

Estudio y posicionamiento de la tienda online en instagram Gamesland48

Juan Sebastián Ramírez Llano y Luz Ángela Pérez Murillo

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior - CUN

Facultad de ciencias administrativas

Administración de empresas

Bogotá

2017

Tabla de contenido

1. JUSTIFICACIÓN.....	4
2. DESARROLLO DE MATRIZ ESTRATEGICA.....	5
2.1 Descripción de la idea de negocio.....	5
2.2 Identidad estratégica.....	6
2.3 Futuro preferido.....	7
2.4 Objetivo general.....	8
2.5 Objetivos específicos.....	8
2.6 Valores.....	9
2.7 Análisis de pestel.....	10
2.8 Análisis de porter.....	13
2.9 Matriz de análisis de campos de fuerzas.....	15
2.10 Matriz de despliegue estratégico generativa.....	16
2.11 Cadena de valor.....	17
2.12 Estrategia competitiva.....	18
3. ESTUDIOS DE MERCADOS.....	19
3.1 Objetivos del estudio de mercados.....	19
3.2 Definición del mercado objetivo.....	20
3.3 Metodología de investigación.....	22
3.4 Análisis de investigación.....	27
4. PLAN DE MARKETING.....	29
4.1 Objetivos del plan de marketing.....	29
4.2 Estrategia de producto.....	30

4.2.1 Estrategia de marca.....	33
4.2.2 Estrategia de servicio postventa.....	34
4.3 Estrategia de precio.....	36
4.4 Estrategia de publicidad.....	41
4.4.1 Plan de medios.....	43
4.5 Estrategia de promoción.....	46
4.6 Estrategia de distribución.....	49
4.7 PROYECCIÓN DE VENTAS.....	51
5. CONCLUSIONES.....	52
6. CIBERGRAFIA:.....	53

Justificación

El presente proyecto tiene como objetivo principal situar y posicionar en el mercado la tienda online Gamesland 48, como una tienda de transferencia, compra y ventas de videojuegos y consolas, en la plataforma Instagram. Con esto se beneficiaran muchos gamers y usuarios a los cuales les es más asequible adquirir videojuegos y consolas y/o hacer transferencia de consolas consumidas para un mayor beneficio.

Con esta tienda buscamos generar nuevas estrategias de mercado a través de Instagram, también buscamos generar un impacto social para las fundaciones que tienen pacientes en condición de discapacidad, ayudándolas con recursos económicos para la manutención de algunos pacientes, e incrementar el uso de las TIC'S como actividad de ocio para nuestros clientes.

Desarrollo de matriz estratégica

Descripción de la idea de negocio

Con base en las actualizaciones tecnológicas de las tiendas de videojuegos, se ha evidenciado un gran aumento en el mercado colombiano y mundial, por ello se creará y se posicionará una tienda Online llamada “GAMESLAND 48”, donde se realizará el intercambio y comercialización de juegos, y consolas tanto nuevas como usadas, además de algunos otros accesorios relacionados con videojuegos, donde cada venta será soportada de manera física en un local comercial con una gran trayectoria y experiencia de varios años en el mercado.

Adicionalmente a los servicios anteriormente mencionados se proyecta realizar el aprovechamiento de juegos usados, dando como opción de manera física la reutilización como parte de pago por títulos más recientes, incentivando la disminución de gastos en los usuarios y la rotación de juegos usados en perfecto estado para clientes con menores ingresos, destinados para juegos de las nuevas plataformas; destacando las características de sus servicios y en especial sus costos los cuales han dificultado el acceso a la compra y aprovechamiento de las plataformas, basándose en la experiencia en el mercado.

Con el 15 % del capital ganado tanto en la tienda física como en la tienda virtual, este será destinado a fundaciones con personas en condición de discapacidad para suplir los gastos de manutención de una algunas personas, generando un impacto social en la comunidad y un impacto tecnológico incentivando y divulgando el uso de las TIC'S en la generación educativa y de ocio.

Identidad Estratégica

Gamesland 48 asume su compromiso con sus clientes teniendo como eje central la comunicación y las actualizaciones de los videojuegos, partiendo de las novedades del mercado, esta empresa está orientada a ofrecer la mejor calidad y variedad en productos y servicios de comercialización y venta, brindándole a nuestros clientes las mejores opciones de compra y confiabilidad con nuestro establecimiento físico, dándole al cliente la mayor seguridad y comodidad.

Futuro Preferido

Gamesland48 en el 2018, se proyecta ser una tienda online con un amplio volumen de ventas, posicionado como una fuerte tienda virtual del mercado de videojuegos, con el propósito de expansión de la tienda física y virtual de manera significativa, para generar valor y contribuir con el desarrollo de nuestros colaboradores, fortaleciendo nuestra solidez en el mercado.

Objetivo General

Situar a “GAMESLAND 48” para febrero del 2018, como una tienda Online de transferencia, compra y ventas de videojuegos y consolas, en la plataforma Instagram, teniendo como referencia las nuevas tendencias y tecnologías que van surgiendo en el mercado.

Objetivos Específicos

1. Diseñar la campaña e imagen de la tienda con el objetivo de poder alcanzar los primeros 1500 seguidores en el transcurso de los siguientes 6 meses.
2. Crear campañas publicitarias por medio de plataformas como Facebook e Instagram.
3. Establecer en los próximos ocho (8) meses, dos (2) alianzas estratégicas con páginas web y redes sociales relacionadas con el sector de los videojuegos en Bogotá.
4. Establecer en los próximos seis (6) meses, una (1) alianza estratégica para promocionar la tienda online y física en ferias comerciales.

Valores

- **Calidad:** Realizamos todas las ventas y entrega con la mayor transparencia y eficacia.
- **Responsabilidad:** Cumplimos con seriedad y eficiencia nuestros deberes con nuestros clientes.
- **Ética:** Actuamos con los principios de lealtad, solidaridad y la dignidad humana.
- **Honestidad:** Nos sentimos comprometidos con el cliente, somos una organización basada en los principios de democracia e igualdad de oportunidades.

Análisis Pestel

<p>P</p>	<p>Política: Teniendo en cuenta los factores políticos por los que pasa el país en el momento, no se prevé en un futuro algún cambio negativo que pueda afectar de manera sustancial el mercado para el que está dirigido el proyecto empresarial. Por el contrario, actualmente el país se encuentra en una fase de cambio y desarrollo con el motivo de implementar más las tecnologías de la información y la comunicación,, con lo cual puede presentarse una buena oportunidad para internarse en el sector tecnológico. (ley 1753 de 2015)</p>	<p>Económica: Actualmente la economía del país no está en su mejor momento, puesto que el costo de vida ha ido aumentando considerablemente, adicionalmente a otros factores como el alza en el petróleo, con lo cual las familias en algunas situaciones se reservan al momento de gastar, de igual manera esto lo podemos usar como una ventaja puesto que nuestro proyecto está enfocado a ofrecer productos en el sector de los videojuegos, de una forma económica y accesible teniendo en cuenta la canasta familiar actualmente, teniendo a nuestro favor el aumento anual del PIB del país que gracias a la implantación de las tics se encuentra entre el 4% y 5% respectivamente desde el año 2009.</p>	<p>E</p>
-----------------	--	--	-----------------

S	<p>Social: En los aspectos sociales como se mencionaba anteriormente, puede afectar que muchas de las familias toman como prioridad otras cosas, en vez de los bienes de lujo como lo son por ejemplo los video juegos, para esto se tiene planeado realizar distintas acciones en caso de ser necesarias como: por ejemplo la compra por cuotas, cambio de juegos secundarios por juegos más recientes; todo esto teniendo en cuenta los diferentes factores de consumo de la sociedad en cada momento.</p>	<p>Tecnológico: En cuanto a los aspectos tecnológicos, la industria de los video juegos está en constante cambio, cada año salen nuevas tecnologías que poco a poco están siendo aplicadas a los video juegos, como por ejemplo tenemos el caso de la actualmente realidad virtual, desde el año 2015 en adelante la realidad virtual ha ido tomando mucha fuerza, y no tardó mucho en aplicarse en los video juegos y otras áreas, aumentando así el mercado y la variedad de selección de sistemas de video juegos, lo cual para el proyecto es un gran beneficio, como se muestra en diferentes artículos de periódicos digitales como http://www.eltiempo.com/tecnosfera/videojuegos/de-que-se-trata-la-realidad-virtual-en-los-videojuegos-104690</p>	T
E	<p>Ecológico: En el factor ecológico el proyecto está basado en la utilización de las TIC'S, como fuente principal de la comunicación, por otra parte, al momento de enviar</p>	<p>Legal: Los factores legales en el proyecto se identifican en los productos que se manejaran puesto que todo producto debe estar al día en su documentación, ya sea de ingreso al país si es importada o no, al igual que su garantía.</p>	L

algún producto, se planea realizar él envió empacado en cartón el cual puede ser reciclable o llegado el caso biodegradable.	Al igual que algunas leyes como la ley de protección de datos y leyes de impuestos sobre el valor añadido.	
---	--	--

Análisis porter

1. **Poder de negocios de los clientes:** Internet y los portales web han facilitado el acceso a todos los medios de información, la mayoría de páginas web de venta de videojuegos no son totalmente específicas para este servicio, ya que comercializan otro tipo de productos. El factor diferenciador de “GAMESLAND 48” es que es una tienda online y esta soportada por una tienda física de gran trayectoria con la cual se podrán intercambiar videojuegos de uso secundarios por juegos de última gama, para usuarios de menores recursos.

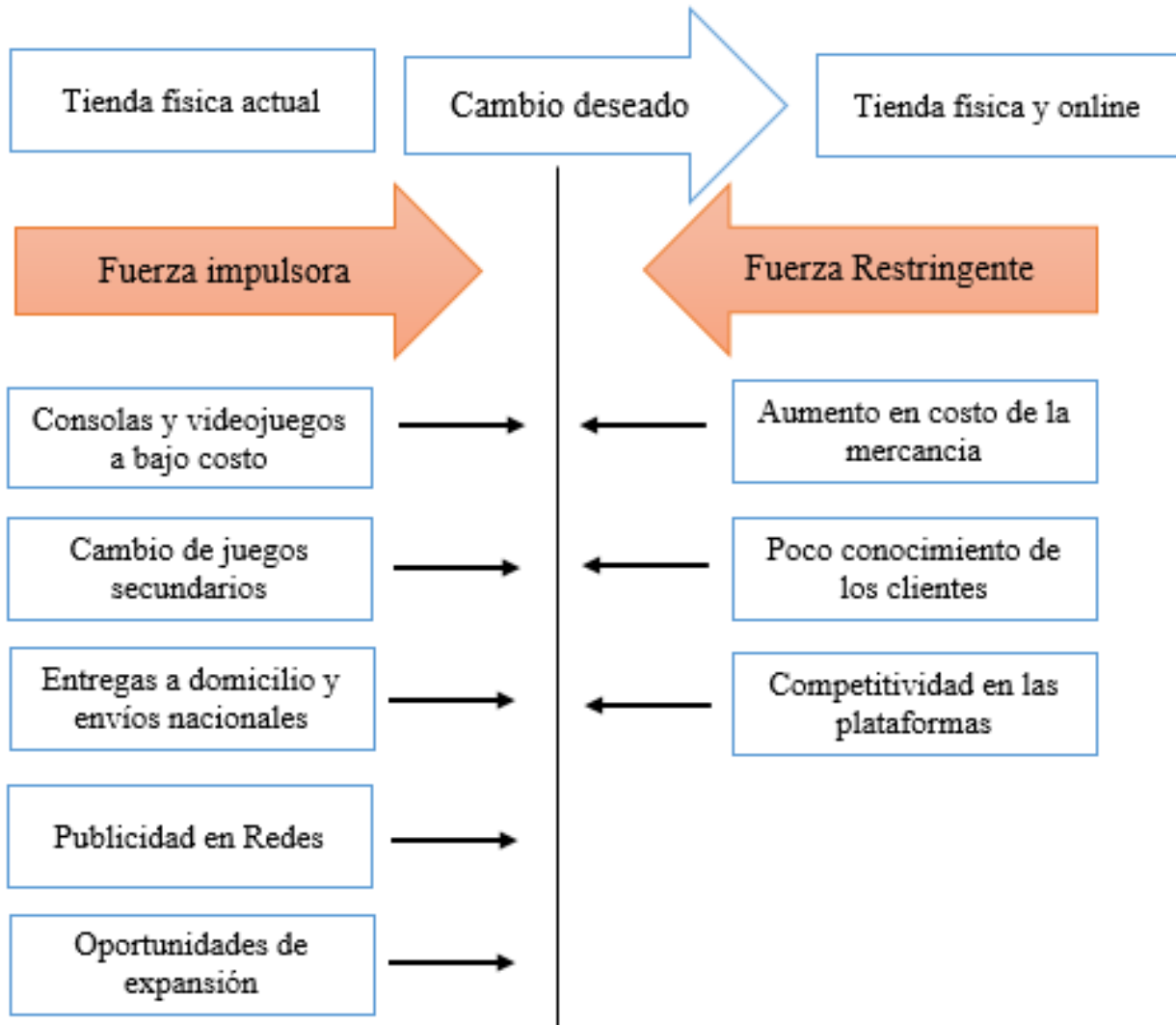
2. **Poder de Negociación de los compradores:** Los compradores en esta industria tienen poder de negociar, ya que hay una gran variedad de tiendas virtuales enfocadas a la venta y distribución de videojuegos, por ello se da el valor diferencial de cambiar juegos de menor popularidad o pasados de moda por nuevos juegos con los cuales haya más notoriedad en el mercado actual. Con esto se incentiva el poder de negociación y brindar economía a más clientes.

3. **Amenaza de nuevos entrantes:** Hay muchos factores con los cuales cualquier tienda online de videojuegos y consolas, puede entrar a competir con nuestro mercado, algunos de nuestros mayores fuertes serán: la marca, lealtad con el cliente, publicidad veraz, y compra segura de productos. “GAMESLAND 48” se centrará continuamente en aumentar su distribución de productos de forma segura y rápida para el cliente.

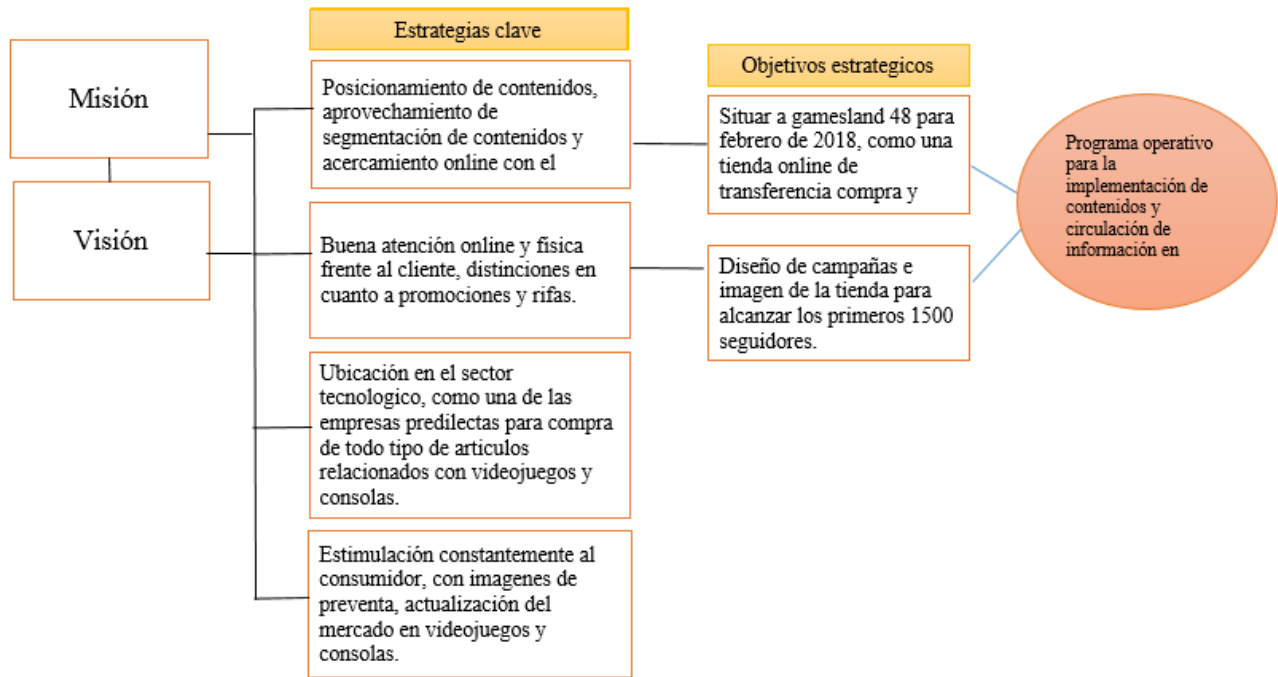
4. **Amenaza de productos sustitutos:** En la actualidad existen tiendas online de venta de videojuegos, hay muchas organizaciones las cuales se diferencian por vender y distribuir otras marcas conocidas a nivel nacional. “GAMESLAND 48” ofrecerá una gran gama de consolas y videojuegos de gran variedad de marca y costo.

5. **Rivalidad competitiva dentro de una industria:** La competencia dentro de una industria de videojuegos y consolas, puede ser clasificada como un monopolio, “GAMESLAND 48” tendrá una ventaja competitiva a nivel nacional por la consecución de precios a bajo costos y un gran nivel de calidad en sus productos.

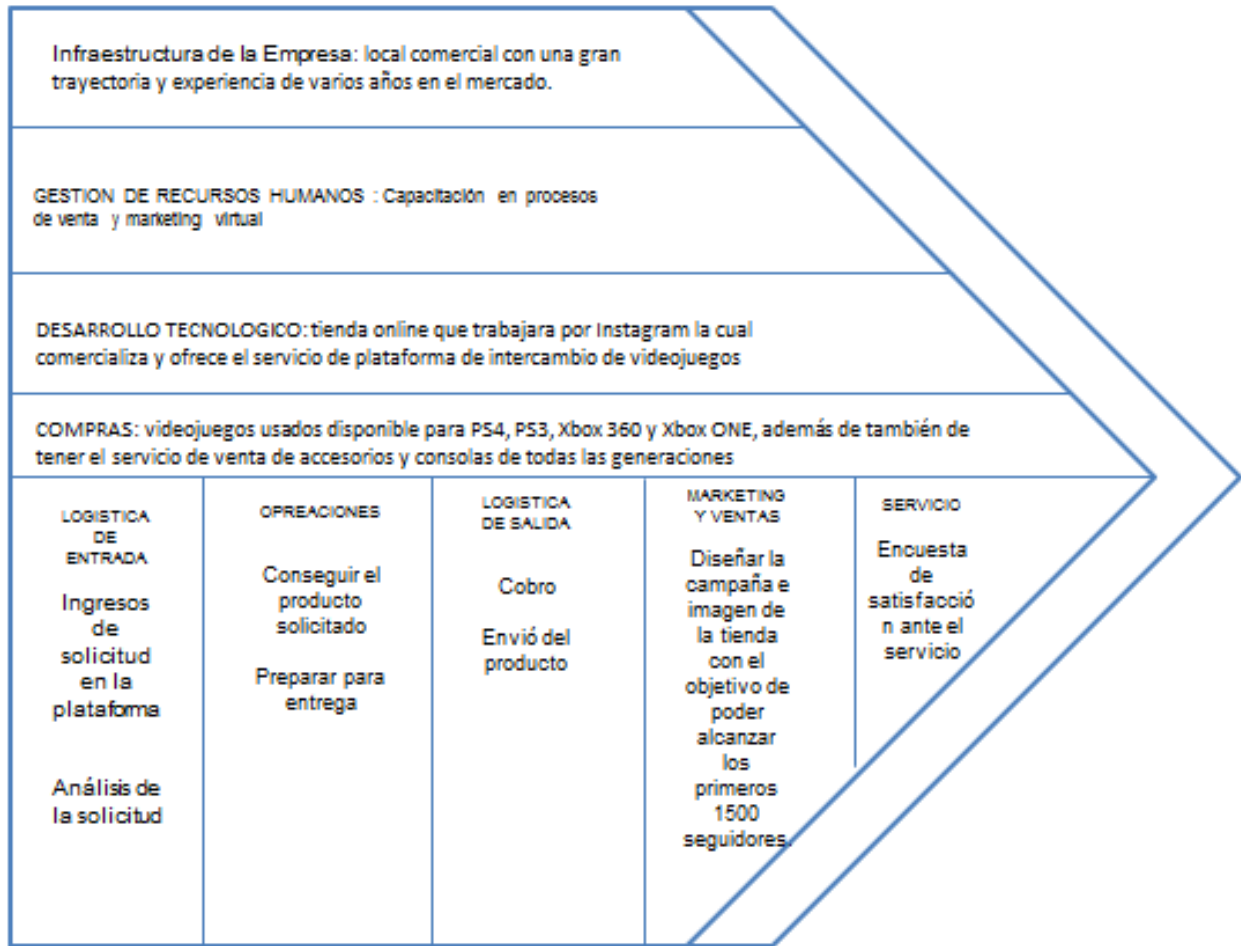
Matriz análisis campos de fuerzas



Matriz de despliegue estratégico generativa



Cadena de valor



Estrategia competitiva

La estrategia competitiva de Gamesland48, está enfocada en posicionar nuestros contenidos en los primeros puestos de resultados, aprovechando al máximo los anuncios de segmentación de Facebook e instagram lo que nos da un mayor acercamiento al cliente, también podemos obtener un mejor posicionamiento pautando contenidos como videos, instagram stories, usando actualidad en las publicaciones y promocionando más nuestros servicios físicos y online.

Estudio de mercados

Objetivos del estudio de mercados

Objetivo general

Conocer el grado de satisfacción del personal al cual fueron aplicadas las encuestas.

Objetivos específicos

1. Identificar los aspectos de mejora de las encuestas para la corrección e implementación en la tienda física y online.
2. Formular las estrategias publicitarias para implementación en la tienda online.

Definición del mercado objetivo

“Los mercados de consumo están integrados por los individuos o familias que adquieren productos para su uso personal, para mantenimiento y adorno del hogar. Por lo tanto, aquí podemos englobar innumerables productos de todo tipo”. (Kotler, p., 2001)

- Geográfica. Colombia
- Demográfica. Población con edades de 15 a 45 años
- Género: Femenino y Masculino
- Edad: 15 a 45 años
 - Perfil del consumidor: El consumidor de video juegos y consolas, entre los 15 a 45 años se caracteriza por ser un personaje el cual se adentra en el mundo de los video juegos porque su imagen como jugadores es importante dentro de la sociedad, casi siempre la mayoría de este segmento son hombres, por ello tratan de encontrar competidores de su nivel para mejorar y obtener un mayor desempeño dentro de los juegos. A medida que va adentrándose en la industria se eleva su compromiso con el juego hasta llegar a un nivel de competencia.
 - Según en las estadísticas del DANE en el 2014, Colombia tuvo las siguientes cifras en cuanto al movimiento con videojuegos:
 - Consumo de video y prácticas con videojuegos, total personas de 12 años y más: 29.045 usuarios.
Hombres: 13.804
Mujeres: 15.240
 - Total, de personas entre 12 años y más según consumo de video y practica con videojuegos: edad entre 12 y 64 años de edad: 26.218 usuarios.

- Total, de personas de 12 años y más, por regiones según consumo de videos y practica con videojuegos: Total 29.045

Bogotá: 6.350

Atlántica: 5.833

Oriental: 4.639

Central: 7.147

Pacífica: 4.531

Amazonia y Orinoquía: 54

- Total, de personas de 12 años y más que vieron y practicaron con videojuegos, según frecuencia de estas prácticas: Total 6.516 usuarios

Información tomada de: DANE, periodo 2014, anexos 12 años y más.

Metodología de investigación

Modelo de encuesta

Buen día estimado usuario.

Somos una empresa enfocada e interesada en su opinión, comprometidos con la calidad y satisfacción del cliente; diseñamos esta encuesta para conocer sus gustos, preferencias y necesidades acerca de las nuevas plataformas de juegos.

Agradecemos el tiempo que nos están dedicando en el desarrollo de la encuesta.

Nombre:

Edad:

Ocupación:

1. ¿Con que frecuencia compra juegos originales de las nuevas plataformas?

- A. Semanal
- B. Quincenal
- C. Mensual
- D. Nunca

2. ¿Cumplió con sus expectativas la nueva generación de consolas?

<input type="checkbox"/>	Si
<input type="checkbox"/>	No

¿Por qué?

3. ¿Qué quisiera mejorar o que aspectos quisiera cambiar en las nuevas plataformas?

4. ¿Cuál cree usted que es la mejor forma de sacar el máximo provecho a las nuevas plataformas?

5. ¿Qué tanto le importa el costo de los juegos originales de las nuevas plataformas?

A. Mucho

B. Poco

C. Nada

6. ¿En una escala de 1 a 5, donde 5 es muy bueno y 1 es malo, qué calificación le daría, a los servicios ofrecidos en las nuevas plataformas?

1	2	3	4	5

7. ¿Cree que el precio de los nuevos juegos es acorde a lo que en estos se ofrece?

- A. SI
 B. No
 C. No sabe, No responde

8. ¿Qué espera al momento de comprar una consola de la última generación?

9. ¿Cree usted que debería existir un servicio para facilitar el acceso a los nuevos títulos de juegos?

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Si

No

¿Por qué?

10. ¿si quiera comprar una consola de la nueva generación en estos momentos, cuál elegiría?

- A) _____ Xbox ONE
- B) _____ Play Station 4
- C) _____ Nintendo Swicht

¿Por qué?

Cantidad de personas a las cuales fue aplicada la encuesta: 25 personas.

PLAN DE MARKETING B2C:

Gamesland48 se centra en la utilización del plan de marketing tipo B2C, puesto que está centrado en gran parte hacia el consumidor final o cliente, ya que se tiene en cuenta las emociones de los potenciales clientes del mercado, obteniendo así una mayor empatía con el consumidor, y enfocándonos gracias a esto en ventas directas y rápidas, otorgando así buenos resultados al cliente y el beneficio de satisfacer parte de las necesidades inmediatas del comprador en cuanto a lo que video juegos respecta.

Metodología de la investigación

Investigación concluyente: Con esta encuesta buscamos comprobar hipótesis sobre las preferencias de los usuarios a nivel de videojuegos, consolas, precios y nivel de plataformas online.

Fuente

Fuente primaria: En la investigación realizada la fuente de información fue primaria, porque se obtuvo la información de primera mano, directo con la población a la cual fue aplicada la encuesta.

Enfoque

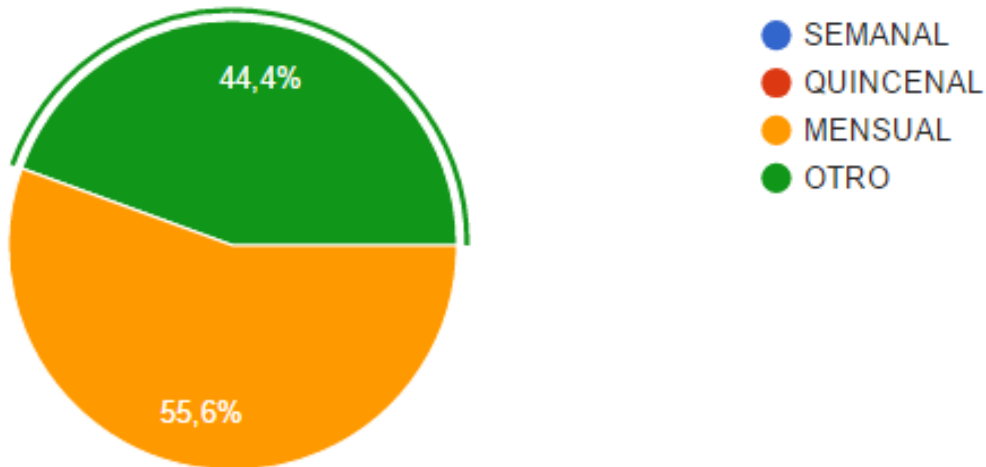
Mixto: Utilizamos enfoque mixto porque se realizó una gran recolección de datos, para el análisis de un estudio concluyente en el cual necesitamos cualidades, características y cifras sobre lo que la población desea que se implemente en la creación de la tienda online.

Herramienta

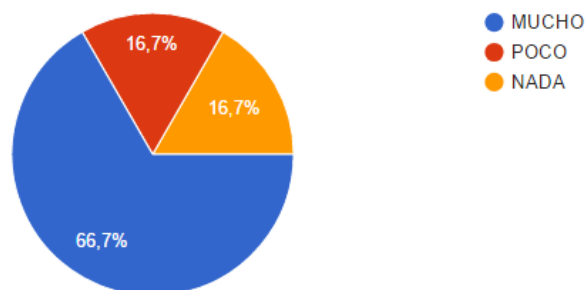
Encuesta: Utilizamos la encuesta porque es la recopilación de información por contacto directo, es uno de los métodos más comunes, para la obtención de información y el estudio del mercado.

Análisis de la investigación

Del 100% de las entrevistas realizadas a los usuarios que manejan estas plataformas se encontró que el 56.6% de usuarios adquieren mensualmente nuevos títulos para su respectiva consola mientras que el 44.4% usuarios tardan un mayor tiempo en adquirir un juego.



Del 100% de las entrevistas realizadas a los usuarios, el 66,7% afirmaron que se encuentran inconformes con el costo tan elevado de los títulos recientes.



Del 100% de entrevistados, se encontró que el 86.66% de las personas, desearían que existiera un tipo de servicio o producto que les ayudara a poder adquirir nuevos títulos.



Plan de marketing

Objetivos del plan de marketing

Objetivo General

Exponer a GAMESLAND 48 en los próximos (6) seis meses, como una tienda Online, en la plataforma Instagram.

Objetivos Específicos

- Ofrecer servicios de consulta para los usuarios.
- Orientar al usuario en el proceso de verificación y adquisición de los videojuegos.
- Incrementar la transferencia de juegos de segundo plano.

Estrategia de producto

GamesLand48 se caracteriza por dar una buena atención y competencia entre los precios del mercado, puesto que al estar en una de las plataformas más utilizadas por tanto jóvenes como adultos hoy en día en Instagram, el mercado tiene un volumen bastante amplio, lo que nos diferencia de la competencia es nuestra atención y solución de dudas para cada persona que nos escribe.

En el momento de realizar una venta y al final de la misma, al momento de la entrega del producto al consumidor final, la buena atención siempre prevalece, ya que en el instante que el cliente recibe su producto, este recibe un comunicado por parte de GAMESLAND48 agradeciendo por la confianza que ha depositado en nosotros al comprar y refiriéndole que esperamos seguir dándole los mejores servicios en próximas oportunidades, haciendo así una relación más estrecha entre cliente y vendedor, estableciendo así un lazo de mayor confianza, el cual con el paso del tiempo se convertirá en una oportunidad de referencia por parte del cliente satisfecho.

Esperamos que al momento de haber crecido, podamos comenzar a premiar a nuestros clientes por su fidelidad en el año, dándoles distintas promociones o incluso rifas totalmente gratuitas para aquellos, que hayan utilizado nuestros servicios en el año.

Una ventaja adicional frente a muchos de nuestros competidores es que GAMESLAND48 está diseñado y pensado tanto para las nuevas generaciones de consolas, sin olvidar las viejas, dándonos así un mercado aun mayor frente al de muchos de nuestros competidores ya que estos mismos solo se centran en el mercado actual de video juegos

y consolas, dejando a un lado las versiones anteriores, mientras que nuestra empresa estará enfocada en tanto las nuevas como viejas plataformas de video juegos.

Identidad del producto

La identidad del producto está siendo conocida como una tienda online llamada, “GAMESLAND 48” su imagen se encuentra representada en parte importante por uno de los principales personajes de la infancia de muchos jugadores de videojuegos el cual es el fontanero Mario, del conocido juego de “Super Mario Bros”, con el cual muchos se identifican por las muchas horas de alegría que pasaron gracias a él, tanto en su infancia como en la actualidad, además junto a él se encuentran muchos personajes icónicos de las infancias de muchos, como también personajes de juegos de la actualidad que se han ganado la admiración de muchos jugadores de juegos de la actualidad.



Estrategia de marca

Gamesland48 está centrada en la atención al cliente y la comercialización de las distintas innovaciones del mercado de videojuegos, con el propósito de ser una de las empresas más reconocidas en cuanto a tiendas virtuales de videojuegos refiere, dirigida principalmente a los amantes de videojuegos que se encuentran aproximadamente entre los 15 y 45 años de edad, diferenciándonos de los demás por nuestra oportuna atención personalizada a cada cliente y rápida disponibilidad de nuevos productos del mercado de videojuegos, ubicándonos en el mercado de sector tecnológico de videojuegos, como una de las empresas predilectas para compras de todo tipo de artículos relacionado con videojuegos y consolas, gracias a nuestra amplia variedad de productos disponibles para el consumidor en todo momento.

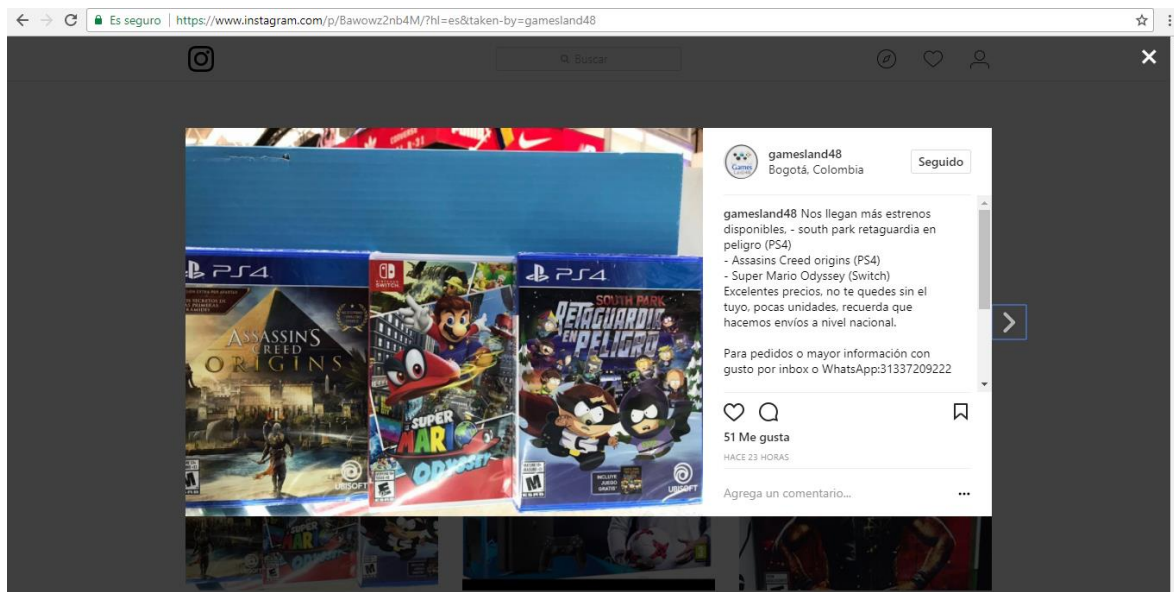
Estrategia de servicio post venta

Proceso postventa

Se realizará una encuesta de satisfacción ante el servicio con los cuales se determinará la calidad de los juegos intercambiados, la calidad en tiempos de entrega y servicio al cliente para el mejoramiento continuo, al igual que se les enviará un comunicado oficial por parte de la empresa dando las gracias por permitirnos prestar nuestros servicios, para que así se sientas con más en confianza en nosotros y sea un cliente frecuente de nuestros servicios, lo mismo aplicará para la comercialización de accesorios o consolas de videojuegos.

Proceso de comercialización

El proceso de comercialización se realizará por medio de la plataforma instagram, donde nuestros clientes registraran los juegos que desean intercambiar por medio de mensajes internos, con lo cual se ejecutara una base de datos que se mantendrá actualizada para los que deseen adquirir o intercambiar uno de estos juegos con lo cual podrán buscar los artículos en los que tenga interés, después se realiza un proceso de envío en la ciudad de Bogotá por parte

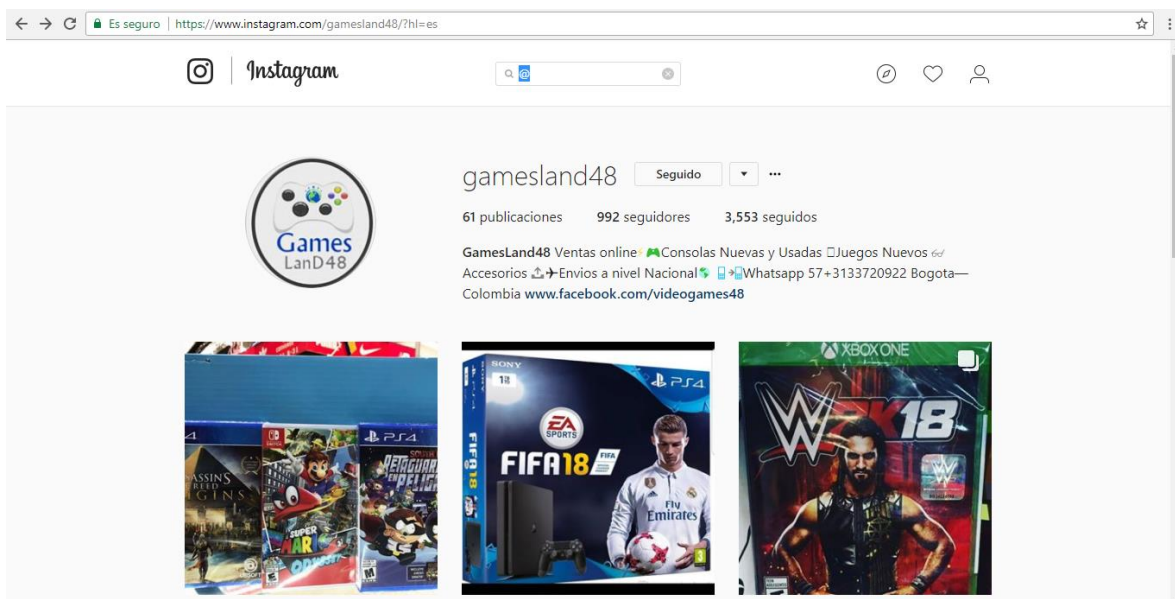


de nuestra empresa y fuera de la ciudad con empresas de mensajería a decisión del cliente, por otra parte en cuanto se refiere a la comercialización de accesorios o consolas de video juegos, constantemente se publicaran imágenes de los productos disponibles para la comercialización, con lo cual se adjuntara una breve descripción del producto en una pequeña reseña complementado con los canales de atención y contacto de la empresa, para que las personas que estén interesadas en el producto puedan comunicarse y comenzar con el proceso de compra.

Estrategia de Precio

Análisis competitivo de precios

Gamesland48 se caracteriza por ser una de las tiendas virtuales con mejores precios en el mercado, frente a muchos competidores, puesto que la tienda virtual esta diariamente en constante cambio e investigación, acomodando así diariamente los precios de los diferentes productos ofrecidos a los clientes, la estrategia que usa la tienda virtual es la de cambiar frente a los cambios de los productos, con el propósito de otorgar así los menores precios posibles. Por ende, los productos nunca están sujetos a un precio fijo.



Red social: Instagram @gamesland48

Precio de Lanzamiento

Gamesland48 al ser una tienda virtual diseñada para el constante cambio, maneja precios de lanzamiento de diferentes tipos de producto, con lo cual se utiliza un método de disminución porcentual sea diaria, mensual o semanal, otorgando así precios competitivos a el mercado.

Puesto que los precios de los distintos tipos de productos no serán iguales, según pase el tiempo, adicional a esto a cada producto se le otorga una calificación y evaluación con lo cual permite según su fama o calidad otorgar un precio justo y balanceado de calidad y precio.

Condiciones de pago

Gamesland48 maneja distintas maneras de pago en sus productos, comenzando desde giros por Efecty o consignaciones bancarias, hasta pagos presenciales o por medio de tarjeta de crédito en el establecimiento físico, adicionalmente a diferentes tipos de planes para la compra de nuestros productos, como por ejemplo plan separe utilizado mayormente entre los meses de septiembre y noviembre, o plan cotiza.

Seguros necesarios

Los seguros que gamesland48 tiene para la comercialización de productos online son que para cada producto que se vende según sea la forma de pago se requiere:

- Primero el comprobante de pago
- Segundo se corrobora la consignación según si es el caso, en la cuenta bancaria.

- Se verifica que se cancele el costo neto del producto según sea el caso, exceptuando en el caso de que se cancele por medio de tarjeta de crédito puesto que se debe cobrar adicional al precio del producto, un interés adicional por la utilización del servicio de datafono que varía entre el 5 y 15 % del valor del producto.

En cuanto a los seguros para los clientes que ofrecemos, son:

- Primero, después de verificar la cancelación del producto, se procede a confirmar datos de contacto del cliente.
- Segundo, se procede a acordar con el cliente, el método de mayor facilidad y comodidad para las dos partes (gamesland48 y cliente) para el envío de su respectivo producto.
- Tercero, se procede luego de enviado el producto, a contactar de nuevo al cliente con el objetivo de dar los datos necesarios para la confirmación de envío, según sea caso (número guía o datos del domiciliario)
- Por último, se procede a confirmar el recibido del producto de manera satisfactoria solicitando al cliente una prueba gráfica, dando así por terminado el proceso de compra del producto.

Impuestos a las ventas

En cuanto a los impuestos a las ventas solo aplica si llegado el caso, el cliente desea pagar por un medio distinto al efectivo, con lo cual se le cobra un interés determinado según el

precio del producto a comprar y forma de pago. Adicional al costo del servicio por el que el cliente realice el pago.

Costo de transporte

El costo del transporte varía según forma de entrega del producto además del precio y tipo del producto puesto que en los casos donde el cliente desee que se le envíe el producto a una ciudad distinta a donde se encuentra la base física de la tienda virtual, se debe atender a cancelar el valor del envío cobrado por la empresa de envíos escogida por ellos.

Por otro lado, si la entrega no se da de manera presencial en la ciudad base de la tienda, se procede a cobrar un adicional de 10 mil pesos por el domicilio a cualquier parte de la ciudad.

Existen casos donde el cliente no debe cancelar ningún tipo de costo por la entrega del producto, puesto que en algunas ocasiones se pretende el implementar distintos tipos de promociones dando como uno de los beneficios el envío o domicilio totalmente gratis.

Riesgo Cambiario

El riesgo cambiario se tiene cubierto por medio de la dinámica de cambio manejada por la tienda virtual, con lo cual se trata de prever los diferentes cambios del mercado.

Preferencias Arancelarias

En este caso, lo que se pretende es según la investigación constante de Gamesland48 estar preparados en caso de cualquier tipo de dificultad arancelaria. Ya sea porque se cubre este riesgo aprovechando los costos bajos de temporadas del mercado o comprando en momento de

menor auge los productos. Además de la utilización de distintos proveedores secundarios con lo cual se reduce gran porcentaje del riesgo.

Tácticas relacionadas con precios

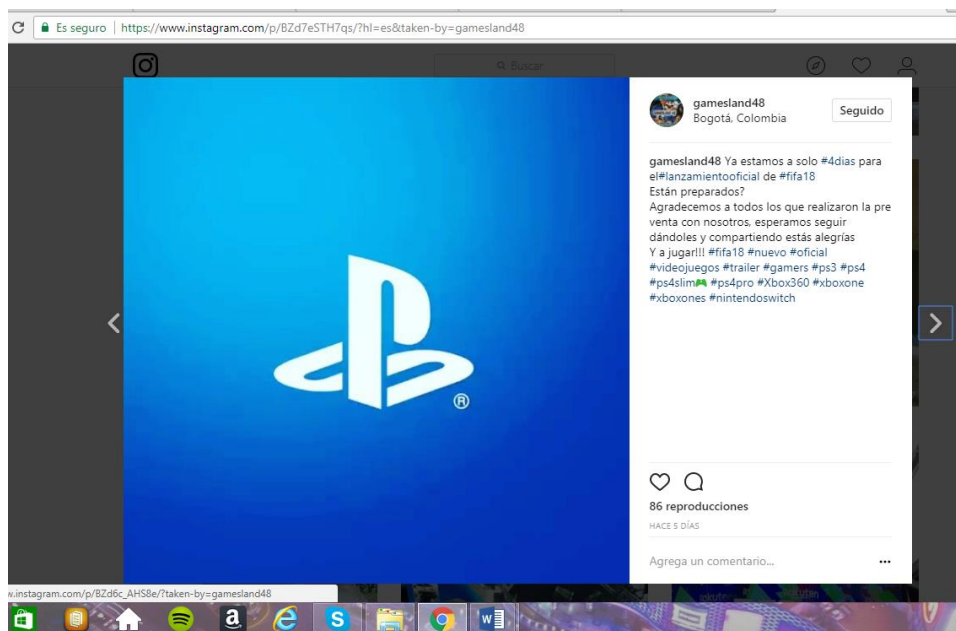
Como se mencionó anteriormente, Gamesland48 está diseñada para ser una tienda de la mano con el cambio, para lo cual se soportará con diferentes investigaciones llevadas con ayuda de nuestros clientes y distribuidores de manera directa o indirectamente con nuestros competidores otorgando así la recolección de información necesaria.

Estrategia de publicidad

Estrategias de tracción: GAMESLAND 48, contesta a esta estrategia debido a que constantemente está estimulando al consumidor con diferentes imágenes de los productos de preventa y también con los que actualmente tiene disponibles.

Esta estrategia se presenta para nuestro perfil de jugador al cual le atrae gran publicidad de artículos de primera mano y de preventa a través de la tienda. El perfil del cliente se caracteriza por la adquisición de varios artículos para mejorar su desempeño y nivel frente a otros competidores.

Medio: Instagram



Red social: Instagram @gamesland48

Cantidad y frecuencia: Gamesland48 lanza aproximadamente 1 publicación diaria y un Instagram stories promocionando sus actuales productos y sus próximas preventas.

Esto incluye toda la campaña de chat a través de Instagram y WhatsApp de información del producto.

Plan de medios

Objetivos

Objetivo Principal

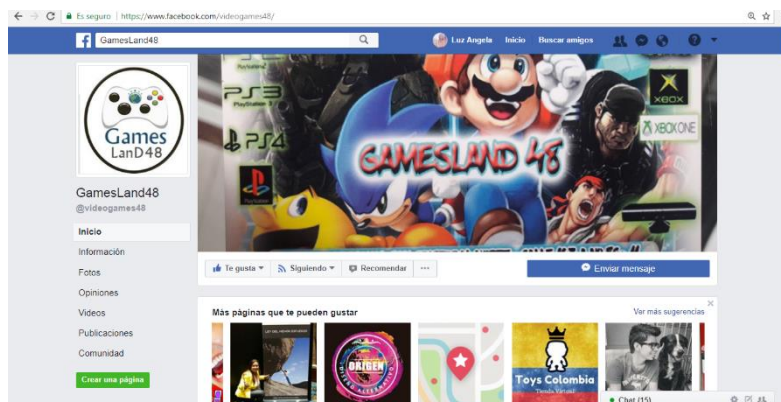
- Dar a conocer la marca de Gamesland48 y los servicios que brindamos en Bogotá y el resto del país

Objetivo Especifico

- Tener más de 1300 suscriptores en la página de Instagram al culminar el año 2017.
- Tener más de 400 suscriptores en la página de Facebook en los próximos 6 meses.
- Mantener actualizado día a día nuestra página en Instagram con todos los productos nuevos y novedades en servicio que podemos brindar a nuestros clientes.

Estrategia

Nuestro plan de medios esta 100% enfocado a nuestra página de Instagram y Facebook por la cual mantenemos a nuestros suscriptores informados de los productos y novedades día a día aprovechando estas publicaciones diarias para atraer más suscriptores.

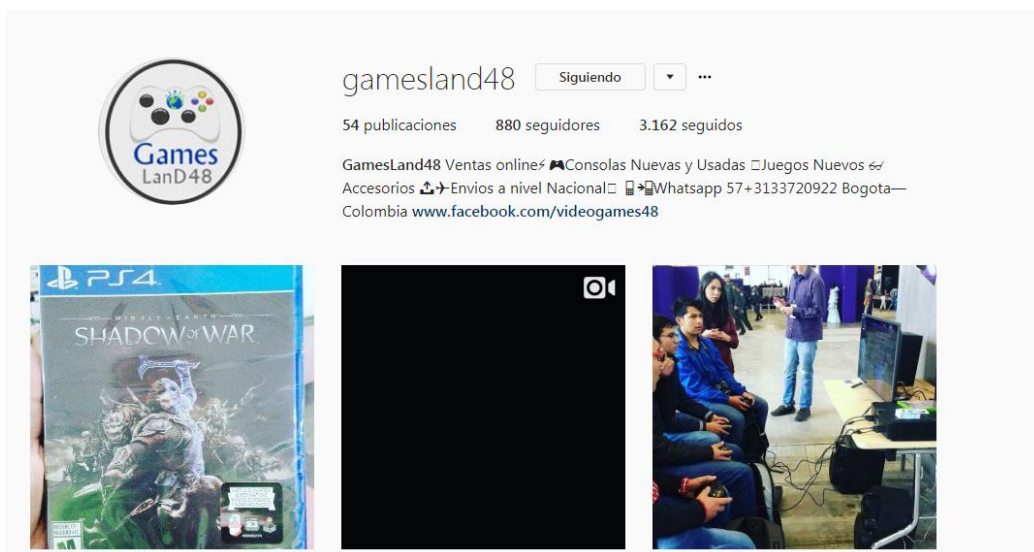


Medios y canales

- El medio es online y el canal son redes sociales en este caso Instagram y Facebook

Formato

- La estructura de nuestra página en por medio de la red social Instagram con nuestro logotipo:



Red social: Instagram @gamesland48

Asignación de Presupuesto:

El presupuesto asignado para las campañas de publicidad, entre otras cosas de la tienda varía puesto que las plataformas de Instagram y Facebook permite asignar nuestro presupuesto disponible, el cual tengamos disponible o podamos usar para las diferentes campañas, con la única condición de que el presupuesto mínimo debe ser de 6 mil pesos.

Calendario/ Timing**Calendario/ timing Suscriptores redes sociales**

	2017	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Instagram	Suscriptores	800	900	1200	1300
Facebook	Suscriptores	20	100	200	400

Estrategias de promoción

Estrategia de Relaciones Públicas

Como estrategia de relaciones públicas presentamos la creación y circulación de contenidos a través de Instagram y Facebook, generando impacto a través de la utilización de las TIC's.

A través de instagram queremos fomentar en gran volumen la comunicación personalizada, ya que es una necesidad de primera mano y es un foco significativo para el reclutamiento de los clientes potenciales de gamesland 48.

Estrategias de promoción de ventas

En gamesland 48 manejamos estrategias de promoción de envíos gratis, descuentos en juegos de preventa recientes, para motivar a que el cliente adquiriera nuevas adquisiciones del mercado y también los combos, paquetes de videojuegos, accesorios a menor costos si se adquiere el paquete completo.

En cuanto al manejo de clientes, si son usuarios los cuales han adquiridos más de 20 unidades de los juegos más recientes, en la próxima compra se les obsequia un accesorio de consola y se cobra menos un juego, esto saldría como parte obsequio por ser seguidor y cliente de gamesland 48 y adquirir nuestros productos.

Gamesland 48, en solo 3 meses ha logrado adquirir 992 seguidores , para lo cual se ha invertido un costo de 15.000 pesos para pautar piezas de promoción y circulación de contenidos abarcando alrededor de las 16.000 mil personas en la red, en lo cual hemos comprobado se han aumentado nuestros seguidores y nuestras ventas en un incremento del 15%.

Estrategia de ventas personales

Gamesland48 tiene como propósito la utilización de una estrategia de venta en un enfoque personalizado, esto con el propósito de identificar las necesidades a satisfacer del potencial cliente, dando así una mayor seguridad al cliente, el cual permitirá ocuparnos de cualquier tipo de preocupación que tenga el consumidor, adicional a esto, la estrategia nos permite el reunir información necesaria para la construcción de una buena relación con el cliente, y al mismo tiempo esta información nos dará una idea de saber que están buscando o desean conseguir con nosotros. Siempre teniendo en cuenta las preocupaciones que tenga o surjan, para así poder resolverlas en momento oportuno, dando así una mayor oportunidad de compra del interesado, siempre mostrándole una buena atención y un acompañamiento personalizado durante todo el proceso.

Estrategia de distribución

Gamesland48 maneja una estrategia de distribución indirecta ya que su principal actividad es la comercialización de videojuegos y consolas, las cuales son producidas por otras personas como por ejemplo Nintendo, Sony y Microsoft entre otros.

Al mismo tiempo maneja una **distribución selectiva** puesto que se encuentra centrada en las redes sociales de facebook y Instagram las cuales al momento de realizar publicaciones y promoción de productos nos permite segmentar a que personas y con qué tipos de intereses nos queremos dirigir.

Canales de distribución

Canal off-line:

Gamesland48 utiliza como canal offline el ya conocido “delaers o retailers” el cual se centra básicamente en una tienda física, en la cual las personas interesadas pueden acercarse a ver el producto en que están interesados, y así tener más seguridad a la hora de la toma de la decisión de si compran el producto o no, esto siempre teniendo en cuenta que se puede realizar una atención más personalizada y directa con el cliente.

Canal On-line:

Gamesland48 utiliza varios canales online, pero en cuanto a el principal y más utilizado es el “social Commerce” el cual se centra en las redes sociales, que es donde se encuentra la tienda virtual, puesto que el fuerte de la empresa es que esta tanto en Facebook como en instagram, dando así un mayor espacio de trabajo y la posibilidad de llegar a más personas interesadas en los productos,

Proyección de ventas

La proyección de ventas que se tiene estimada se encuentra entre los 5 a 15 millones mensuales en el primer año de trabajo, puesto que el local físico produce sin tener en cuenta la tienda virtual entre 4 o 6 millones cada mes, lo anterior se basa en los gastos que acarrear tanto el local físico. Como la tienda virtual, se llego a esta proyección teniendo en cuenta estos gastos y adicionalmente un aproximado de ganancias neta que dejan ambos negocios.

Cabe resaltar como se menciona anteriormente que esta es la proyección de ventas aproximadas para el primer año, esperamos que si todo sale bien, en años próximos esta cifra se pueda duplicar.

Lo anterior dándonos una proyección de ventas anuales de entre 80 y 100 millones anuales en ventas. Las cuales después de realizar las respectivas operaciones necesarias y gastos obligatorios, se prevén unos ingresos libres de entre 20 y 45 millones anualmente.

Conclusiones

- Concluimos que esta idea de negocio tiene un futuro prometedor, esto por diferentes experiencias en el momento de la realización del trabajo, las cuales nos dieron pruebas necesarias para saber el potencial de la tienda virtual.
- Gamesland48 tiene un espacio de mercado que es en gran parte bueno para trabajar puesto que gracias a que el país está en proceso de implementación de las tics y con los cambios de la tecnología del mercado, la empresa tiene la posibilidad de aprovechar este momento para posicionarse en algunos años o incluso meses como una de las tiendas virtuales de preferencia en el mercado.
- Gameland48 mas que un simple proyecto universitario en poco tiempo se a convertido en un potencial negocio de compra y venta de video juegos y consolas, el cual en un futuro próximo se puede convertir en una de las tiendas mas grandes del país.
- Gracias a la asesoría de la universidad y los conocimientos previos que se tenían en el momento de la realización del trabajo, podemos decir que este proyecto dio resultados mejores de los esperados, aunque se tuvieron algunas complicaciones en el proceso, podemos decir que Gamesland48 mas que un proyecto ya es una realidad.

Cibergrafía

Referencias:

- Ley 1753 de 2015. 09 de junio del 2015. Recuperado de http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-15015_documento.pdf
- Artículo electrónico: Villamizar Quiroga. Análisis del sector tecnologías de la información y comunicación e informática. Recuperado de https://www.unp.gov.co/la-unp/Documents/DA_PROCESO_15-13-3937756_211001041_15096259.pdf
- Artículo de periódico online: Medina. 01 de julio de 2017. Realidad virtual el futuro de los videojuegos. El Tiempo. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/videojuegos/de-que-se-trata-la-realidad-virtual-en-los-videojuegos-104690>
- Publicación página online: DANE. 2014. Recuperado de <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/consumo-cultural/información-histórica-consumo-cultural>
- Publicación página online: aprendermkt.com. recuperado de <http://www.aprendermkt.com/que-canales-de-distribucion-puedes-utilizar-para-tu-producto/>
- Publicación página online: Normas APA. Recuperado de <http://normasapa.net/2017-edicion-6/>