado en la elección de productos, incorporando herramientas en línea que hagan preguntas específicas y proporcionen recomendaciones basadas en las respuestas.

Experiencias de unboxing exclusivas

Diseñar experiencias de unboxing exclusivas. Incluye elementos sorpresa, mensajes personalizados y detalles cuidadosamente seleccionados para hacer que la apertura del paquete sea única y emocionante.

Ofertas personalizadas con el cliente

Proporcionar ofertas y descuentos personalizados. Estos pueden estar basados en la frecuencia de compra, el valor del carrito de compras o eventos especiales relacionados con el cliente.

Cumpleaños o aniversarios especiales

Celebra los cumpleaños y aniversarios de tus clientes rentables. Envía descuentos especiales, regalos sorpresa o incluso acceso a productos exclusivos en estas fechas significativas.

7.5.3. Vinculación

Reconocimiento público e historias de éxito

Reconocer públicamente a mis clientes fieles y compartir sus historias de éxito. Esto no solo los hace sentir apreciados, sino que también inspira a otros a unirse a la comunidad de clientes leales.

Innovación en Empaque y presentación

Innovar en el empaque y presentación de productos. Personalizando los empaques con detalles como su nombre grabado e introducir elementos sorpresa que además de ser un detalle atractivo sea un agradecimiento para el cliente por su fidelización.

Programas referidos mejorados

Mejorar el programa de referidos para clientes fieles. Ofreciendo recompensas más significativas por cada nuevo cliente referido y considera ofrecer incentivos adicionales para los clientes referentes.

Programas de fidelidad experienciales

Crear programas de fidelidad que vayan más allá de los descuentos. Ofrece experiencias únicas como acceso a eventos exclusivos, regalos sorpresa y servicios personalizados para clientes fieles.

7.6. Aplicación de objetivos estratégicos

1. *Participación de mercado*
2. *Incremento de ventas*
3. *Rentabilidad*
4. *Crecimiento*
5. *Ventajas competitivas*
6. *Posicionamiento*
7. *Reputación corporativa*

8. *Desarrollo de Marca*
9. *Desarrollo de nuevos productos*
10. *Crear Valor*

7.6.1. Participación de mercado

Continua investigación de mercado: Realizar estudios de mercado para comprender las necesidades y preferencias de la audiencia objetiva y Analiza a la competencia para identificar oportunidades y brechas en el mercado.

Mantener una diferenciación del producto: Asegurando de que los juegos ofrezcan características únicas que los diferencien de otros en el mercado.

Destaca los beneficios terapéuticos específicos que tus juegos proporcionan.

Campañas de concienciación: Ejecutar campañas de marketing que destaquen la importancia del manejo del estrés y los beneficios de tus juegos para la salud mental. Utiliza historias de éxito y testimonios para respaldar la eficacia de tus productos.

Alianzas estratégicas: Buscar asociaciones con profesionales de la salud mental, terapeutas o instituciones que puedan respaldar y recomendar mis juegos. Colaborar con influencers que compartan los valores terapéuticos de los productos.

Canales de distribución amplios: Tener presencia en diversos canales de venta, tanto en línea como fuera de línea. Explorar acuerdos con minoristas, tiendas especializadas y plataformas de comercio electrónico.

Programas de fidelización: Implementar programas de fidelización para recompensar a clientes recurrentes. Ofrecer descuentos, contenido exclusivo o acceso anticipado a nuevos productos.

Marketing digital especializado: Utilizar estrategias de marketing digital específicas para llegar a tu audiencia objetivo. Empleando publicidad en redes sociales, marketing de para aumentar la visibilidad en línea.

Eventos y experiencias en tiendas: Organizar eventos en tiendas físicas o virtuales para permitir a los clientes experimentar tus juegos. Ofrece demostraciones en vivo, sesiones interactivas o eventos temáticos.

Garantía de satisfacción: Proporcionar garantías sólidas y políticas de devolución flexibles para generar confianza en los consumidores. Destacando la calidad y durabilidad de tus productos.

7.6.2. Incremento de ventas

Ofertas y descuentos especiales: Introducir ofertas limitadas o descuentos especiales en los juegos para atraer a nuevos clientes y motivar a los usuarios existentes a realizar compras adicionales.

Paquetes y bundles: Crear paquetes que incluyan varios juegos relacionados con la ansiedad a un precio reducido. Esto puede aumentar el valor percibido y fomentar la compra de más de un título.

Programas de suscripción: Implementar un modelo de suscripción que ofrezca acceso a una variedad de juegos para la ansiedad por una tarifa mensual. Este enfoque puede generar ingresos recurrentes y fomentar la retención de clientes.

Campañas de email marketing: Desarrollar campañas de email marketing enfocadas en resaltar los beneficios terapéuticos de tus juegos. Incluye testimonios de usuarios y promociones exclusivas para suscriptores.

Eventos de ventas especiales: Organizar eventos de ventas temporales, como "Días de Descanso" o "Semana Antiestrés", donde los juegos para la ansiedad estén disponibles a precios promocionales.

Programas de referidos con recompensas: Establecer un programa de referidos que recompense a los usuarios por recomendar los juegos a amigos y familiares, generando así nuevas ventas a través del boca a boca.

Anuncios segmentados: Utilizar estrategias de publicidad online con anuncios segmentados. Dirige tus anuncios a audiencias específicas interesadas en la salud mental y el bienestar.

Garantías y devoluciones sin complicaciones: Ofrecer garantías de devolución de dinero o políticas de devolución sin complicaciones para eliminar el miedo a la compra, brindando confianza a los posibles compradores.

7.6.3. Rentabilidad

Externalización de servicios: Evaluar la posibilidad de externalizar ciertas funciones no críticas para reducir costos operativos. Esto puede incluir servicios de atención al cliente, mantenimiento de servidores, entre otros.

Negociación con proveedores: Negociar con proveedores para obtener precios más competitivos en insumos o servicios necesarios para el desarrollo y la distribución de los juegos.

Programas de fidelización: Implementar un programa de fidelización que recompense a los clientes frecuentes con descuentos exclusivos, contenido adicional o acceso anticipado a nuevos lanzamientos.

Ofertas premium: Introducir versiones premium de los juegos con características exclusivas o contenido adicional que justifique un precio más alto.

Automatización de procesos: Automatizar procesos internos cuando sea posible para reducir la necesidad de mano de obra y mejorar la eficiencia operativa.

7.6.4. Crecimiento

Alianzas con empresas de tecnología: Establecer alianzas estratégicas con empresas de tecnología que se centren en soluciones para el bienestar laboral, integrando tus juegos como parte de sus ofertas.

Influencers y colaboradores notables: Colaborar con influencers, personalidades notables y expertos en salud mental para respaldar tu marca y llegar a nuevas audiencias.

Asegurando de que estas colaboraciones sean auténticas y alineadas con la misión de tu marca.

Campañas de marketing experiencial: Desarrollar campañas que involucren a los usuarios de manera activa, como desafíos en redes sociales, concursos creativos o eventos de juego en línea que fomenten la participación y la viralidad.

Iniciativas de bienestar en centros educativos: Colaborar con instituciones educativas para implementar tus juegos como parte de iniciativas de bienestar en las escuelas, ayudando a los estudiantes a manejar el estrés académico.

Participación en la comunidad: Crear una comunidad en línea en torno a la marca y los juegos. Facilita la participación activa, la discusión y la generación de contenido por parte de la comunidad.

7.6.5. Ventajas competitivas

Feedback y mejora continua: Recopilar comentarios de clientes y utiliza esta información para mejorar constantemente los productos.

Innovación constante: Mantente al tanto de las tendencias y avances en juegos terapéuticos. Introducir nuevos productos o actualiza los existentes para mantener el interés del mercado.

Alianzas estratégicas con instituciones de salud: Establecer alianzas estratégicas con instituciones de salud, hospitales o clínicas para recomendar y utilizar tus juegos como parte de programas de apoyo emocional.

Desarrollo de herramientas de evaluación empresarial: Diseñar herramientas de evaluación específicas para empresas que les permitan medir el impacto del uso de los juegos en el bienestar y productividad de sus empleados.

Campañas de email marketing personalizadas: Utilizar campañas de email marketing personalizadas para informar a tus usuarios sobre nuevas características, ofertas exclusivas y eventos especiales.

Ventas especiales para usuarios frecuentes: Reconocer y recompensar a usuarios frecuentes con ventas especiales, descuentos exclusivos y acceso prioritario a nuevos lanzamientos.

7.6.6. Posicionamiento

Narrativa de marca emocional: Desarrollar una narrativa de marca que conecte emocionalmente con mi audiencia. Destacar historias de usuarios reales y cómo tus juegos han tenido un impacto positivo en sus vidas.

Colaboraciones con expertos en bienestar: Establecer colaboraciones con expertos en bienestar y salud mental para respaldar la autenticidad y eficacia terapéutica de los juegos. Pueden incluir testimonios y contribuciones a la

Programas de recompensas por participación: Implementar programas de recompensas que incentiven la participación activa de los usuarios en actividades terapéuticas dentro de tus juegos, creando una comunidad comprometida.

Liderazgo en investigación y desarrollo: Posicionamiento como líder en investigación y desarrollo en el campo de juegos terapéuticos. Publicar estudios, colabora con expertos en salud mental y demostrando el compromiso continuo de tu empresa con la innovación.

Participación activa en eventos del sector: Participar activamente en eventos del sector, conferencias y ferias comerciales relacionadas con la salud mental y el bienestar. Esto no solo aumenta la visibilidad, sino que también posiciona como una autoridad en el campo.

7.6.7. Reputación corporativa

Transparencia en el desarrollo de juegos: Mostrar transparencia en el proceso de desarrollo de juegos. Compartir información sobre cómo se diseñan, las metodologías terapéuticas utilizadas y la retroalimentación de los usuarios que ha influido en las actualizaciones.

Compromiso con la privacidad y seguridad: Destacar el compromiso de la empresa con la privacidad y seguridad de los datos de los usuarios. Implementa prácticas de seguridad robustas y comunica claramente cómo se manejan los datos sensibles.

Diseño centrado en el usuario: Colocar el diseño centrado en el usuario en el centro de tu estrategia. Asegurando que los juegos no solo sean terapéuticos, sino también intuitivos y atractivos desde el punto de vista visual

Colaboraciones con diseñadores reconocidos: Colabora con diseñadores de renombre en la industria. La asociación con expertos en diseño refuerza la calidad estética de tus juegos.

Participación en ferias de diseño y tecnología: Participar activamente en ferias y eventos de diseño y tecnología. Esto no solo te permite mostrar los productos, sino que también te coloca en el epicentro de la innovación en diseño.

Documentación de proceso de diseño: Documentar y compartir el proceso de diseño detrás de tus juegos terapéuticos. Publicar información sobre las decisiones de diseño refuerza la transparencia y la autenticidad.

7.6.8. Desarrollo de Marca

Identidad de marca diferenciada: Desarrollar una identidad de marca única que destaque la conexión entre tus juegos y el alivio de la ansiedad. Definir colores, tipografías y elementos visuales que se asocien directamente con la tranquilidad y el bienestar.

Diseño de packaging emocional: Diseñar un packaging que evoca emociones positivas y refleje la esencia terapéutica de tus juegos. Utiliza colores relajantes, mensajes inspiradores y materiales sostenibles.

Nombres estratégicos: Elige nombres para tus juegos y para la marca que comuniquen directamente la intención terapéutica y relajante. Asegúrate de que sean memorables y fáciles de asociar con la idea de liberar la ansiedad.

Programas de fidelización con beneficios terapéuticos: Implementar programas de fidelización que ofrezcan beneficios terapéuticos. Por ejemplo, descuentos especiales para clientes frecuentes o acceso exclusivo a nuevos contenidos terapéuticos.

Testimonios y casos de éxito: Destacar testimonios y casos de éxito de usuarios que han experimentado mejoras en su bienestar emocional mediante el uso de los juegos. Compartir historias reales refuerza la autenticidad de tu marca.

7.6.9. Desarrollo de nuevos productos

Investigación de mercado profunda: Realizar investigaciones de mercado exhaustivas para comprender las necesidades y deseos cambiantes de la audiencia. Identifica tendencias en salud mental, bienestar y preferencias de juego.

Encuestas y retroalimentación de usuarios: Implementar encuestas y solicitar retroalimentación directa de tus usuarios actuales y potenciales. Aprender directamente de ellos te proporcionará valiosa información sobre áreas de mejora y nuevas oportunidades.

Colaboración con expertos en salud mental: Colaborar con expertos en salud mental para incorporar enfoques terapéuticos actualizados en tus nuevos productos. La validación de profesionales refuerza la eficacia terapéutica de tus juegos.

Materiales sensoriales de alta calidad: Seleccionar cuidadosamente los materiales para los juegos, asegurando que sean sensorialmente agradables al tacto y visualmente reconfortantes. La calidad de los materiales contribuye significativamente a la experiencia del usuario.

Exploración de nuevos formatos de juego: Experimentar con nuevos formatos de juego, como juegos de mesa, tarjetas de afirmación, rompecabezas o experiencias de juego. La diversificación de formatos puede ampliar el alcance.

7.6.10. Crear Valor

Elementos de personalización: Integrar elementos de personalización en el diseño de los juegos. Permitir que los usuarios adapten ciertos aspectos, como colores o patrones, puede aumentar la conexión emocional con el producto.

Investigación de diseño centrado en el usuario: Conducir investigaciones de diseño centradas en el usuario para comprender las preferencias y necesidades específicas. Esto garantiza que los productos se ajusten a las expectativas de los usuarios.

Innovación continua: Mantener un enfoque continuo en la innovación. Introducir regularmente nuevos elementos de diseño, características y tecnologías para mantener fresca y emocionante la oferta de productos.

Diseño sostenible: Adoptar prácticas de diseño sostenible. El uso de materiales ecológicos y procesos de fabricación respetuosos con el medio ambiente puede ser un diferenciador importante.

Empaques atractivos y funcionales: Diseñar empaques que no solo sean visualmente atractivos, sino también funcionales. El empaque puede mejorar la experiencia del usuario y transmitir la calidad y la atención al detalle de los productos.

Integración de tecnología: Integrar tecnología de manera creativa en el diseño. Esto puede incluir características interactivas, conectividad digital o aplicaciones complementarias que mejoren la experiencia general.

Calidad y durabilidad: Priorizar la calidad y la durabilidad en el proceso de fabricación. Productos bien contruidos no solo satisfacen a los clientes, sino que también reducen la necesidad de reemplazos frecuentes.

Innovación en procesos de fabricación: Investigar y adoptar nuevas tecnologías y métodos de fabricación que mejoren la eficiencia y reduzcan el impacto ambiental.

Experiencia de compra en línea: Mejorar la experiencia de compra en línea, desde la navegación del sitio web hasta el proceso de pago. La facilidad y la comodidad contribuyen significativamente a la satisfacción del cliente.

Envío rápido y seguro: Ofrecer opciones de envío rápido y seguro. La eficiencia en el proceso de entrega y la seguridad del producto durante el envío son aspectos clave para la satisfacción del cliente.

Colaboraciones estratégicas en puntos de venta: Colaborar estratégicamente con minoristas y socios de distribución que compartan los valores de tu marca. La elección de asociados puede afectar la percepción de tus productos.

8. Investigación de mercado

La investigación de mercado es un componente crucial en el desarrollo de cualquier estrategia empresarial, ya que permite obtener una comprensión detallada de las necesidades, deseos y comportamientos del consumidor. Para nuestro proyecto integrador, centrado en la comercialización de una línea de juegos terapéuticos diseñados para aliviar la ansiedad, este módulo de investigación de mercado representa una fase clave en la creación de una oferta competitiva y relevante.

El objetivo principal de esta investigación es identificar las preferencias y características de los consumidores que experimentan ansiedad en su vida diaria, lo que permitirá personalizar y mejorar tanto el producto como la estrategia de marketing. A través de la recolección de datos cuantitativos y cualitativos, buscamos entender las expectativas del mercado, la percepción de valor de los consumidores hacia los juegos antiestrés, así como sus patrones de compra y consumo.

Al investigar las tendencias emergentes y analizar la competencia, podremos también ajustar nuestras estrategias de posicionamiento y diferenciar el producto dentro de un mercado altamente competitivo. Las fuentes de información, tanto primarias como secundarias, proporcionarán una base sólida para tomar decisiones estratégicas informadas en la fase de comercialización del proyecto.

Objetivos específicos de la investigación de mercado

- Identificar edad, género, ubicación, nivel educativo y ocupación de la audiencia para entender quiénes son nuestros consumidores potenciales.
- Investigar las características, temáticas y funciones que los consumidores encuentran más atractivas y útiles en los juegos que liberan ansiedad.
- Investigar las tendencias emergentes en el mercado de juegos liberadores de ansiedad y cambios en el comportamiento del consumidor que podrían afectar la demanda de nuestros productos.
- Evaluar la percepción de la marca y la competencia en el mercado, identificando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas según la percepción de los consumidores.

- Analizar cómo compra nuestra audiencia objetivo, desde los canales preferidos hasta la frecuencia de adquisición y los factores que influyen en sus decisiones.

Fuentes de información

Para planificar el proceso de búsqueda de información, es crucial considerar tanto fuentes secundarias como primarias:

8.1. Fuentes Secundarias

Estadísticas: Datos numéricos y cifras relacionadas con la industria de los juegos, la salud mental y otros temas relevantes recopilados por organizaciones gubernamentales, instituciones académicas o empresas de investigación de mercado.

Libros: Publicaciones escritas por expertos en psicología, terapia y juegos que pueden proporcionar una comprensión profunda de la ansiedad y las estrategias terapéuticas utilizando juegos.

Revistas Especializadas: Revistas científicas y profesionales que publican investigaciones y estudios sobre temas relacionados con la ansiedad, la salud mental y los juegos.

Estudios Anteriores: Investigaciones previas realizadas por académicos, instituciones o empresas que abordan aspectos específicos de la ansiedad y el uso de juegos como herramientas terapéuticas.

Informes de Mercado: Documentos que analizan el estado actual y las tendencias del mercado de juegos, incluyendo datos sobre la demanda del consumidor, la competencia y las oportunidades de crecimiento.

Bases de Datos en Línea: Repositorios digitales que contienen una variedad de recursos, como artículos, informes, estadísticas y otros materiales relacionados con la salud mental y los juegos.

Páginas Web Gubernamentales: Sitios web de agencias gubernamentales que pueden proporcionar datos demográficos, estadísticas de salud pública y otros recursos relacionados con la ansiedad y el bienestar mental.

Información de Asociaciones o Cámaras de Comercio: Datos y recursos proporcionados por organizaciones profesionales o comerciales relacionados con la industria de los juegos y la salud mental.

8.2. Fuentes Primarias

Encuestas: Recopilación de datos a través de cuestionarios estructurados dirigidos a individuos que auto perciben ansiedad para obtener información cuantitativa sobre sus preferencias y comportamientos.

Entrevistas: Diálogos en profundidad con individuos que experimentan ansiedad para explorar sus experiencias, opiniones y necesidades relacionadas con los juegos que liberan ansiedad.

Grupos Focales: Discusiones grupales dirigidas a personas que sufren de ansiedad para obtener percepciones y opiniones más amplias sobre los juegos que pueden ayudar a aliviar la ansiedad.

Observación Directa: Observación de individuos que interactúan con juegos que liberan ansiedad en entornos naturales o comerciales para comprender mejor su comportamiento y preferencias.

Experimentos de Mercado: Pruebas controladas de nuevos juegos o conceptos de juego para evaluar su efectividad en el alivio de la ansiedad y su aceptación por parte de los consumidores.

Análisis de Redes Sociales: Exploración y análisis de conversaciones, opiniones y comentarios sobre juegos que liberan ansiedad en plataformas de redes sociales para comprender mejor las tendencias y percepciones del público.

Cuestionarios en Línea: Recopilación de datos a través de formularios en línea dirigidos a personas que auto perciben ansiedad para obtener información sobre sus preferencias y comportamientos de consumo.

Visitas a Puntos de Venta: Observación y recopilación de datos en tiendas físicas o en línea donde se venden juegos que liberan ansiedad para evaluar la disponibilidad, la presentación y la popularidad de estos productos.

9. Plan de negocios

Este capítulo se centra en el desarrollo del Plan de Negocios para la comercialización de una línea de juegos diseñada para aliviar la ansiedad, integrando herramientas clave de modelado y análisis empresarial. La estructuración de este plan es vital para asegurar la alineación estratégica del producto con las necesidades del mercado y para establecer un marco operativo y financiero robusto que garantice la sostenibilidad y el crecimiento del negocio.

9.1. Buyer Persona

El siguiente cuadro detalla el perfil de nuestro Buyer Persona, Susana, quien representa al cliente ideal para nuestra línea de juegos diseñados para aliviar la ansiedad. Este perfil se ha construido a partir de una combinación de análisis de mercado y datos demográficos

específicos, reflejando las necesidades, preferencias y comportamientos del segmento de mercado que buscamos atender. Comprender a fondo a Susana nos permite personalizar las estrategias de marketing y desarrollo de productos para abordar sus desafíos únicos y cumplir con sus expectativas, asegurando que nuestra oferta sea tanto relevante como atractiva. Este enfoque centrado en el cliente es crucial para el éxito del emprendimiento, ya que la precisión en la alineación de los productos con las necesidades del consumidor puede aumentar significativamente nuestra eficacia comercial y la satisfacción del usuario.

Descripción de Buyer Persona: Susana, mujer de 30 años, casada, con una carrera profesional como asesora comercial en la marca Nissan. Tiene un nivel educativo alto, con títulos en ingeniería mecánica automotriz y una maestría en administración de empresas. Además de su trabajo, Susana maneja responsabilidades como madre y ama de casa, lo que añade capas de complejidad a su vida cotidiana.

PROTOPERSONA



SUSANA
MAMÁ Y AMA DE CASA
ASESORA COMERCIAL
30 AÑOS

PUESTO:
 Asesora comercial de la marca Nissan.

ESTADO CIVIL:
 Casada

NIVEL ACADÉMICO:
 Ingeniera mecánica automotriz
 Maestría en Administración de empresas.

TAMAÑO DE LA ORGANIZACIÓN
 49 Empleados

APLICACIONES MÁS USADAS



Canal favorito de comunicación:
 Teléfono - Correo electrónico - En persona

Herramientas para trabajar:

- Sistemas contables y de finanzas
- Gestión de proyectos
- Correo electrónico
- Software de facturación
- Programas de procesamiento de texto
- Servicio de almacenamiento en la nube

Responsabilidades laborales:
 Asesoramiento de línea de vehículos con fines comerciales, búsqueda y prospección de fuentes externas, fidelización de clientes,

Su superior es:
 Jefe de ventas.

Metas u objetivos:
 Ingresos mensuales a 1500 dólares

Obtiene información a través de:
 Participación en capacitaciones presenciales y virtuales.

Dificultades principales:

- Resolución de problemas y toma de decisiones.
- Gestión del cambio.

Ilustración 3 Protopersona

Susana, en su rol de asesora comercial para una reconocida marca de automóviles, enfrenta diariamente el desafío de cumplir con objetivos de ventas ambiciosos, lo cual exige una gran dedicación y esfuerzo. Este entorno de alta presión se ve agravado por su responsabilidad como madre y ama de casa, donde sus tareas no solo se limitan a la crianza, sino también a la gestión del hogar, planificación de actividades familiares y mantenimiento de una vida social activa. Esta dualidad de roles profesionales y personales le exige mantener una eficacia constante, lo que inevitablemente conlleva a altos niveles de estrés y ansiedad.

La necesidad de herramientas que faciliten el manejo del estrés es palpable en su día a día. Susana busca soluciones prácticas y efectivas que se integran armoniosamente en su rutina sin requerir grandes cambios o inversiones de tiempo adicional, ya que cualquier momento de pausa es precioso. Además, estos recursos deben ser discretos y accesibles, permitiéndole utilizarlos en diversos entornos.

BUYER PERSON

<p>INTERESES Y HOBBIES</p> <p>HABILIDADES</p> <p>Bienestar emocional: Susana, como mamá, ama de casa y asesora comercial, probablemente valora el autocuidado y busca herramientas para manejar el estrés y la ansiedad.</p> <p>Tecnología: Debido a su uso de múltiples herramientas tecnológicas en el trabajo (sistemas contables, software de gestión, correo electrónico), es probable que esté interesada en herramientas digitales y dispositivos que le ayuden a ser más eficiente en su día a día.</p> <p>Redes sociales: Utiliza plataformas como Instagram, TikTok y Pinterest, lo que indica interés por contenido visual, tendencias, y posiblemente por temas de estilo de vida, familia, y consejos de productividad o bienestar.</p> <p>Capacitación y desarrollo: Le interesa mantenerse actualizada en su profesión a</p>		<p>INFORMACIÓN PERSONAL</p> <p>Nombre: Susana Rol: Mamá y ama de casa, asesora comercial Edad: 30 años Puesto: Asesora comercial de la marca Nissan Estado civil: Casada Nivel académico: Ingeniera mecánica automotriz, Maestría en Administración de Empresas Aplicaciones más usadas: Spotify, Pinterest, Facebook, TikTok, Instagram, WhatsApp, YouTube, LinkedIn Canal favorito de comunicación: Teléfono Correo electrónico En persona</p>		<p>INFORMACIÓN PROFESIONAL</p> <p>Responsabilidades laborales: Asesoramiento de línea de vehículos con fines comerciales Búsqueda y prospección de fuentes externas Fidelización de clientes Su superior es: Jefe de ventas Metas u objetivos: Ingresos mensuales a 1500 dólares Obtiene información a través de: Participación en capacitaciones presenciales y virtuales Dificultades principales: Resolución de problemas y toma de decisiones Gestión del cambio</p> <p>Herramientas para trabajar:</p> <p>Sistemas contables y de financieros Correo electrónico Software de facturación Programas de procesamiento de texto Servicio de almacenamiento en la nube.</p>	
<p>METAS Y DESAFÍOS</p> <p>Metas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alcanzar sus objetivos de ventas mensuales (1,500 USD) como asesora comercial en una empresa automotriz. - Equilibrar su vida profesional con sus responsabilidades como madre y ama de casa. - Continuar desarrollándose profesionalmente, habiendo estudiado una maestría, lo que sugiere una ambición por mejorar y crecer en su carrera. <p>Desafíos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manejar el estrés laboral derivado de las metas comerciales exigentes y la necesidad de fidelizar clientes. - Enfrentar la presión de equilibrar sus responsabilidades familiares con las laborales. 	<p>MAYORES TEMORES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Como asesora comercial, el no cumplir con sus objetivos podría ser una fuente significativa de estrés, tanto financiero como emocional. - No poder manejar eficazmente las demandas de su trabajo y sus responsabilidades familiares podría ser uno de sus mayores temores, afectando su bienestar general. - Al haber invertido en su educación (maestría en administración de empresas), Susana podría temer no poder progresar más en su carrera o no estar a la altura de las expectativas profesionales. - La dificultad para adaptarse a nuevos procesos o cambios en su trabajo puede aumentar su ansiedad y estrés. 	<p>COMPORTAMIENTO</p> <p>Responsabilidad y compromiso Multitasking - capacidad de realizar varias tareas Orientada a la tecnología Búsqueda de crecimiento y estabilidad financiera: Interés en formación continua Alta exigencia y presión Preocupación por el bienestar emocional Búsqueda constante de mejora Toma rápida de decisiones Preferencia por el control Foco en el bienestar familiar Receptividad a nuevas ideas Negociadora hábil Defensora de la calidad Responsable en roles de liderazgo</p>		<p>PREFERENCIA Y FRECUENCIA DE COMPRA</p> <p>Preferencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Productos de Alta Calidad y Confianza - Soluciones Prácticas y Eficientes - Productos Respetuosos con el Medio Ambiente - Productos que Ahorran Tiempo - Compras en línea - Productos de Marca con Reputación - Productos y Servicios de Bienestar <p>Frecuencia de compra: Compras programadas: Planifica y programa sus compras principales, como artículos para el hogar y suscripciones de servicios, para ajustarse a un presupuesto mensual o trimestral. Compras impulsivas Ocasionalmente: Aunque mayormente estructurada, Susana puede darse algún capricho esporádico, especialmente para productos que ofrecen relajación o un pequeño lujo.</p>	<p>QUEJAS O RECLAMOS COMUNES</p> <p>Quejas profesionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> Carga de trabajo Falta de Recursos Gestión del Cambio Comunicación Ineficaz Soporte Insuficiente <p>Quejas Personales como consumidora:</p> <ul style="list-style-type: none"> Calidad del Producto Servicio al cliente Falta de Flexibilidad en Servicios Problemas Problemas de entrega Publicidad Engañosa
<p>El objetivo o problema que este producto le podría ayudar a cumplir o solucionar.</p> <p>El objetivo principal de los juegos para liberar ansiedad sería proporcionar una herramienta efectiva y accesible para ayudar a esta tribu de mercado a gestionar y reducir su ansiedad de manera efectiva. Este juguete podría ofrecer una forma divertida y práctica de aliviar el estrés, promover la relajación y mejorar el bienestar emocional. Además, podría ayudar a fomentar momentos de calma y distracción positiva, brindando un respiro de los desafíos diarios y permitiendo a las personas centrarse en el presente y en actividades placenteras. En resumen, el juguete para liberar ansiedad podría contribuir significativamente a mejorar la calidad de vida de esta tribu de mercado al ofrecerles una herramienta efectiva para gestionar sus preocupaciones y encontrar momentos de tranquilidad en medio del caos diario.</p>		<p>Por qué se siente identificado con el propósito de este emprendimiento?</p> <p>Susana se siente identificada con el propósito de este emprendimiento porque su vida cotidiana está llena de responsabilidades y presiones, tanto en su trabajo como asesora comercial, como en su rol de madre y ama de casa. El manejo del estrés y la ansiedad es una prioridad para ella, y busca herramientas prácticas que le permitan mejorar su bienestar emocional sin interferir en su productividad o en su tiempo limitado. Al ofrecer una solución que le ayude a aliviar la tensión de forma efectiva y discreta, este emprendimiento aborda directamente sus necesidades personales y profesionales.</p>		<p>QUE REPRESENTA EL ÉXITO EN SU VIDA</p> <p>Para Susana, el éxito en su vida representa lograr un equilibrio armonioso entre su carrera profesional como asesora comercial y sus responsabilidades como madre y ama de casa. Alcanzar sus metas laborales, como cumplir con los objetivos de ventas y avanzar en su carrera, es importante, pero sin comprometer el tiempo y la calidad de vida con su familia. Además, el éxito también incluye mantener su bienestar emocional, gestionando de manera efectiva el estrés y la ansiedad para sentirse en control de su vida, disfrutar de una salud mental estable y poder dedicarse tanto a su desarrollo personal como al de su entorno.</p>	<p>QUE NECESITA PARA LOGRAR ESE ÉXITO EN SU VIDA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Equilibrio entre trabajo y vida personal - Desarrollo profesional continuo - Gestión efectiva del estrés - Herramientas para manejar el estrés - Autocuidado regular - Técnicas de mindfulness y meditación - Mejoramiento de entorno de trabajo - Avances en su carrera - Desarrollo de nuevas habilidades - Relaciones laborales positivas - Optimización de la salud y bienestar - Gestión eficaz de finanzas personales

Ilustración 4 Buyer Person

9.2. Lienzo de Propuesta de Valor

El Lienzo de Propuesta de Valor que se presenta a continuación es una herramienta clave que nos permite visualizar y estructurar cómo nuestros juegos diseñados para aliviar la ansiedad cumplen con las demandas específicas de nuestro Buyer Persona, Susana. Este lienzo detalla los beneficios, características y experiencias que nuestro producto ofrece para resolver los problemas identificados y satisfacer las necesidades de Susana. La elaboración de este lienzo es un paso fundamental para asegurar que nuestro producto no solo sea atractivo, sino que también sea percibido como una solución efectiva y valiosa para nuestros clientes. Mediante este enfoque, buscando alinear de manera precisa la oferta con las expectativas del mercado.

LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR



Ilustración 5 Propuesta de Valor

Tabla 4

9.3. Business Modelo Canvas

A continuación, se presenta el Business Modelo Canvas, este modelo nos permite visualizar cómo cada aspecto del interactúa y contribuye al éxito global de la empresa.

BUSINESS MODEL CANVAS

SOCIO CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES
Proveedores de materiales Expertos en salud mental Plataformas de comercio electrónico Influencers y colaboradores Centros de bienestar y tiendas minoristas Fabricantes de dispositivos médicos Instituciones educativas y de investigación	Diseño y desarrollo de productos Investigación y desarrollo Fabricación y producción Distribución y logística Atención al cliente y soporte postventa	Alivio rápido y discreto del estrés para mujeres profesionales ocupadas. Solución portátil para el manejo de la ansiedad en cualquier momento Diseño estético y funcional adaptado al estilo de vida moderno	Escuchar activamente a nuestros clientes Proporcionar un excelente servicio al cliente Ser transparentes y honestos Personalizar la experiencia del cliente. Mantener una relación a largo plazo	Mujeres profesionales con altos niveles de estrés laboral y responsabilidades familiares: Este grupo incluye mujeres entre 30 y 45 años, que trabajan en entornos exigentes y, además, gestionan una vida familiar intensa. Buscan soluciones rápidas y efectivas para aliviar la ansiedad en momentos de presión, tanto en su trabajo como en el hogar.
	RECURSOS CLAVE		CANALES	
	Recursos humanos Recursos financieros Infraestructura física Tecnología Red de socios y proveedores	Herramienta de autocuidado rápida y accesible Herramienta de autocuidado rápida y accesible Regalo significativo para el bienestar emocional	Plataformas de comercio electrónico Redes sociales Marketing por correo electrónico Tiendas minoristas Eventos y ferias comerciales	
ESTRUCTURA DE COSTOS		FUENTES DE INGRESOS		
Costo de producción Costos de marketing y publicidad Costos de distribución Costos de personal		Venta de productos Servicios complementarios Suscripción o membresía Experiencias exclusivas		

Ilustración 6 Modelo CANVAS

9.4. Descripción del Business Model Canvas

9.4.1. Socios Clave

Proveedores de materiales: Son fundamentales para asegurar la producción eficiente de los juegos terapéuticos.

Expertos en salud mental: Ofrecen la validación y el respaldo científico necesario para garantizar la efectividad del producto en el manejo del estrés y la ansiedad.

Plataformas de comercio electrónico: Son clave para la distribución y venta en línea del producto, proporcionando un canal de fácil acceso para los clientes.

Influencers y colaboradores: Ayudan a promocionar el producto y aumentar la visibilidad, especialmente en redes sociales.

Centros de bienestar y tiendas minoristas: Actúan como puntos de venta físicos donde los clientes pueden adquirir los productos.

Fabricantes de dispositivos médicos: Aseguran la producción de alta calidad y el cumplimiento de estándares regulatorios.

Instituciones educativas y de investigación: Brindan apoyo para el desarrollo de nuevos productos y la validación de estudios sobre la eficacia de los juegos terapéuticos.

9.4.2. Actividades Clave:

Diseño y desarrollo de productos: Crear y mejorar los juegos para hacerlos atractivos y eficaces.

Investigación y desarrollo: Innovación continua para mejorar la funcionalidad y la experiencia del usuario.

Fabricación y producción: Garantizar que los productos se fabriquen de manera eficiente y a bajo costo, sin comprometer la calidad.

Distribución y logística: Asegurar que los productos lleguen a tiempo y de manera eficiente a los clientes, tanto a través de tiendas físicas como en línea.

Atención al cliente y soporte postventa: Ofrecer soporte continuo para asegurar la satisfacción del cliente y fomentar la lealtad.

9.4.3. Propuesta de Valor:

Alivio rápido y discreto del estrés para mujeres profesionales ocupadas: El producto está diseñado para integrarse fácilmente en la vida cotidiana de mujeres con altos niveles de estrés.

Solución portátil para el manejo de la ansiedad en cualquier momento: Los juegos son fáciles de transportar y usar en cualquier situación, ofreciendo alivio instantáneo.

Diseño estético y funcional adaptado al estilo de vida moderno: Los productos no solo son eficaces, sino que también se ven bien, lo que los hace atractivos para el uso en diferentes contextos.

Herramienta de autocuidado rápida y accesible: Ofrecen una solución fácil de usar que no requiere de mucho tiempo para obtener resultados.

Regalo significativo para el bienestar emocional: El producto no solo es útil como herramienta personal, sino que también es ideal como regalo que promueve el bienestar.

9.4.4. Relaciones con Clientes:

Escuchar activamente a nuestros clientes: Se mantiene una comunicación constante con los clientes para entender mejor sus necesidades y ajustar el producto.

Proporcionar un excelente servicio al cliente: Garantizar una atención de alta calidad en todos los puntos de contacto.

Ser transparentes y honestos: La honestidad en la información del producto y las expectativas es clave para generar confianza.

Personalizar la experiencia del cliente: Adaptar la atención y el servicio según las preferencias individuales de cada cliente.

Mantener una relación a largo plazo: El objetivo es crear una lealtad duradera entre los clientes mediante una experiencia positiva y constante.

9.4.5. Segmentos de Clientes:

Mujeres profesionales con altos niveles de estrés laboral y responsabilidades familiares:

Este segmento está compuesto por mujeres de entre 30 y 45 años que enfrentan un entorno laboral exigente y la gestión de responsabilidades familiares intensas. Buscan soluciones rápidas y efectivas para manejar la ansiedad tanto en su trabajo como en su vida personal.

Recursos Clave:

Recursos humanos: Personal capacitado para la producción, el marketing y la atención al cliente.

Recursos financieros: Fondos necesarios para operar y expandir el negocio.

Infraestructura física: Instalaciones para la producción y almacenamiento de los productos.

Tecnología: Herramientas tecnológicas para el desarrollo de productos, la gestión de ventas y la atención al cliente.

Red de socios y proveedores: Colaboraciones estratégicas con los proveedores que aseguran la calidad y la entrega del producto.

9.4.6. Canales:

Plataformas de comercio electrónico: Se utilizarán para la venta directa en línea.

Redes sociales: Serán una herramienta clave para promocionar los productos y llegar al público objetivo.

Marketing por correo electrónico: Mantendrá la comunicación con los clientes y promoverá productos o servicios adicionales.

Tiendas minoristas: Puntos de venta físicos donde los productos estarán disponibles.

Eventos y ferias comerciales: Se participará en ferias y eventos especializados para aumentar la visibilidad de la marca y captar clientes.

Estructura de Costos:

Costo de producción: Incluye los materiales y la fabricación de los productos.

Costos de marketing y publicidad: Gastos asociados con la promoción de los productos y la adquisición de clientes.

Costos de distribución: Involucran la logística necesaria para entregar los productos a los clientes.

Costos de personal: Incluyen los salarios del equipo responsable de la operación del negocio.

Fuentes de Ingresos:

Venta de productos: Principal fuente de ingresos mediante la comercialización de los juegos terapéuticos.

Servicios complementarios: Ofrecimiento de servicios adicionales que complementen los productos.

Suscripción o membresía: Posibilidad de crear un modelo de suscripción para acceso a productos o servicios exclusivos.

Experiencias exclusivas: Ofrecer actividades o servicios exclusivos para los clientes, ampliando las oportunidades de ingresos.

10. MARKETING ESTATÉGICO

10.1. Matriz McKinsey-GE:



Ilustración 7 Matriz McKinsey-GE

10.1.1. DESCRIPCIÓN

Atractivo del mercado (eje vertical):

Mide factores como el tamaño del mercado, las tasas de crecimiento, la rentabilidad y las barreras de entrada, entre otros. Un mercado con alta demanda, buenas perspectivas de crecimiento y baja competencia es considerado muy atractivo.

Posición competitiva (eje horizontal):

Evalúa la capacidad de la empresa para competir en un mercado determinado, incluyendo su participación de mercado, ventajas tecnológicas, fuerza de la marca y capacidad de innovación. Cuanto más fuerte es la posición de la empresa, mejor es su capacidad para ganar y mantener participación en el mercado.

10.1.2. Interpretación de la matriz

Crecimiento y expansión (cuadrante superior derecho):

En este cuadrante se ubican los negocios que operan en mercados altamente atractivos y donde la empresa tiene una posición competitiva fuerte. La recomendación estratégica para este tipo de negocios es proteger la posición y seguir invirtiendo para crecer, aprovechando las oportunidades de expansión.

Intervenir para crecer (cuadrante central derecho):

Aquí, la empresa tiene una posición competitiva sólida, pero en mercados menos atractivos. La estrategia recomendada es intervenir selectivamente para crecer, priorizando áreas con mayor potencial y haciendo ajustes en aquellos mercados menos rentables.

Buscar rentabilidad (cuadrante central):

En este cuadrante, la posición competitiva y el atractivo del mercado son moderados. Se recomienda buscar rentabilidad a través de la optimización de operaciones y una administración cuidadosa de los recursos, sin realizar grandes inversiones hasta que la empresa fortalezca su posición o el mercado muestre señales de mayor atractivo.

Redefinir negocio (cuadrante inferior derecho):

En mercados atractivos, pero donde la empresa no tiene una posición competitiva sólida, la estrategia sería redefinir el negocio, mejorando la competitividad a través de innovaciones o cambios estructurales.

Limitar expansión o reducir operaciones (cuadrantes rojos):

En áreas donde el mercado no es atractivo y la posición competitiva de la empresa es débil, la recomendación es limitar la expansión, reducir las inversiones o incluso abandonar el mercado, para evitar pérdidas y concentrar los recursos en áreas más prometedoras.

En el marco de la línea de juguetes diseñados para aliviar la ansiedad, la clasificación de "Invertir Selectivamente" en la matriz McKinsey-GE implica una evaluación estratégica detallada basada en dos dimensiones clave:

Atractivo del Mercado: Se considera que el mercado destinado a productos que ayudan a gestionar la ansiedad presenta características que lo hacen atractivo. Esto podría reflejar una creciente demanda de soluciones que promuevan el bienestar emocional y mental, especialmente entre jóvenes adultos y otros grupos demográficos preocupados por el estrés y la ansiedad en la vida diaria. Factores como la conciencia creciente sobre la salud mental, la búsqueda de métodos alternativos para manejar la ansiedad y el aumento en la

disponibilidad de información sobre bienestar psicológico contribuyen a esta percepción de atractivo del mercado.

Posición Competitiva de la Empresa: La empresa que desarrolla esta línea de juguetes tiene una posición competitiva sólida en este segmento específico del mercado. Esto puede deberse a diversas razones, como la innovación en el diseño de los juguetes para optimizar su efectividad en la reducción de la ansiedad, la capacidad de adaptarse rápidamente a las tendencias y necesidades del mercado, y la habilidad para mantener estándares de calidad y servicio que satisfagan las expectativas de los consumidores.

En consecuencia, la recomendación estratégica de "Invertir Selectivamente" sugiere que la empresa debería considerar asignar recursos adicionales para fortalecer y expandir esta línea de productos. Esto podría incluir aumentar la inversión en investigación y desarrollo para mejorar aún más la efectividad de los juguetes en la reducción de la ansiedad, ampliar la presencia en el mercado mediante estrategias de marketing dirigidas y campañas de concienciación, desarrollar asociaciones estratégicas para ampliar el alcance y la distribución de los productos, así como fortalecer las capacidades de producción y logística para satisfacer la creciente demanda.

En resumen, "Invertir Selectivamente" en la matriz McKinsey-GE para la línea de juguetes destinados a aliviar la ansiedad implica reconocer y capitalizar sobre las fortalezas competitivas y las oportunidades del mercado, orientando los recursos hacia áreas estratégicas que promuevan el crecimiento sostenible y el éxito a largo plazo en este segmento específico de negocio.

10.2. Mapa Perceptual

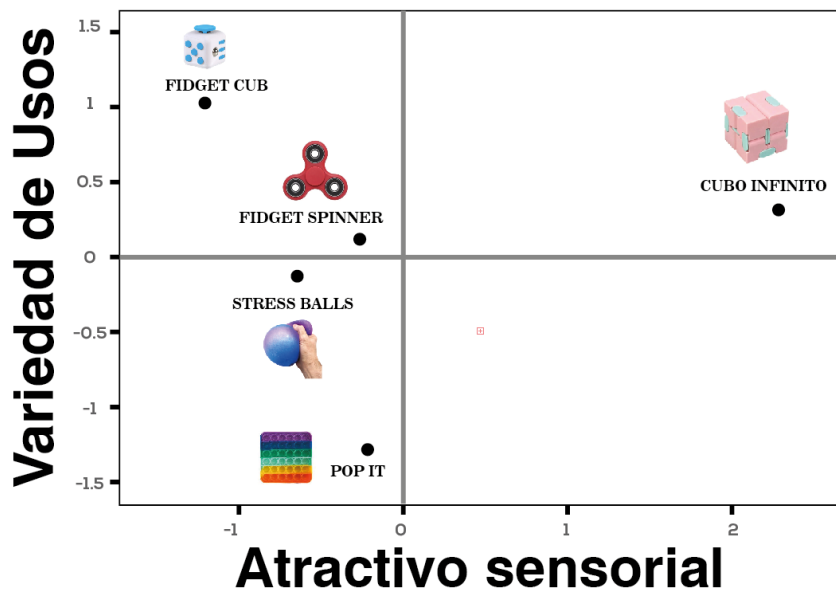


Ilustración 8 Mapa Perceptual

10.2.1. Variables a Evaluar:

Atractivo Sensorial: Se refiere a la capacidad del producto para atraer y estimular los sentidos del consumidor, como tacto, vista, sonido, entre otros.

Variabilidad de Uso: Indica la diversidad en las formas en que el producto puede ser utilizado o las actividades que puede facilitar.

Productos Seleccionados:

Fidget Cubo, Cubo Infinito, Fidget Spinner, Stress Ball, Pop It,

Investigación y Análisis:

Se recopilan datos sobre cada producto, considerando sus características físicas, funciones, y cómo los consumidores los perciben en términos de atractivo sensorial y variabilidad de uso.

Se puede realizar encuestas a consumidores para obtener percepciones directas sobre estos aspectos.

Definición de Escalas o Dimensiones:

Se establecen escalas de evaluación para cada variable basadas en la información recopilada y en la percepción general del mercado.

Planteamiento del Espacio Perceptual:

Se define un espacio bidimensional donde el eje X representa el atractivo sensorial y el eje Y representa la variabilidad de uso.

Se decide la orientación de los ejes y la escala de puntuación para asegurar una representación clara y coherente.

Posicionamiento de los Productos:

Cada producto se coloca en el mapa según su puntuación relativa en las dos dimensiones evaluadas.

Se considera la ubicación de cada producto en relación con los otros para garantizar una comparación adecuada y útil.

10.2.2. Consideraciones clave

- **Consistencia en la Evaluación:** Es crucial que la evaluación de cada producto sea consistente y esté basada en criterios claros y objetivos. Esto garantiza que los resultados reflejen adecuadamente las características reales de cada producto.
- **Percepción del Consumidor:** Se deben considerar las percepciones y preferencias del consumidor, ya que estas influirán en cómo se posicionan los productos en el mapa perceptual.
- **Contexto Competitivo:** Es importante evaluar cómo se comparan los productos entre sí y cómo se posicionan en el mercado actual. Esto puede incluir análisis de la competencia y tendencias de consumo.

10.2.3. Uso del Mapa Perceptual:

- **Identificación de Oportunidades:** Permite identificar áreas en las que hay menos competencia o donde un nuevo producto podría destacarse.
- **Desarrollo de Estrategias:** Ayuda a desarrollar estrategias de marketing y posicionamiento que aprovechen las fortalezas de cada producto.
- **Mejora de Productos:** Proporciona información para mejorar productos existentes según las necesidades y preferencias del mercado.

10.2.4. Resultados

En el análisis de los juguetes antiestrés utilizando un mapa perceptual, se ha considerado dos directrices clave: Variabilidad de Usos y Atractivo Sensorial. A continuación, se describe la situación actual de los juguetes analizados.

FIDGET CUB Y SPINNER

- Variabilidad de Usos: Ambos juguetes tienen una alta variabilidad de usos, lo que significa que ofrecen múltiples formas de interactuar y mantener las manos ocupadas.
- Atractivo Sensorial: Sin embargo, ambos tienen una puntuación negativa en atractivo sensorial, lo que sugiere que la experiencia táctil y visual que ofrecen podría ser mejorada.

POP IT Y STRESS BALL

- Variabilidad de Usos: Estos juguetes presentan una baja variabilidad de usos, lo que indica que tienen menos formas de interactuar.
- Atractivo Sensorial: A pesar de su baja variabilidad de usos, tienen un atractivo sensorial positivo, indicando que los usuarios disfrutaban de las sensaciones táctiles y visuales que proporcionan.

CUBO INFINITO

- Variabilidad de Usos: Este juguete tiene una alta variabilidad de usos, ofreciendo múltiples formas de interactuar.
- Atractivo Sensorial: También tiene un atractivo sensorial positivo, lo que lo convierte en el único juguete que sobresale en ambas directrices.

Después de analizar el mapa perceptual, las decisiones relevantes que hemos tomado incluyen:

Mejora del Atractivo Sensorial: Enfocarnos en mejorar las características sensoriales de nuestros juguetes para aumentar su atractivo entre los usuarios.

Diversificación de la Variabilidad de Uso: Desarrollar nuevas funcionalidades y modos de uso que incrementen la versatilidad de nuestros productos.

Posicionamiento Estratégico en el Mercado: Utilizar el mapa perceptual para posicionar claramente nuestros productos en relación con la competencia y diferenciarnos destacando nuestras fortalezas únicas.

Marketing Centrado en el Bienestar Mental: Centrar nuestras campañas de marketing en los beneficios terapéuticos de nuestros juguetes, enfatizando cómo contribuyen al alivio del estrés y promueven el bienestar mental.

Mejora Continua Basada en Feedback: Implementar un proceso robusto para recolectar y utilizar feedback de los usuarios para mejorar continuamente nuestros productos.

Optimización de Canales de Distribución: Fortalecer nuestros canales de distribución para asegurar un acceso efectivo de nuestros productos al mercado objetivo.

Educación y Concienciación del Consumidor: Educar a los consumidores sobre los beneficios terapéuticos de nuestros juguetes mediante contenido educativo y colaboraciones estratégicas.

Estas decisiones están diseñadas para fortalecer nuestra posición en el mercado y satisfacer mejor las necesidades de nuestros clientes, promoviendo no solo la venta de productos, sino también la mejora del bienestar mental de los usuarios.

10.3. Estrategia de segmentación

10.3.1. Geografía

Residentes en áreas urbanas y semiurbanas de Ecuador como Quito, Guayaquil, Cuenca y Ambato, entre otras, estos adultos jóvenes tienen acceso a una variedad de servicios y oportunidades. Estas ciudades no solo son centros económicos y culturales, sino también lugares donde la densidad de población y la diversidad de actividades influyen en sus preferencias de consumo. La proximidad a servicios de salud, espacios recreativos y centros educativos modernos también moldea su interacción con productos que promueven el bienestar emocional y mental.

10.3.2. Demografía

El segmento demográfico abarca desde jóvenes adultos recién independizados hasta aquellos establecidos en sus carreras profesionales o en formación académica avanzada. Adultos jóvenes de 18 a 40 años. Predominan los solteros y parejas sin hijos, aunque también incluye algunas familias pequeñas. Este grupo demográfico está en una etapa de la vida donde la autocomprensión y el equilibrio personal son prioritarios, influenciando sus decisiones de compra hacia productos que no solo sean funcionales, sino que también contribuyan a su bienestar emocional y físico.

10.3.3. Psicográfica

Caracterizados por un alto nivel de conexión digital, estos adultos jóvenes ecuatorianos son activos en redes sociales y utilizan tecnología avanzada en su vida diaria. Valorizan el equilibrio entre trabajo y ocio, buscando soluciones prácticas que les permitan gestionar el estrés y la ansiedad de manera efectiva. Su creciente interés en el bienestar personal y la salud

mental los motiva a buscar productos que mejoren su calidad de vida, promoviendo un enfoque proactivo hacia su bienestar emocional y físico.

10.3.4. Comportamiento

En términos de comportamiento de compra, estos adultos jóvenes ecuatorianos prefieren productos que sean accesibles y se integren fácilmente en sus rutinas diarias ocupadas. Utilizan activamente plataformas digitales para investigar y comprar productos, buscando tanto conveniencia como experiencia de usuario optimizada. Participan en una variedad de actividades de ocio como ejercicio físico, meditación y hobbies creativos, buscando productos que complementen y mejoren estas experiencias, apoyando así su bienestar general.

10.3.5. Beneficios Buscados:

Este segmento de mercado busca productos que proporcionen alivio inmediato y efectivo del estrés y la ansiedad, ayudándoles a relajarse y mantener un equilibrio emocional estable. Valorizan la mejora del estado de ánimo y la promoción de un sueño reparador como beneficios clave. Además, esperan soluciones prácticas y efectivas que se adapten fácilmente a su estilo de vida ocupado y activo, ofreciendo resultados tangibles que mejoren su bienestar emocional y físico en el día a día.

Estos párrafos detallados ofrecen una visión completa y comprensiva del segmento de mercado de adultos jóvenes ecuatorianos interesados en productos para aliviar la ansiedad y promover el bienestar mental. Utiliza esta información para afinar tus estrategias de marketing y desarrollo de productos, asegurando que satisfagan las necesidades y preferencias específicas de este grupo demográfico.

10.3.6. Vínculo Racionalista

El vínculo racionalista se establece como apropiado para los juegos diseñados para aliviar la ansiedad debido a varias razones fundamentales. En primer lugar, estos productos están diseñados con el propósito explícito de proporcionar beneficios tangibles y fácilmente identificables para el bienestar mental y emocional. Los adultos jóvenes ecuatorianos, dentro del rango de edad de 18 a 40 años, tienden a ser consumidores que valoran la eficacia y la lógica detrás de los productos que eligen. En el contexto de juegos terapéuticos para aliviar la ansiedad, estos individuos buscan soluciones prácticas que les ayuden a gestionar el estrés y a mejorar su estado de ánimo de manera directa y efectiva.

Además, el vínculo racionalista se destaca porque estos consumidores pueden evaluar claramente los beneficios ofrecidos por estos juegos. La reducción del estrés, la mejora en la capacidad de concentración, y la promoción de la relajación son beneficios concretos que pueden percibir y medir, lo que refuerza su decisión de compra y su satisfacción con el producto.

Por lo tanto, al posicionar estos juegos dentro del segmento de vínculo racionalista, se aprovecha la capacidad del consumidor para valorar y entender los beneficios del producto desde una perspectiva lógica y práctica, lo que aumenta la probabilidad de aceptación y adopción entre este grupo demográfico específico.

10.3.7. Posicionamiento de Beneficio

TRANQUILIDAD AL ALCANCE DE TUS MANOS

El proyecto tiene un posicionamiento de beneficio porque está enfocado en los beneficios específicos que ofrece a los consumidores, especialmente en términos de aliviar la ansiedad y promover el bienestar mental

□ **Enfoque en Resultados Tangibles:** Los juegos diseñados para aliviar la ansiedad se centran en proporcionar beneficios concretos como reducción del estrés, mejora del estado de ánimo y promoción de la relajación. Estos son beneficios específicos que los consumidores pueden percibir y experimentar directamente.

□ **Atención a Necesidades Específicas:** Este tipo de posicionamiento se adapta bien cuando los consumidores tienen necesidades o problemas específicos que desean abordar de manera efectiva. En tu caso, los adultos jóvenes ecuatorianos pueden estar buscando soluciones prácticas y efectivas para gestionar el estrés y mejorar su bienestar emocional.

□ **Diferenciación Clara:** Al enfocarse en los beneficios específicos, tu proyecto se diferencia claramente de otros productos que podrían estar más centrados en características o simplemente en el precio. Esto ayuda a captar la atención del consumidor y comunicar de manera efectiva por qué tu producto es la mejor opción para satisfacer sus necesidades emocionales y mentales.

10.4. Matriz FBC

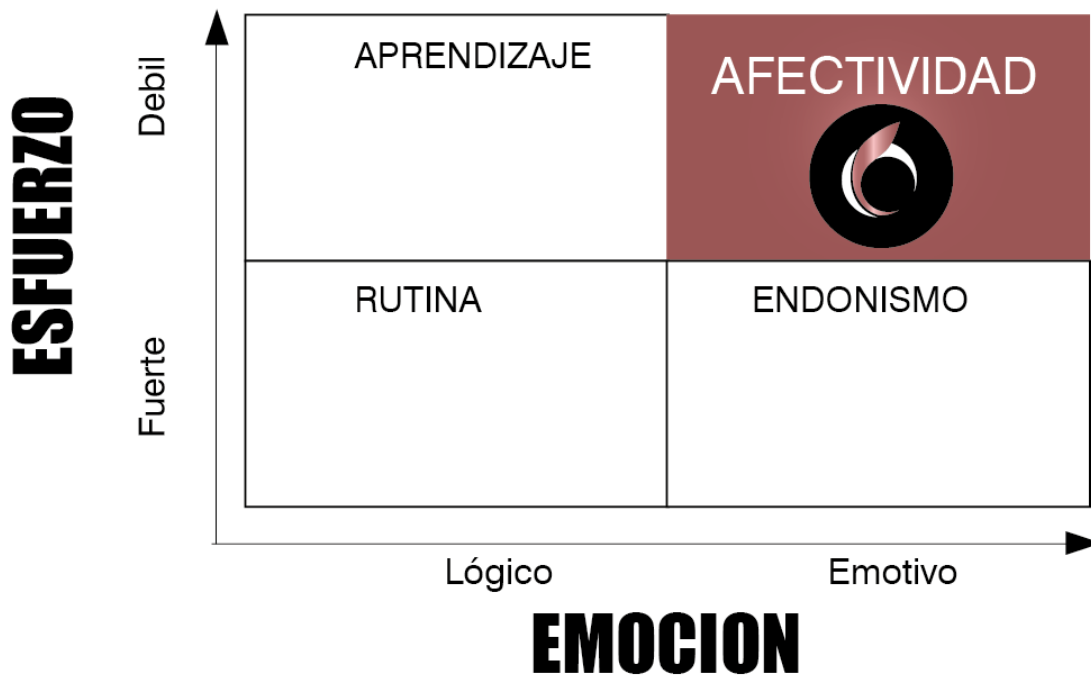


Ilustración 9 Matriz FBC

La línea de juguetes diseñada para aliviar la ansiedad se encuentra en el cuadrante de afectividad de la matriz FCB debido a su alta conexión emocional y el alto nivel de involucramiento que requiere por parte de los consumidores. Los productos que ofrecen beneficios significativos para el bienestar mental y emocional generan un compromiso profundo y una decisión de compra basada en la búsqueda de alivio emocional y mejora de la calidad de vida. Utilizando estrategias de marketing que se centren en narrativas emocionales, educación y experiencias de uso personalizadas, puedes fortalecer esta conexión emocional y posicionar eficazmente tu producto en el mercado.

10.4.1. Impacto en el Bienestar Mental

Los juegos diseñados para aliviar la ansiedad tienen un impacto significativo en el bienestar emocional y mental de los consumidores. La ansiedad es una condición que afecta profundamente la calidad de vida, y los productos que prometen alivio directo de estos síntomas generan un fuerte interés y compromiso por parte de los consumidores.

Los usuarios buscan productos que no solo sean funcionales, sino que también proporcionen un beneficio emocional claro y tangible. Este alto nivel de involucramiento es característico del cuadrante de afectividad, donde las decisiones de compra están impulsadas por la búsqueda de un bienestar emocional y psicológico.

10.4.2. Proceso de Decisión de Compra

Debido al impacto significativo en su bienestar, los consumidores están dispuestos a invertir tiempo y esfuerzo en investigar y evaluar estos productos. Esto incluye leer reseñas, buscar recomendaciones, probar diferentes opciones y comparar beneficios.

La decisión de compra no se toma a la ligera, ya que el producto debe cumplir con expectativas altas de efectividad y calidad, dada su importancia en la gestión del estrés y la mejora del bienestar emocional.

10.4.3. Motivación Emocional

Conexión Emocional: Los juegos para aliviar la ansiedad crean una conexión emocional profunda con los consumidores al abordar una necesidad emocional crítica: la reducción del estrés y la mejora del estado de ánimo.

La experiencia de usar estos productos está directamente relacionada con emociones positivas y el alivio de sensaciones negativas, lo que refuerza el vínculo emocional entre el consumidor y el producto.

Publicidad y Mensajes Emotivos: Las campañas de marketing para estos productos deben enfocarse en narrativas emotivas que resalten historias personales de usuarios que han experimentado una mejora significativa en su bienestar emocional.

Testimonios de usuarios y casos de éxito ayudan a construir una conexión emocional más fuerte con potenciales consumidores, mostrando cómo el producto puede transformar sus vidas al proporcionar alivio de la ansiedad.

10.5. Construcción de Marca y Experiencia del Producto

Posicionamiento de Marca: La marca debe ser percibida como un aliado confiable y empático en la búsqueda del bienestar emocional. Esto implica una comunicación constante y sincera sobre los beneficios del producto y cómo puede ayudar a los usuarios a gestionar su ansiedad.

La construcción de una comunidad de usuarios que compartan sus experiencias y se apoyen mutuamente puede fortalecer la lealtad a la marca y realzar el valor emocional del producto.

Experiencia de Uso: Ofrecer pruebas y demostraciones del producto es crucial para que los consumidores puedan experimentar de primera mano los beneficios emocionales que los juegos proporcionan. Esto puede incluir eventos en tiendas, ferias de salud, o versiones de prueba en línea.

Los paquetes de bienestar, que combinan varios juegos y recursos adicionales, pueden ayudar a los usuarios a integrar estos productos en su rutina diaria de bienestar mental, aumentando así la efectividad y el valor percibido.

10.6. Contenido Educativo y Apoyo Profesional

Educación del Consumidor: Proporcionar recursos educativos que expliquen la ansiedad y cómo estos juegos pueden ayudar a gestionarla es esencial para construir confianza y credibilidad. Artículos, videos explicativos y webinars con expertos en salud mental pueden ser herramientas efectivas.

Este contenido debe destacar la ciencia y la psicología detrás de los juegos, subrayando cómo y por qué son efectivos en la reducción del estrés y la promoción de la relajación.

Apoyo Continuo: Organizar eventos en línea y charlas con profesionales de la salud mental puede proporcionar un valor adicional significativo, permitiendo a los consumidores obtener consejos personalizados y comprender mejor cómo utilizar los juegos para maximizar sus beneficios.

10.7. Estrategias de las 4ps

Los juegos son herramientas de control emocional porque pueden proporcionar a los usuarios una sensación de diversión y alegría. La mayoría de los juegos bien diseñados permiten al usuario liberar tensiones, lo cual es esencial para lograr un mayor autocontrol de sus emociones.

El juego es una actividad que genera diversión en los participantes a través de experiencias mentales y físicas interactivas. Este proyecto se plantea principalmente como una propuesta de juegos basados en esa interacción.

Como se menciona en los capítulos anteriores, la actividad física genera varias sustancias en el cerebro humano, siendo una de las más importantes la serotonina. Esta sustancia es fundamental para mantener el equilibrio emocional en las personas.

Otra actividad considerada en este proyecto es la actividad mental, imprescindible para superar pensamientos negativos que a menudo causan depresiones. Mantener la mente ocupada en diversas actividades académicas, laborales o de ocio ayuda a evitar las connotaciones negativas que el estrés cotidiano nos impone.

La combinación de estas dos actividades, física y mental, integradas en el juego, facilita la conexión del jugador con el juguete, ayudando a aliviar la ansiedad. Esto permite al jugador liberarse de las tensiones responsables de su ansiedad y alejarse de sus preocupaciones.

10.8. Protopersona

PROTOPERSONA

SUSANA
MAMÁ Y AMA DE CASA
ASESORA COMERCIAL
30 AÑOS

PUESTO:
Asesora comercial de la marca Nissan.

ESTADO CIVIL:
Casada

NIVEL ACADÉMICO:
Ingeniera mecánica automotriz
Maestría en Administración de empresas.

TAMAÑO DE LA ORGANIZACIÓN
49 Empleados

APLICACIONES MÁS USADAS

Canal favorito de comunicación:
Teléfono - Correo electrónico - En persona

Herramientas para trabajar:
-Sistemas contables y de finanzas
-Gestión de proyectos
-Correo electrónico
-Software de facturación
-Programas de procesamiento de texto
-Servicio de almacenamiento en la nube

Responsabilidades laborales:
Asesoramiento de línea de vehículos con fines comerciales, búsqueda y prespección de fuentes externas, fidelización de clientes,

Su superior es:
Jefe de ventas.

Metas u objetivos:
Ingresos mensuales a 1500 dólares

Obtiene información a través de:
Participación en capacitaciones presenciales y virtuales.

Dificultades principales:
-Resolución de problemas y toma de decisiones.
-Gestión del cambio.

Ilustración 10 Protopersona MKT

Susana podría necesitar los juguetes para liberar ansiedad en varias situaciones debido a su estilo de vida ocupado y exigente. Aquí hay algunas situaciones específicas:

Estrés Laboral: Susana trabaja como asesora comercial y tiene metas de ventas que cumplir. Las presiones y plazos del trabajo pueden generar altos niveles de estrés y ansiedad, especialmente cuando se acercan los fines de mes o los cierres de trimestre.

Equilibrio Trabajo-Vida Personal: Como madre y ama de casa, Susana debe equilibrar su trabajo profesional con las responsabilidades del hogar, lo cual puede ser agotador y generar ansiedad al intentar manejar ambas áreas de su vida eficazmente.

Responsabilidades Familiares: Además de sus responsabilidades laborales, Susana tiene que cuidar de sus hijos, coordinar actividades escolares y extraescolares, y mantener el hogar en orden, lo que puede resultar en momentos de tensión y estrés.

Presión Académica y Profesional: Con un título universitario de 4to nivel, Susana probablemente busca mantener un alto rendimiento profesional, lo que puede añadir presión adicional para estar actualizada y continuar desarrollando sus habilidades.

Cuidado de la Salud: Susana se preocupa por su salud, lo que incluye manejar su bienestar emocional. La ansiedad puede afectar su salud física y mental, y los juguetes para aliviar la ansiedad pueden ser una herramienta útil para mantener su equilibrio emocional.

Tiempo Personal Limitado: Susana puede tener poco tiempo para actividades de ocio o relajación personal, y los juguetes para aliviar la ansiedad pueden ofrecerle momentos breves pero efectivos de relajación durante su ajetreado día.

Desgaste Emocional: La combinación de todas estas responsabilidades puede llevar a un desgaste emocional significativo. Los juguetes para aliviar la ansiedad pueden ayudarla a encontrar momentos de calma y rejuvenecimiento mental.

Reuniones y Presentaciones: Como asesora comercial, Susana tiene que asistir a reuniones y hacer presentaciones. La presión de realizar bien puede generar ansiedad, y tener un juguete antiestrés a mano podría ayudarla a mantenerse tranquila y enfocada.

Metas de Ventas Inalcanzables: Durante los periodos en los que las metas de ventas parecen inalcanzables, Susana puede sentir un aumento en la ansiedad y el estrés. Los juguetes para

liberar ansiedad pueden ofrecer un alivio rápido para ayudarla a recargar energías y seguir adelante.

Multitarea Constante: Manejar múltiples tareas a la vez, tanto en el trabajo como en casa, puede ser abrumador. Usar juguetes antiestrés puede proporcionarle un momento de pausa y recalibración, permitiéndole abordar sus tareas con una mente más clara.

Tráfico y Desplazamientos: Si Susana tiene que enfrentarse a largos desplazamientos o tráfico pesado, estos pueden ser una fuente adicional de estrés diario. Un juguete para aliviar la ansiedad puede ayudarla a mantenerse calmada y centrada durante sus viajes.

Interrupciones Frecuentes: Al trabajar desde casa, Susana puede enfrentar interrupciones constantes por parte de sus hijos o tareas del hogar, lo que puede aumentar su nivel de estrés. Los juguetes para aliviar la ansiedad pueden ofrecerle una forma rápida de desestresarse entre interrupciones.

Crisis Familiares o Personales: Las emergencias o problemas familiares, como enfermedades de los niños o situaciones inesperadas, pueden aumentar significativamente los niveles de ansiedad. Los juguetes antiestrés pueden ser una herramienta útil para Susana durante estos momentos difíciles.

Autocuidado y Tiempos de Descanso: Susana se preocupa por su salud y sabe la importancia del autocuidado. Integrar juguetes para aliviar la ansiedad en su rutina diaria puede ser parte de su estrategia de autocuidado, permitiéndole tomarse pequeños descansos para relajarse y recuperar energía.

Planificación y Organización: Organizar eventos familiares, vacaciones o incluso su calendario laboral puede ser estresante. Usar juguetes antiestrés mientras planea y organiza puede ayudarla a mantenerse tranquila y enfocada.

Mantenerse Productiva: En días en los que la motivación es baja o las distracciones son altas, los juguetes para aliviar la ansiedad pueden ayudar a Susana a mantenerse productiva y concentrada en sus tareas.

Eventos Sociales: Participar en eventos sociales o familiares puede ser estresante, especialmente si Susana se siente abrumada por sus otras responsabilidades. Los juguetes para aliviar la ansiedad pueden ofrecerle una forma discreta de manejar su ansiedad en estos entornos.

Problemas de Sueño: La ansiedad puede afectar el sueño de Susana, y usar juguetes antiestrés antes de acostarse puede ayudarla a relajarse y preparar su mente para un sueño reparador.

Estas situaciones adicionales muestran cómo los juguetes para liberar ansiedad pueden ser una herramienta valiosa para Susana en diversas facetas de su vida diaria, ayudándola a manejar mejor el estrés y la ansiedad y a mantener un equilibrio emocional saludable.

10.9. Producto – Solución

A lo largo de la historia, se ha evidenciado la inclinación natural del ser humano hacia el juego. Este es fundamental en los primeros años de vida, considerado una actividad esencial para los niños y vital para su desarrollo personal y social. Desde el nacimiento, todos tenemos

una tendencia a jugar con lo que nos rodea. En la madurez, la actividad lúdica puede conducir al cuerpo y la mente hacia una armonía tanto intelectual como emocional (ONU, 2001).

El juego y las relaciones que se establecen a través de él son una realidad universal. Sin embargo, el juego siempre está relacionado y adaptado a la cultura e idiosincrasia de cada pueblo. En muchos entornos y comunidades, el juego es una actividad cotidiana no solo para los niños; es una representación de cada sector, exteriorizando muchos aspectos de su identidad cultural. Los juegos y juguetes, a menudo fabricados con materiales locales y por artesanos del lugar, se vuelven más valiosos emocional y afectivamente dentro de cada cultura. Por lo tanto, el juego, con su notable diversidad, destaca muchos de los rasgos característicos de las sociedades. En los juguetes y en la manera de jugar e interactuar con ellos, se refleja una gran cantidad de información sobre la cultura, etnia y patrimonio lúdico, fomentado a lo largo de generaciones.

10.10. Beneficios de los Juegos Terapéuticos para la Ansiedad

Reducción del Estrés: Los juegos terapéuticos pueden disminuir los niveles de cortisol, la hormona del estrés, ayudando a los usuarios a sentirse más relajados.

Fomento de la Relajación: Actividades lúdicas proporcionan un escape mental y físico, promoviendo una sensación de calma y bienestar.

Mejora de la Concentración: Los juegos que requieren enfoque y atención pueden ayudar a desviar la mente de pensamientos ansiosos, mejorando la concentración y la atención plena.

Aumento de la Serotonina: La actividad lúdica puede estimular la producción de serotonina, una neurotransmisora que contribuye a la sensación de felicidad y equilibrio emocional.

Desarrollo de Habilidades de Afrontamiento: Los juegos terapéuticos pueden enseñar estrategias efectivas para manejar el estrés y la ansiedad en situaciones de la vida real.

Estimulación Cognitiva: Al involucrar al cerebro en actividades estimulantes, los juegos pueden ayudar a reducir la rumiación y los pensamientos negativos.

Interacción Social: Juegos que se realizan en grupo pueden fomentar la socialización, lo cual es beneficioso para combatir la soledad y reducir la ansiedad social.

Promoción del Autocuidado: Incorporar juegos terapéuticos en la rutina diaria puede ser una forma efectiva de practicar el autocuidado y mantener un equilibrio emocional.

Mejora del Estado de Ánimo: Participar en actividades lúdicas placenteras puede elevar el estado de ánimo y proporcionar una distracción positiva de los factores estresantes.

Fomento de la Creatividad: Juegos que estimulan la creatividad pueden ofrecer una salida para la expresión personal, ayudando a liberar tensiones acumuladas.

10.11. Diversidad y Funcionalidad: Clasificación de Juegos según la ONU

La ONU, en una de sus revistas trimestrales de educación para adultos titulada "El niño y el juego, planteamiento y aplicaciones pedagógicas" (ONU, 2001), clasifica los juegos en varios grupos, los cuales se describen a continuación:

10.11.1. Juegos de habilidad

Cada uno de estos juegos de habilidad no solo estimula el desarrollo físico y cognitivo, sino que también fomenta la concentración, la competencia amistosa y el aprendizaje de habilidades que pueden ser aplicables en diversas situaciones de la vida cotidiana.

- **Juegos de lanzamiento:** Actividades que implican arrojar objetos con precisión, mejorando la coordinación ojo-mano.
- **Juegos de construcción:** Juegos que permiten crear estructuras, desarrollando habilidades espaciales y de resolución de problemas.
- **Juegos de desplazamiento:** Actividades que implican el movimiento de piezas en un espacio definido, promoviendo la estrategia y la planificación.

10.11.2. Juegos de movimiento

Estos juegos no solo promueven el desarrollo físico y coordinativo, sino que también facilitan la socialización, la competencia amistosa y la exploración del entorno físico de manera segura y estimulante.

- **Juegos de atención y control:** Actividades que requieren concentración y precisión, mejorando el enfoque y la autodisciplina.
- **Juegos verbales y de adivinanzas:** Juegos que utilizan el lenguaje y el pensamiento lógico, promoviendo el desarrollo cognitivo y la creatividad.
- **Juegos de cálculo:** Actividades que implican el uso de números y operaciones matemáticas, desarrollando habilidades aritméticas y de razonamiento.

10.11.3. Juegos dramáticos:

Estos juegos no solo estimulan la imaginación y la creatividad de los participantes, sino que también facilitan la expresión emocional, la socialización y el entendimiento de roles y estructuras sociales.

- **Pantomima y juegos rituales:** Actividades que implican la expresión corporal y los rituales simbólicos, fomentando la creatividad y la expresión cultural.
- **Juegos cantados y cantos acompañados de movimientos:** Juegos que combinan el canto con movimientos físicos, mejorando la coordinación y la memoria musical.

10.11.4. Juegos de azar:

Los juegos de azar, según la clasificación de la ONU en "El niño y el juego, planteamiento y aplicaciones pedagógicas" (2001), son actividades donde el resultado depende en gran medida del azar o la suerte. Estos juegos incluyen:

- **Dados y selección al azar:** Juegos que implican elementos de suerte y probabilidad, enseñando a los niños sobre el azar y la toma de decisiones.
- **Adivinanzas y ordalías:** Actividades que combinan la intuición y el azar, promoviendo el pensamiento crítico y la diversión.

TOMAREMOS EN CUENTA SOLO LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PRIMEROS 3 GRUPOS DE JUEGOS: HABILIDAD – MOVIMIENTO – INGENIO

Los juguetes que combinan con conceptos de habilidad, movimiento, ingenio y el significado psicológico del laberinto pueden ser diseñados como herramientas terapéuticas que ofrecen una experiencia completa y enriquecedora para los usuarios.

10.12. Descripción de los Juguetes Terapéuticos

10.12.1. Diseño y Concepto

Los juguetes están diseñados para integrar elementos de habilidad, movimiento, e ingenio, inspirados en el significado psicológico del laberinto como metáfora de autodescubrimiento

y crecimiento personal. Cada juguete está cuidadosamente diseñado para proporcionar una experiencia interactiva que combine desafíos físicos y mentales, promoviendo así el desarrollo integral y el bienestar emocional de los usuarios.

10.12.2. Juguetes de Habilidad

Incluyen juegos que requieren destrezas específicas como lanzamiento de aros, laberintos físicos con pelotas que deben ser guiadas con precisión, y rompecabezas tridimensionales que desafían la capacidad de resolución de problemas y la coordinación mano-ojo.

10.12.3. Juguetes de Movimiento

Estos juguetes implican actividades físicas que fomentan el movimiento coordinado y la agilidad. Ejemplos incluyen laberintos con pistas que requieren desplazamiento de objetos a lo largo de caminos específicos, juegos de seguimiento de rutas con obstáculos móviles, y juegos de equilibrio que mejoran la coordinación y la resistencia.

10.12.4. Juguetes de Ingenio

Los juguetes de ingenio se centran en desafiar el pensamiento crítico y la creatividad. Incluyen rompecabezas lógicos con múltiples niveles de dificultad, laberintos de laberintos que requieren planificación estratégica para navegar por diferentes caminos, y juegos de palabras y números que estimulan el desarrollo cognitivo y la resolución de problemas.

10.12.5. Significado Psicológico del Laberinto

Cada juguete está diseñado para reflejar el viaje simbólico del laberinto, donde los usuarios exploran diferentes caminos y enfrentan desafíos que simbolizan sus propios obstáculos emocionales y mentales. Al interactuar con estos juguetes, los usuarios experimentan un

proceso de autodescubrimiento, aprendizaje y superación personal, reflejando el viaje hacia el centro de sí mismos para alcanzar una mayor comprensión y equilibrio emocional.

10.12.6. Beneficios Terapéuticos

- **Desarrollo de Habilidades:** Mejora de la coordinación, la concentración y la resolución de problemas.
- **Fomento del Bienestar Emocional:** Reducción del estrés, aumento de la autoestima y mejora del estado de ánimo.
- **Estimulación Cognitiva:** Promoción del desarrollo cognitivo a través de actividades que desafían la mente.
- **Autodescubrimiento y Autonomía:** Apoyo en el proceso de exploración personal y fortalecimiento de la autoconciencia.

Estos juguetes terapéuticos no solo proporcionan entretenimiento y diversión, sino que también se convierten en herramientas valiosas para la promoción del bienestar integral y el crecimiento personal de los usuarios, inspirados en el poderoso simbolismo del laberinto como búsqueda de nuestro propio centro interior.

10.13. Canal de venta

10.13.1. E-commerce Propio

- **Tienda Online:** Crear una tienda en línea propia permitirá a los clientes explorar y comprar tus productos fácilmente. Incluye descripciones detalladas, beneficios terapéuticos, y testimonios de usuarios.

- **Blog y Recursos:** Ofrecer contenido relacionado con la ansiedad, técnicas de relajación y el uso de tus juguetes puede atraer tráfico y fomentar la confianza de los clientes.

10.13.2. Marketplaces en Línea

- **Amazon, eBay, Etsy:** Estos sitios tienen una gran base de usuarios y pueden aumentar significativamente la visibilidad de tus productos. Destaca las propiedades terapéuticas de tus juguetes en las descripciones.
- **Marketplaces Específicos de Salud y Bienestar:** Plataformas que se especializan en productos de salud mental y bienestar pueden ser una excelente opción para alcanzar a tu público objetivo.

10.13.3. Redes Sociales

- **Instagram y Facebook:** Utiliza estas plataformas para mostrar tus productos a través de fotos y videos atractivos, testimonios de usuarios y contenido educativo sobre ansiedad.
- **TikTok:** Crea contenido corto y viral que muestre cómo usar los juguetes, los beneficios terapéuticos y casos de uso en la vida diaria.
- **Colaboraciones con Influencers:** Trabaja con influencers de salud mental y bienestar que puedan promocionar tus productos a su audiencia.

10.13.4. Aplicaciones de Salud y Bienestar

- **Integración en Apps de Meditación y Mindfulness:** Colabora con aplicaciones populares de salud mental para incluir recomendaciones de tus productos como herramientas complementarias.

- Venta Directa en Apps: Algunas aplicaciones permiten la venta directa de productos; explora estas opciones para una integración fluida.

10.13.5. Tiendas Físicas Especializadas

- Farmacias y Tiendas de Salud: Colocar tus juguetes en farmacias y tiendas que se especialicen en productos de salud mental y bienestar puede aumentar la accesibilidad.
- Tiendas de Juguetes Educativos y Terapéuticos: Estas tiendas ya atraen a clientes interesados en productos que promuevan el desarrollo y el bienestar.

10.13.6. Centros de Salud y Bienestar

- Consultorios de Psicólogos y Terapeutas: Ofrece tus productos en consultorios de profesionales de la salud mental que pueden recomendarlos a sus pacientes.
- Gimnasios y Estudios de Yoga: Estos lugares están frecuentados por personas que buscan mejorar su bienestar general y pueden beneficiarse de tus juguetes terapéuticos.

10.13.7. Eventos y Ferias

- Ferias de Salud y Bienestar: Participar en eventos especializados te permite presentar directamente tus productos a un público interesado y recibir retroalimentación en tiempo real.
- Talleres y Seminarios: Organiza o colabora en talleres sobre manejo de la ansiedad, donde los participantes puedan probar y comprar tus juguetes.

10.13.8. Suscripciones y Cajas de Bienestar

- Cajas de Suscripción: Crea una caja de suscripción mensual que incluya uno de tus juguetes junto con otros productos de bienestar, guías de uso y contenido educativo.
- Colaboraciones con Cajas Existentes: Colabora con empresas que ya ofrecen cajas de suscripción de bienestar para incluir tus juguetes.

10.13.9. Programas Corporativos

- Bienestar en el Lugar de Trabajo: Ofrece tus juguetes como parte de programas de bienestar corporativo, ayudando a empleados a manejar el estrés y mejorar la productividad.
- Regalos Corporativos: Promociona tus juguetes como regalos corporativos que las empresas pueden dar a sus empleados en ocasiones especiales.

10.14. 4.7.4. Comunicación

10.14.1. E-commerce Propio

- Tienda Online: Crear una tienda en línea propia permitirá a los clientes explorar y comprar tus productos fácilmente. Incluye descripciones detalladas, beneficios terapéuticos, y testimonios de usuarios.
- Blog y Recursos: Ofrecer contenido relacionado con la ansiedad, técnicas de relajación y el uso de tus juguetes puede atraer tráfico y fomentar la confianza de los clientes.

10.14.2. Marketplaces en Línea

- Amazon, eBay, Etsy: Estos sitios tienen una gran base de usuarios y pueden aumentar significativamente la visibilidad de tus productos. Destaca las propiedades terapéuticas de tus juguetes en las descripciones.
- Marketplaces Específicos de Salud y Bienestar: Plataformas que se especializan en productos de salud mental y bienestar pueden ser una excelente opción para alcanzar a tu público objetivo.

10.14.3. Redes Sociales

- Instagram y Facebook: Utiliza estas plataformas para mostrar tus productos a través de fotos y videos atractivos, testimonios de usuarios y contenido educativo sobre ansiedad.
- TikTok: Crea contenido corto y viral que muestre cómo usar los juguetes, los beneficios terapéuticos y casos de uso en la vida diaria.
- Colaboraciones con Influencers: Trabaja con influencers de salud mental y bienestar que puedan promocionar tus productos a su audiencia.

10.14.4. Aplicaciones de Salud y Bienestar

- Integración en Apps de Meditación y Mindfulness: Colabora con aplicaciones populares de salud mental para incluir recomendaciones de tus productos como herramientas complementarias.
- Venta Directa en Apps: Algunas aplicaciones permiten la venta directa de productos; explora estas opciones para una integración fluida.

10.14.5. Tiendas Físicas Especializadas

- Farmacias y Tiendas de Salud: Colocar tus juguetes en farmacias y tiendas que se especialicen en productos de salud mental y bienestar puede aumentar la accesibilidad.
- Tiendas de Juguetes Educativos y Terapéuticos: Estas tiendas ya atraen a clientes interesados en productos que promuevan el desarrollo y el bienestar.

10.14.6. Centros de Salud y Bienestar

- Consultorios de Psicólogos y Terapeutas: Ofrece tus productos en consultorios de profesionales de la salud mental que pueden recomendarlos a sus pacientes.
- Gimnasios y Estudios de Yoga: Estos lugares están frecuentados por personas que buscan mejorar su bienestar general y pueden beneficiarse de tus juguetes terapéuticos.

10.14.7. Eventos y Ferias

- Ferias de Salud y Bienestar: Participar en eventos especializados te permite presentar directamente tus productos a un público interesado y recibir retroalimentación en tiempo real.
- Talleres y Seminarios: Organiza o colabora en talleres sobre manejo de la ansiedad, donde los participantes puedan probar y comprar tus juguetes.

10.14.8. Suscripciones y Cajas de Bienestar

- Cajas de Suscripción: Crea una caja de suscripción mensual que incluya uno de tus juguetes junto con otros productos de bienestar, guías de uso y contenido educativo.

- **Colaboraciones con Cajas Existentes:** Colabora con empresas que ya ofrecen cajas de suscripción de bienestar para incluir tus juguetes.

10.14.9. Programas Corporativos

- **Bienestar en el Lugar de Trabajo:** Ofrece tus juguetes como parte de programas de bienestar corporativo, ayudando a empleados a manejar el estrés y mejorar la productividad.
- **Regalos Corporativos:** Promociona tus juguetes como regalos corporativos que las empresas pueden dar a sus empleados en ocasiones especiales.

11. Gerencia financiera

11.1. Evaluación de la Inversión en Maquinaria

La compra de nueva maquinaria representa una inversión estratégica con el objetivo de optimizar el proceso de fabricación de la línea de juguetes diseñados para aliviar la ansiedad. Esta maquinaria moderna permitirá mejorar la eficiencia operativa, reducir costos de producción y aumentar la capacidad de producción para satisfacer la creciente demanda en el mercado.

11.2. Objetivos de la Inversión

Mejora de la eficiencia: La nueva maquinaria reducirá el tiempo de fabricación, permitiendo una producción más ágil y eficiente.

Reducción de costos: Al optimizar el uso de materias primas y disminuir el tiempo de producción, se reducirá el costo unitario por juguete.

Aumento de la capacidad de producción: La inversión permitirá incrementar la producción para satisfacer la demanda proyectada.

Mejoras en la calidad: La tecnología avanzada permitirá mejorar la consistencia y calidad del producto, alineándose con los estándares terapéuticos del mercado.

11.3. Financiamiento del Proyecto

El financiamiento del proyecto será realizado mediante una combinación de deuda y capital propio, con una distribución de 60% de deuda y 40% de capital propio. Esta estructura fue seleccionada tras un análisis que buscaba balancear el costo del capital con el nivel de riesgo financiero asumido por la empresa.

11.4. Detalles de la Deuda

La deuda, que representa el 60% del financiamiento total, equivale a \$26,400. Se ha obtenido a una tasa de interés anual del 13%, una tasa competitiva según las condiciones del mercado actual. El plazo de pago de la deuda será de 5 años y los pagos se realizarán de forma constante a lo largo del período, lo que implica que cada pago incluirá tanto intereses como capital.

Este esquema de pagos constantes, también conocido como amortización fija, asegura que la empresa tenga previsibilidad financiera en términos de sus obligaciones de deuda. Aunque los pagos de la deuda representan una carga financiera considerable para el proyecto, el análisis muestra que es manejable dentro del flujo de caja operativo proyectado.

11.5. Detalles del Capital Propio

El 40% restante del financiamiento será cubierto por \$17,600 de capital propio. Este capital proviene de los inversionistas, quienes esperan un retorno adecuado al nivel de riesgo que están asumiendo al no contar con una garantía formal sobre su inversión, a diferencia de los prestamistas.

El uso de capital propio también ayuda a reducir la presión sobre el flujo de caja al no tener que cumplir con pagos obligatorios de intereses, aunque esto conlleva una mayor expectativa de rentabilidad por parte de los inversionistas.

11.6. Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP)

El Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) refleja el costo general de los fondos utilizados para financiar el proyecto, considerando tanto la deuda como el capital propio. Este cálculo es fundamental para determinar el rendimiento mínimo que el proyecto debe generar para ser viable y rentable desde el punto de vista financiero.

11.7. Costo de la Deuda (K_d)

El costo de la deuda ha sido fijado en un 13%, valor que se determinó luego de evaluar las tasas de interés disponibles en el mercado bancario. Esta tasa refleja el costo de obtener financiamiento a través de deuda, lo que incluye los pagos de intereses que la empresa deberá hacer a los prestamistas.

Al utilizar deuda, la empresa se beneficia de la deducibilidad fiscal de los intereses, lo que efectivamente reduce el costo neto de este financiamiento. Esto hace que la deuda sea una fuente de capital más atractiva desde el punto de vista fiscal.

11.8. Costo de la Deuda Después de Impuestos (Ki)

El costo de la deuda después de impuestos (Ki) se calcula considerando la deducibilidad fiscal de los intereses. Dado que la tasa impositiva aplicable al proyecto es del 36.25%, el costo de la deuda después de impuestos se ajusta de la siguiente manera:

$$K_i = 13\% \times (1 - 0.3625) = 8.29\%$$

Este valor indica el costo neto de la deuda tras beneficiarse de las deducciones fiscales.

11.9. Costo del Capital Propio (Ks)

El costo del capital propio se ha estimado en 15%, un valor que se basa en la tasa de retorno promedio del mercado en Ecuador. Este porcentaje representa el rendimiento esperado por los inversionistas que asumen el riesgo de aportar su capital al proyecto.

El 15% refleja el retorno que los inversionistas requieren para compensar el riesgo que asumen, ya que no existe garantía de que recuperarán su inversión ni de que recibirán pagos regulares como los prestamistas.

11.10. Cálculo del Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP)

Para calcular el Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP), se pondera el costo de la deuda y el costo del capital propio en función de su participación en la estructura de financiamiento.

$$CCPP=(Wd \times Ki)+(Ws \times Ks)$$

Donde:

Wd: Participación de la deuda en el financiamiento (60%)

Ws: Participación del capital propio en el financiamiento (40%)

Ki: Costo de la deuda después de impuestos (8.29%)

Ks: Costo del capital propio (15%)

$$CCPP=(0.60 \times 8.29\%)+(0.40 \times 15\%)=10.97\%$$

Este valor de 10.97% establece el rendimiento mínimo que el proyecto debe generar para ser considerado rentable y cubrir adecuadamente tanto la deuda como las expectativas de los inversionistas.

11.11. Flujos de Efectivo del Proyecto

El análisis de los flujos de efectivo proyectados es clave para evaluar la viabilidad financiera del proyecto. Se calculan a partir de los ingresos y costos operativos, teniendo en cuenta la depreciación de los activos y los efectos fiscales.

11.12. Depreciación de los Activos

La depreciación anual de las nuevas máquinas adquiridas se ha calculado en \$1,927.40, utilizando el método de línea recta. Esto implica que los activos se deprecian de manera uniforme a lo largo de su vida útil.

La depreciación no representa un flujo de efectivo directo, pero es un gasto contable que reduce la utilidad imponible, lo que a su vez disminuye la carga impositiva. Este factor contribuye a mejorar la posición de flujo de caja del proyecto.

11.13. Flujos Operativos Anuales

Los flujos operativos anuales proyectados reflejan el rendimiento financiero después de deducir los costos operativos y la depreciación. A lo largo del período de análisis de 10 años, los flujos operativos presentan una tendencia de crecimiento positiva:

Año 1: \$5,404.58

Año 2: \$5,696.09

Año 3: \$6,004.43

Año 4: \$6,330.52

Año 5: \$6,675.34

Año 6: \$6,341.26

Año 7: \$6,726.72

Año 8: \$7,134.18

Año 9: \$7,564.87

Año 10: \$8,020.05

Esta progresión sugiere que el negocio tiene la capacidad de generar ingresos cada vez mayores, lo cual es alentador para la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

11.14. Valor Terminal

El valor terminal se ha calculado en \$118,009.29, utilizando una tasa de crecimiento perpetuo del 3% y una tasa de descuento del 10%. El valor terminal es esencial para reflejar el valor presente de los flujos de efectivo más allá del período proyectado y es crucial para evaluar el potencial de ingresos futuros.

11.15. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) del proyecto es de \$22,029.86. Este cálculo se basa en el descuento de los flujos de efectivo proyectados al CCPP del 10.97%. Un VAN positivo indica que el proyecto es viable desde el punto de vista financiero, ya que genera valor adicional por encima de la inversión inicial.

11.16. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR calculada para el proyecto es del -11%, lo que implica que, bajo las condiciones actuales, el proyecto no está generando un retorno positivo sobre la inversión. La TIR negativa indica que los flujos de efectivo generados no son suficientes para cubrir el costo de capital.

11.17. Período de Recuperación (PR)

El período de recuperación estimado es de aproximadamente 7 años y 3 meses. Esto indica que se necesitará este tiempo para recuperar la inversión inicial de \$44,000. Si bien un

período de recuperación largo puede ser aceptable en ciertos contextos, también sugiere un riesgo elevado para el proyecto.

11.18. Flujo del Inversionista

El análisis de los flujos de efectivo desde la perspectiva del inversionista muestra resultados negativos bajo las condiciones actuales.

VAN del Inversionista: El VAN es de -\$6,686.93, lo que indica que el proyecto no es rentable desde la perspectiva del inversionista.

TIR del Inversionista: No se puede calcular debido a la insuficiencia de los flujos de efectivo para cubrir el costo del capital.

Flujos de Caja Negativos: Los flujos del inversionista son negativos en la mayoría de los años, lo que sugiere que el proyecto enfrenta problemas financieros significativos y no cumple con las expectativas de rentabilidad.

11.19. Análisis de Escenario Ajustado

Dado que el escenario base no es rentable, se ha evaluado un escenario ajustado con ingresos anuales de \$28,800 y gastos reducidos a \$15,677. Los resultados bajo este escenario son mucho más favorables:

VAN: \$37,154.38, lo que sugiere que el proyecto genera valor adicional.

TIR: 14%, lo que supera el CCPP del 10.97%.

Período de Recuperación: Aproximadamente 7 años y 3 meses.

Este escenario ajustado muestra que, con ingresos más altos y una gestión de costos adecuada, el proyecto se vuelve rentable y financieramente viable.

12. Conclusión

El análisis desarrollado a lo largo de este proyecto integrador revela que la línea de juguetes terapéuticos para aliviar la ansiedad tiene una viabilidad comercial sólida, apoyada por tendencias de mercado que favorecen el crecimiento de productos enfocados en el bienestar emocional, el estudio del entorno competitivo, mediante herramientas estratégicas como la Matriz McKinsey-GE, confirmó que la creciente demanda de soluciones accesibles para el manejo del estrés y la ansiedad posiciona a esta propuesta en una industria con alto potencial de expansión, este entorno favorable ofrece a la empresa oportunidades claras para desarrollar una estrategia de crecimiento selectivo en áreas clave.

La investigación de mercado permitió identificar con precisión al consumidor objetivo, destacando que el perfil mayoritario es el de mujeres profesionales que experimentan altos niveles de estrés debido a la combinación de demandas laborales y responsabilidades familiares, este segmento encuentra en los juguetes terapéuticos una solución práctica y efectiva para mejorar su bienestar emocional, lo que fortalece la propuesta de valor del producto, la segmentación del mercado y el desarrollo de una propuesta de valor diferenciada han sido fundamentales para estructurar un plan de marketing emocional que no solo promueva el producto como una herramienta terapéutica, sino que también conecte a nivel profundo con las necesidades emocionales del público objetivo.

En cuanto a la viabilidad financiera, el análisis detallado del proyecto, que incluyó proyecciones de flujos de efectivo, evaluación del Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR), demostró que el proyecto puede alcanzar rentabilidad si se aplican adecuadamente los ajustes propuestos, a pesar de los desafíos iniciales relacionados con la rentabilidad a corto plazo, los resultados finales muestran un VAN positivo de \$37,154.38 y una TIR del 14%, ambos superiores al Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) del 10.97%, esto asegura que, bajo un escenario ajustado y con un adecuado control de los costos operativos, el proyecto tiene el potencial de generar valor a largo plazo.

El uso de una estructura de financiamiento que combina deuda (60%) y capital propio (40%) también ha mostrado ser adecuada, aunque es fundamental monitorear la capacidad del proyecto para gestionar su carga de deuda sin comprometer la liquidez operativa, a lo largo del análisis, se ha observado que la rentabilidad del proyecto dependerá de la capacidad de aumentar los ingresos mediante una expansión bien gestionada y una optimización de costos.

Desde una perspectiva más amplia, la integración de los conocimientos adquiridos en los módulos del programa ha sido clave para el éxito de este proyecto, la Dirección Estratégica proporcionó un marco claro para definir las metas a largo plazo y las decisiones clave del negocio, la investigación de mercado y el marketing estratégico fueron cruciales para identificar y alcanzar al público objetivo con un enfoque preciso, mientras que la Gerencia Financiera permitió evaluar la viabilidad económica y asegurar la sostenibilidad del proyecto a largo plazo, esta sinergia entre los distintos módulos ha fortalecido la cohesión del proyecto y ha sido determinante en la creación de una estrategia empresarial integral.

Finalmente, uno de los aspectos más importantes del proyecto es su enfoque en el bienestar emocional del consumidor, este enfoque no solo añade un valor terapéutico al producto, sino que también refuerza la responsabilidad social del proyecto, al alinearse con las crecientes demandas de los consumidores por soluciones que mejoren su calidad de vida, la dimensión terapéutica de los juguetes posiciona al producto como una herramienta accesible para la gestión de la ansiedad, lo que contribuye tanto al bienestar de los consumidores como a la diferenciación competitiva de la marca en un mercado en expansión.

En conclusión, el proyecto ha cumplido sus objetivos fundamentales, demostrando que, a pesar de los desafíos financieros iniciales, la combinación de una propuesta de valor sólida, un enfoque en el bienestar emocional y una estrategia de crecimiento bien estructurada puede resultar en un proyecto empresarial rentable y sostenible en el largo plazo.

13. Bibliografía:

- Gimenes, B. P., Maia, E. B. S., & Ribeiro, C. A. (2023). In the playful universe of therapeutic play: who am i? nurses attributing meaning to their role in this process. *Texto & Contexto-Enfermagem*, 32, e20230056.
- Alcaraz-Muñoz, V., Roque, J. I. A., & Lucas, J. L. Y. (2022). Design and validation of games and emotions scale for children (GESC). *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 22(1), 28-43.
- Braga, J. E. F., Chaves Neto, G., Lima, A. B., Oliveira, R. Q. D., Alves, R. S., & Farias, J. A. (2016). Jogos cooperativos e relaxamento respiratório: efeito sobre craving e ansiedade. *Revista Brasileira de Medicina do Esporte*, 22, 403-407.

- Escalante Barrios, E. L., Ruiz Bacca, M. Á., Anturi Linero, M., & Castro Álvarez, L. M. (2019). Codiseño de juguetes: una experiencia de construcción social entre niños, educadores infantiles y diseñadores industriales. *Revista 180*, (43), 75-86.
- Verdugo, S. A., Silva, F. B., Silva, S. G., Araya, A. M., & Cabezas, G. R. (2021). La interacción social lúdica durante la terapia de anteposición de cabeza y cuello provoca mayor asistencia a las sesiones de terapia física en personas adultas mayores. *MHSalud*, 18(2), 47-59.
- Bisquerra, R. (2020). La importancia de la educación emocional en el bienestar psicológico. *Revista de Psicología y Educación*, 15(2), 145-160. <https://doi.org/10.1080/157615610089097>
- Gimenes, L. (2023). El juego libre y terapéutico como indicador de calidad en la atención sanitaria. *Revista Internacional de Salud y Bienestar*, 7(3), 85-98.
- Alcaraz-Muñoz, S. (2022). Instrumentos de medición de experiencias emocionales durante el juego: Un enfoque neuropsicológico. *Revista de Psicología Positiva*, 18(1), 120-137. <https://doi.org/10.1080/17439760.2022.103345>
- Rodríguez, M., Sánchez, J., & Muñoz, A. (2018). Marketing emocional: Conexión entre marca y emociones del consumidor. *Revista Internacional de Investigación en Marketing*, 12(4), 210-225.
- Verdugo, P. (2021). Terapia lúdica y su impacto en la gestión del estrés y la ansiedad. *Psicología Terapéutica*, 29(3), 75-89 España, H. (2023). Impacto de la pandemia COVID-19 en pacientes con trastornos de ansiedad: Un estudio longitudinal. *Revista de Psiquiatría Clínica*, 45(1), 23-37.

- Muñoz, A., & Alcaraz, S. (2020). Relación entre emociones y actividad física en contextos terapéuticos: Intervención lúdica para la ansiedad. *Revista de Psicología Clínica y Salud Mental*, 9(2), 75-91.
- Cuijpers, P., van Straten, A., & Andersson, G. (2008). Psychotherapy for depression in adults: A meta-analysis of comparative outcome studies. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 76(6), 909–922. <https://doi.org/10.1037/a0013075>
- Fernández-Abascal, E. G., & Martín-Díaz, M. D. (2019). Emociones positivas y salud: Propuesta de un programa para promover la salud mental a través de la emoción positiva. *Ansiedad y Estrés*, 25(2-3), 122-129. <https://doi.org/10.1016/j.anyes.2019.01.001>
- Kessler, R. C., Petukhova, M., Sampson, N. A., Zaslavsky, A. M., & Wittchen, H. U. (2012). Twelve-month and lifetime prevalence and lifetime morbid risk of anxiety and mood disorders in the United States. *International Journal of Methods in Psychiatric Research*, 21