Universidad Abierta Interamericana

2024



Servicio de comercialización

Materia: Trabajo Final de Ingeniería.

Profesores: Ing. Martin Miguel Romero e Ing. Gastón Weingand.

Alumno: Juan Guillermo Henrich.

Legajo: B00026750-T1.

Localización: Norte (Boulogne).

<table>
<tr><td rowspan="5"></td><td colspan="4">UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de tecnología Informática</td></tr>
<tr><td colspan="2">Materia: Trabajo Final de Ingeniería</td><td>Docentes: Ing. Martin Miguel Romero, Ing. Gastón Weingand</td><td rowspan="3">Fecha:
10/12/24</td></tr>
<tr><td colspan="3">Alumno: Juan Guillermo Henrich</td></tr>
<tr><td>Año: 2024</td><td>Comisión: 5-A</td><td>Turno: Noche</td><td>Sede: Norte</td></tr>
<tr><td colspan="5">Negocio: Plataforma InnoviaReach</td></tr>
</table>

Ficha de Seguimiento y Revisión

- ## Cambios de autor

Fecha	Autor	Versión	Referencia de los cambios
2/5/23	Henrich Juan	1	1er Entrega – Puntos 1,2 y 3 finalizados
5/6/23	Henrich Juan	1.1	2da Entrega Puntos 1,2,3 (corregidos) / 4 y 5 (finalizados)
29/6/23	Henrich Juan	1.2	3ra Entrega Puntos 4 y 5 (corregidos) / 6 y 7 (finalizados)
11/7/23	Henrich Juan	1.3	Entrega Final Puntos 6 y 7 (corregidos)
21/7/23	Henrich Juan	1.4	Entrega Final – Carpeta negocio y tecnología
16/10/23	Henrich Juan	Solo negocio	Se elimina la parte de tecnología para entrega del primer parcial de negocio (TFI)
15/11/23	Henrich Juan	Solo negocio	Se entrega el tp en relación con el segundo parcial de TFI - Negocio
27/11/23	Henrich Juan	Solo negocio	Se hace entrega final del tp de TFI - Negocio
17/11/24	Henrich Juan	V.NF	Se hace entrega final del tp de TFI – Negocio con correcciones de citas, texto justificado, cadenas de valor y programas pegados en mayor calidad, corrección de diseño de puestos / presupuesto / organigrama.
10/12/24	Henrich Juan	Negocio y tecnología	Entrega Final – Carpeta negocio y tecnología

- ## Revisiones

Auditor	Versión aprobada	Responsabilidad /Rol	Fecha

Índice

Ficha de Seguimiento y Revisión 1

- Cambios de autor 1
- Revisiones 1

Índice 2

1. Descripción General 6
   - 1.1. Descripción básica del negocio 6
   - 1.2. Situación actual del negocio 6
   - 1.3. ¿Qué hace único al negocio? 6
   - 1.4. Describa los factores claves que usted considera harán exitoso al proyecto 7
   - 1.5. Estrategia: Definir misión y visión 7
     - 1.5.1. Marco temporal 7
     - 1.5.2. Alcances 7
     - 1.5.3. Competencias únicas 11
     - 1.5.4. Desafíos 12
     - 1.5.5. Misión 14
     - 1.5.6. Visión 14
     - 1.5.7. Propósito estratégico 14
   - 1.6. Identificación de oportunidad de negocio 15
   - 1.7. Propuesta de valor para el cliente 15
2. Análisis estratégico 16
   - 2.1. Análisis del contexto 16
     - 2.1.1. Descripción de la industria 16
     - 2.1.2. Factores económicos 17
     - 2.1.3. Factores políticos 18
     - 2.1.4. Factores tecnológicos 19
     - 2.1.5. Factores sociales 20
     - 2.1.6. Atractivo de la industria 21
     - 2.1.7. Oportunidades y amenazas. 22
   - 2.2. Análisis de la competencia 23
     - 2.2.1. Principales competidores 23
     - 2.2.2. Análisis de Cadena de Valor propia 25
     - 2.2.3. Comparar Cadenas de Valor 29
     - 2.2.4. Fortalezas y debilidades 30
     - 2.2.5. Fortaleza del negocio 31
3. Análisis FODA 32
   - 3.1. Cuadro FODA 32
   - 3.2. Análisis del FODA 32

4. Segmentación de mercado 34
4.1. Criterios de segmentación 34
4.1.1. Rentabilidad 34
4.1.2. Mensurabilidad 36
4.1.3. Capacidad de respuesta 37
4.1.4. Identificación 38
4.1.5. Accesibilidad 38
4.2. Variables de segmentación (consumidores) 40
4.2.1. Segmentación demográfica 40
4.2.2. Segmentación psicográfica 41
4.2.3. Segmentación geográfica 43
4.3. Mercado meta 44
5. Estrategia 45
5.1. Matriz Atractivo de la industria / Fortalezas del negocio 45
5.1.1. Atractivo de la industria 45
5.1.2. Fortaleza del negocio 45
5.1.3. Matriz atractivo 46
5.2. Programas generales de acción 47
5.2.1. Estrategia de administración 47
5.2.2. Estrategia de Servicios 48
5.2.3. Estrategia de tecnología 49
5.2.4. Estrategia de marketing 50
5.2.5. Estrategia Comercial 51
5.3. Programas específicos de acción 52
5.3.1. Programas específicos de Administración 52
5.3.2. Programas específicos de marketing 55
5.3.3. Programas específicos de Tecnología 59
5.3.4. Programas específicos de Servicios 62
5.3.5. Programas específicos de Comercial 65
6. Plan de marketing 68
6.1. Estrategia de servicio 68
6.1.1. Descripción general de servicio 68
6.1.2. Servicio 68
6.1.3. Líneas y Mezclas del servicio 70
6.1.4. Ciclo de vida 70
6.1.5. Marca 71
6.2. Estrategia de precios 73
6.2.1. Análisis de precios 73

6.2.2. Análisis precio competencia ... 74
6.2.3. Análisis sensibilidad del cliente ... 74
6.2.4. Estrategia de precio ... 76
6.2.5. Lista de precios ... 76
6.3. Estrategia de promoción ... 77
6.3.1. Mix de promoción ... 77
6.4. Estrategia de plaza (Distribución) ... 81
6.4.1. Canales ... 81
6.4.2. Función de canales ... 81
6.4.3. Cuarto canal ... 82
6.4.4. Logística ... 82
7. Organización requerida ... 83
7.1. Estructura ... 83
7.1.1. Organigrama ... 83
7.2. Proceso de toma de decisiones ... 84
7.3. Tratamiento de conflictos ... 86
7.4. Análisis de puestos ... 87
7.4.1. Gerencias ... 87
7.4.2. Servicio al cliente ... 90
7.4.5. Marketing ... 93
7.4.6. Contaduría ... 95
8. Adicional - Presupuesto financiero ... 96
8.1. Tipo de sociedad ... 96
8.2. Ubicación de las oficinas ... 96
9. Aspectos Descriptivos de la Solución Tecnológica ... 97
9.1. Visión del Producto ... 97
9.1.1. Propuesta de valor del proyecto para la empresa ... 97
9.1.2. Hitos importantes del proyecto ... 98
9.2. Visión del Producto ... 99
9.2.1. Historias de usuario ... 99
9.3. Alcance del desarrollo ... 104
9.4. Descripción del entorno del sistema ... 104
9.4.1. Requisitos de Entorno ... 104
9.5. Descripción del producto ... 105
9.5.1. Mapa de Navegación ... 105
9.6. Análisis ... 106
9.6.1. Índice de casos de uso ... 106
9.6.2. Casos de uso ... 110

9.6.3. Interfaz de usuario 117
9.6.4. Diagramas de secuencia 124
9.6.5. Diagrama de clases de toda la solución 135
9.6.7. Diagrama de despliegue 141
9.6.8. Diagrama de paquetes 142
9.6.9. Diagrama de componentes 142
Anexo 143

1. Descripción General

1.1. Descripción básica del negocio

El negocio consiste en una empresa proveedora de servicios de comercialización, centrada en la industria del marketing. Actualmente nos encontramos enfocados al mercado de los videojuegos, permitiendo a los usuarios la identificación de nuevas oportunidades de entretenimiento en base a sus preferencias y gustos extraídos desde su consumo en plataformas de streaming y video y utilizando nuevas tecnologías como técnicas de machine learning.

1.2. Situación actual del negocio

El negocio de los servicios de comercialización se encuentra en una industria en crecimiento impulsada por factores como el acceso generalizado a internet y el rápido avance de la tecnología y como el que los consumidores han adoptado cada vez más los medios digitales como parte integral de su vida cotidiana, por lo cual se pueden obtener las capacidades de medir y analizar los resultados de manera precisa.

A su vez, al encontrarnos centrados en el mercado de videojuegos, detectamos un incremento en el consumo ya que se identifica un número elevado y en constante crecimiento de video jugadores y de videojuegos disponibles. Además, el uso de tecnologías como machine learning y la realidad virtual se están convirtiendo en herramientas cada vez más importante para personalizar la experiencia del usuario en línea.

1.3. ¿Qué hace único al negocio?

Lo que hace único al negocio es que el servicio que ofrecemos emplea la combinación de factores tecnológicos de machine learning y análisis de datos para ofrecer recomendaciones personalizadas y precisas a los usuarios.
Además, al encontrarse centrado en el mercado de los videojuegos explotamos una característica que, entre los grandes proveedores de videojuegos, es un adicional que no se encuentra tan desarrollado como mi propuesta.
Por lo declarado previamente, mi negocio es único en proporcionar servicios de comercialización, efectuando recomendaciones relevantes que se ajusten a las preferencias y gustos de cada usuario.

1.4. Describa los factores claves que usted considera harán exitoso al proyecto

Considerando que nos centramos en el mercado de los videojuegos, identificamos que en este existe una gran cantidad de opciones para los usuarios, lo que puede hacer que elegir el juego adecuado sea una tarea difícil y generando que los usuarios se sientan abrumados por la cantidad de opciones disponibles. Por lo cual, a pesar de que existen plataformas con recomendación de videojuegos en el mercado, estas pueden resultar no lo suficientemente personalizadas y precisas que se adapten a los gustos y preferencias únicas de los usuarios.

Es en este punto donde nuestro servicios de comercialización se encuentran centrados. Nuestra plataforma utiliza un algoritmo de machine learning para analizar los patrones de comportamiento de los usuarios y proporcionar recomendaciones más precisas y relevantes. En el mercado que estamos centrados estos patrones se pueden obtener de plataformas de streaming y video como Youtube, Twitch y Kick, y así proporcionar recomendaciones personalizadas a los usuarios en función de los juegos que están viendo.

Por tal motivo, ofrecemos un enfoque original al usar tecnología de machine learning para personalizar las recomendaciones y buscamos entregar una calidad de servicio excepcional que asegure a los usuarios siempre obtener la mejor experiencia posible.

1.5. Estrategia: Definir misión y visión

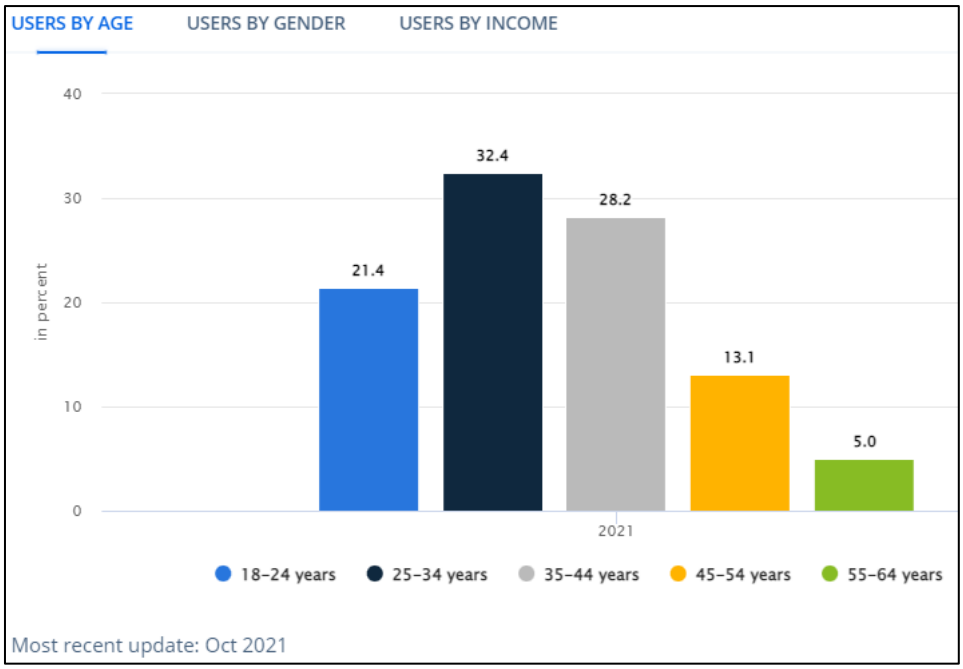
1.5.1. Marco temporal

El marco temporal que consideramos apropiado para el desarrollo del negocio es de 4 años, dado que dispondremos del “año 0 (2024)” para el desarrollo de la aplicación y el resto (2025, 2026 y 2027) para la salida al mercado.

1.5.2. Alcances

1.5.2.1. Alcance del mercado

Actualmente nos encontramos centrados en el mercado de videojuegos de Argentina, por lo cual, en base a la investigación realizada de páginas tales como “www.statista.com” identificamos que en este mercado aproximadamente los rangos etarios con mayor consumición de videojuegos se categorizan en los siguientes:

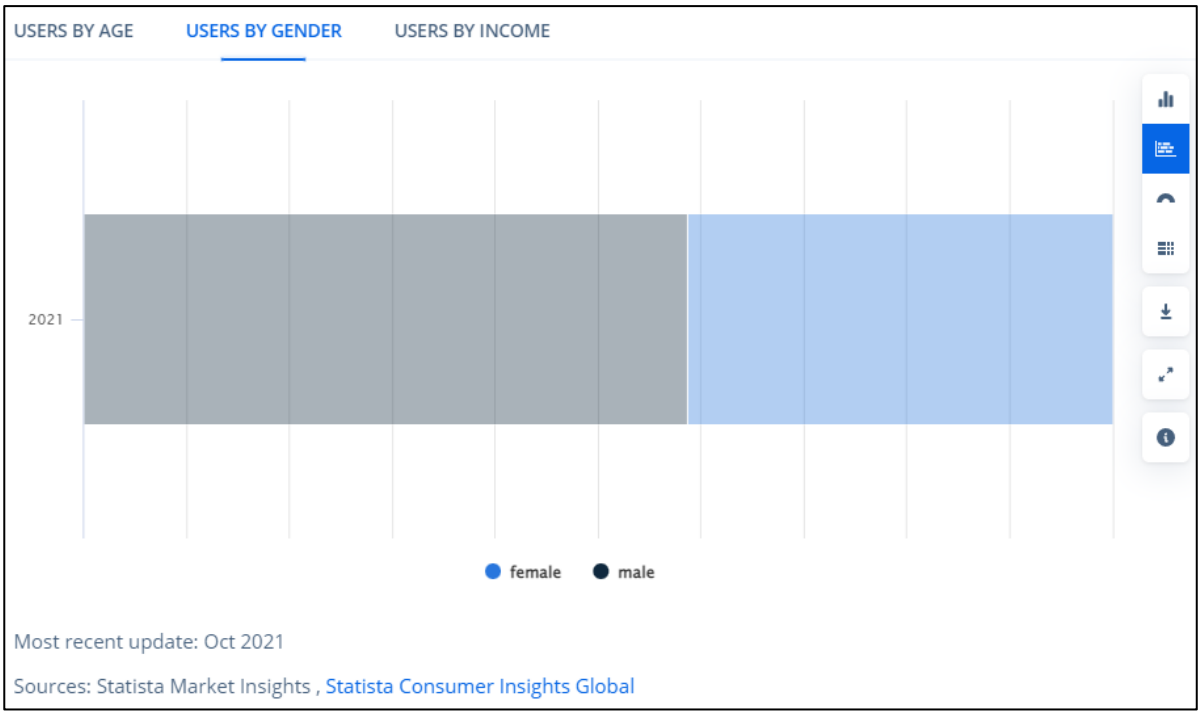


Captura del reporte de usuarios por edad del mercado de videojuegos en Argentina realizado por la página statista con datos de 2021

Identificamos a partir del gráfico adjunto que los rangos etarios de mayor a menor consumo de videojuegos se ordenan de la siguiente forma:

- Video jugadores entre 25 y 34 años.
- Video jugadores entre 35 y 44 años.
- Video jugadores entre 18 y 24 años.
- Video jugadores entre 45 y 54 años.
- Video jugadores entre 55 y 64 años.

A su vez identificamos que el género masculino presenta una mayor consumición de videojuegos en comparación al género femenino, aunque en el último tiempo y acompañando el desarrollo de nuevas tendencias esta disparidad se ve reducida, lo cual podemos observar en el siguiente gráfico:



Captura del reporte de usuarios por género del mercado de videojuegos en Argentina realizado por la página statista con datos de 2021

Debido a esto, administraremos nuestros esfuerzos dependiendo el porcentaje que representa cada grupo al mercado. Y a su vez considerando que el público objetivo deberá contar con acceso a internet y a las tecnologías adecuadas para el acceso a nuestra plataforma y que permitan la utilización de videojuegos.

Mercado	--	-	E	+	++
Video jugadores hombres entre 25 y 34 años					X
Video jugadores hombres entre 35 y 44 años				X	
Video jugadores hombres entre 18 y 24 años			X		
Video jugadores hombres entre 45 y 54 años		X			
Video jugadores hombres entre 55 y 64 años	X				

1.5.2.2. Alcance del producto/servicio

Nuestro servicio se limitará a determinadas capacidades de acuerdo con el nivel de suscripción.

En cuanto al acceso gratuito el usuario podrá acceder a:

- Recomendaciones personalizadas limitadas: Recomendaciones de videojuegos personalizadas y basadas en el consumo individual del usuario en plataformas de streaming.
- Búsqueda básica: El usuario podrá buscar videojuegos por género, tag, plataforma, etc.
- Información básica del juego: Información básica tales como la sinopsis, una calificación general, y los enlaces para redirigirse a las páginas donde adquirirlo.
- Acceso exclusivo de visualización a los foros de comunidad de la plataforma en los cuales los usuarios podrán conversar y crear tópicos de discusión en relación con los videojuegos.
- Incluirá publicidad.

En cuanto al nivel premium (suscripción de pago):

- Recomendaciones personalizadas totales: Se incluyen las recomendaciones de videojuegos personalizadas y basadas en el consumo individual del usuario en plataformas de streaming, recomendaciones basadas en el historial de actividad de usuarios con gustos semejantes y recomendaciones basadas en la actividad tanto propia como de otros usuarios en el apartado de comunidad.
- Capacidades del acceso gratuito.
- No incluirá publicidad.
- Acceso total (visualización, creación e interacción) a los foros de comunidad.
- Soporte prioritario: Los suscriptores gozarán de un soporte técnico prioritario y asistencia personalizada para problemas relacionados con los videojuegos y la plataforma.

Sintetizamos los alcances de nuestro servicio en la siguiente tabla:

Producto/Servicio	--	-	E	+	++
Recomendaciones personalizadas					X
Búsqueda e información de juegos básica		X			
Publicidad			X		
Foros de comunidad				X	
Soporte prioritario					X

1.5.2.3. Alcance geográfico

Enfocamos, al menos en una instancia inicial, el alcance geográfico al mercado argentino de video jugadores. En caso de tener éxito, buscaremos expandir el negocio de manera internacional.

Geográfico	--	-	E	+	++
Argentina					X
Internacional		X			

1.5.3. Competencias únicas

Debido al alcance de nuestro servicio y a los factores que nos hacen únicos y que consideramos que nos harán exitosos, considero pertinente destacar las siguientes competencias únicas:

- Tecnología de machine learning: La implementación de nuevas tecnologías tales como algoritmos de machine learning nos permitirán analizar los patrones de comportamiento de los usuarios y proporcionar recomendaciones más precisas y relevantes, convirtiendo a nuestro servicio otorgando capacidades innovadoras e impulsando una diferenciación con nuestros competidores.

- Alianzas estratégicas: Necesitaremos establecer relaciones sólidas con diversos actores y plataformas relevantes en la industria del marketing para asegurarnos de tener la mayor capacidad de llegada posible a nuestro público. A su vez, al encontrarnos centrados en el mercado de videojuegos las relaciones a establecer incluirán a proveedores de videojuegos y plataformas de streaming para acceder a beneficios para ofrecer a nuestros usuarios.

- Experiencia del usuario: Esta capacidad resultará de suma importancia para acompañar nuestro objetivo de entregar una calidad de servicio excepcional que asegure a los usuarios siempre obtener la mejor experiencia posible.

- Marketing y publicidad: Como nuestra empresa se encuentra centrada en la industria del marketing, esta capacidad será central, permitiéndonos poder diseñar y ejecutar campañas de marketing y publicidad efectivas para atraer nuevos usuarios a la plataforma y para publicitar productos de forma más precisa y relevante para estos. Esto incluye habilidades como la creación de contenido publicitario atractivo, la gestión de campañas de redes sociales, etc.

- Gestión de la comunidad: Siendo una de las capacidades provistas por nuestro servicio, es decir, el poder participar en una comunidad de los usuarios de la plataforma en la que poder charlar, debatir y ayudarse entre sí con cualquier

problema, la gestión efectiva de esta comunidad será una competencia clave para nuestro servicio, buscando que los usuarios gocen de la mejor experiencia y sean escuchados activamente.

- Desarrollo de software: Esta es una competencia crucial dado que el servicio provisto por nuestra empresa es en esencia digital por lo cual, incluyendo la utilización de tecnologías innovadoras como el machine learning, el desarrollo de software resulta un pilar fundamental.

- Gestión de datos: Necesitaremos ser capaces de gestionar grandes cantidades de datos de usuarios de manera eficiente y efectiva, para así acompañar correctamente nuestras implementaciones de tecnología de machine learning, ofreciendo a nuestros usuarios opciones de productos de la forma más precisa posible.

Sintetizamos nuestras competencias únicas en la siguiente tabla:

Competencias claves	--	-	E	+	++
Tecnología de machine learning					X
Análisis de datos					X
Alianzas estratégicas			X		
Experiencia del usuario					X
Marketing y publicidad					X
Gestión de la comunidad			X		
Desarrollo de software					X
Gestión de datos					X

1.5.4. Desafíos

Dada la industria en la que nos encontramos identificamos una serie de desafíos a enfrentar, entre los cuales destacamos los siguientes:

- Grandes competidores: La industria del marketing en Argentina está en constante crecimiento y es altamente competitiva ya que se encuentran numerosas agencias y profesionales del marketing digital que ofrecen servicios similares, y, a su vez, al encontrarnos centrados en el mercado de video jugadores se encuentran múltiples competidores que pueden otorgar una solución similar a nuestros clientes, por lo cual nuestro factor de diferenciación resultará crucial.

- Variabilidad en los gustos y preferencias del consumidor: Al encontrarnos centrado en el análisis de preferencias e intereses de nuestros clientes, identificamos un desafío en cuando a la volatilidad que pueden presentar, por lo cual los datos que utilicemos para el análisis deberán ser precisos, íntegros y oportunos.

- Regulaciones gubernamentales: Al encontrarnos, en una instancia inicial, limitados a la región geográfica de Argentina, identificamos un factor de riesgo en cuanto a las regulaciones gubernamentales que deberemos acatar para asegurar la continua y segura funcionalidad de nuestro servicio.

- Vulnerabilidades de seguridad informática: Actualmente, y con el constante desarrollo de nuevas tecnologías, se observa un incremento en los ataques cibernéticos y en el desarrollo de nuevas técnicas de penetración a la seguridad informática de las compañías. Por tal motivo, y al utilizar información del comportamiento de nuestros usuarios para un análisis efectivo, encontramos un desafío constante en cuanto a la protección de esta información confidencial de posibles atacantes.

- Altos volúmenes de datos: Al estar constantemente analizando datos de nuestros usuarios para identificar patrones de comportamiento, para así recomendar productos acorde a sus gustos y preferencias, identificamos un riesgo en cuanto al alto volumen de datos que nuestro sistema deberá ser capaz de sostener y procesar, lo cual supondrá que nuestras capacidades tecnológicas sean escalables y presenten la disponibilidad necesaria.

- Complejidad de las tecnologías: Debido a que para diferenciamos utilizamos nuevas tecnologías, como el machine learning, detectamos un riesgo en cuanto a la complejidad supuesta en el desarrollo de nuevas soluciones que ayuden a impulsar la efectividad de nuestro servicio. Y a su vez, esta dificultad supondrá programas de capacitación e investigación.

Sintetizamos los desafíos destacados en la siguiente tabla:

Desafíos	--	-	E	+	++
Grandes competidores					X
Variabilidad en los gustos y preferencias del consumidor			X		
Regulaciones gubernamentales			X		
Vulnerabilidades de seguridad informática					X
Altos volúmenes de datos					X
Complejidad de las tecnologías					X

1.5.5. Misión

La misión de mi negocio es proporcionar servicios de comercialización, que permitan a los usuarios descubrir nuevas oportunidades de adquisición de productos que se adapten a sus gustos y preferencias únicas, las cuales se analizarán constantemente teniendo en cuenta la variabilidad de estas. Estos se centrarán en ofrecer una experiencia de usuario excepcional, utilizando tecnología de machine learning para analizar los patrones de comportamiento y proporcionar recomendaciones relevantes, mientras se cumple con todas las regulaciones de privacidad de datos. A su vez, se incluirá la potenciación del desarrollo de comunidades de usuarios para compartir experiencias.

Nuestro objetivo es ayudar a los usuarios a tomar decisiones informadas sobre los productos que resulten de su interés y a gastar con conciencia, asegurando una experiencia excepcional en la plataforma.

1.5.6. Visión

Nuestra visión es proporcionar a los usuarios de todo el mundo la mejor experiencia y publicidades atractivas y precisas que les resulten de interés, de acuerdo con su actividad y preferencias, gracias a la innovación tecnológica y el compromiso constante con la calidad y la satisfacción del usuario.

1.5.7. Propósito estratégico

Nuestro propósito estratégico es establecernos como una plataforma líder de servicios de comercialización de productos a usuarios finales, aplicando tecnologías de machine learning y gestando comunidades para proporcionar una experiencia de usuario excepcional e interactiva. A su vez, buscamos desarrollar relaciones fructíferas con los principales actores y plataformas en la industria del marketing para asegurarnos de tener la mayor capacidad de llegada posible a nuestro público.

1.6. Identificación de oportunidad de negocio

La oportunidad principal de negocio, la cual justifica el que nos encontremos centrados en el mercado Argentino de videojuegos, radica en que, en la actualidad, muchos video jugadores se ven abrumados por la cantidad de opciones disponibles en el mercado, y a menudo les puede resultar difícil encontrar nuevos juegos que se adapten a sus gustos, con lo que se basan en las recomendaciones de amigos o familiares, o en la popularidad del juego y en las reseñas, lo que puede no ser la mejor opción para ellos. Por lo cual, dado este contexto, mi negocio tiene la oportunidad de llenar este vacío, ofreciendo una plataforma que utiliza algoritmos de machine learning y el análisis de datos para proporcionar recomendaciones precisas y personalizadas a los usuarios.
En adición, mi negocio se encuentra en el creciente mercado de videojuegos, que ha experimentado un aumento en la demanda durante la pandemia de COVID-19 y se espera que siga creciendo en el futuro cercano.
Este aumento lo podemos identificar en base a la investigación realizada de diarios tales como “El Cronista”, que resalta un incremento en el número de usuarios actuales en el mercado argentino de videojuegos en su artículo:

“*El mercado de los videojuegos tuvo un crecimiento explosivo a nivel mundial en los últimos años. En este contexto, Argentina se destaca en Sudamérica, con un volumen de mercado de 780 millones de dólares y aproximadamente 26,5 millones de jugadores. Así, es el segundo mercado más grande en términos de usuarios.*”

1.7. Propuesta de valor para el cliente

La propuesta de valor consiste en una solución tecnológica capaz de proveer al cliente un servicio de recomendación preciso que, de acuerdo con el nivel de suscripción (gratuito o premium), permitirá determinadas capacidades tales como recomendaciones personalizadas limitadas, búsqueda e información básicas para el acceso gratuito y acceso a la comunidad exclusivo de visualización, mientras que para el premium permitirá capacidades adicionales como tanto recomendaciones personalizadas como accesos a la comunidad totales y un soporte prioritario.

Seremos capaces de entregar este servicio a través del uso de machine learning y el análisis de datos obtenidos, por ejemplo, del consumo de los clientes en plataformas de streaming y video tales como Youtube, Twitch y Kick, buscando así aumentar su satisfacción.

2. Análisis estratégico

2.1. Análisis del contexto

2.1.1. Descripción de la industria

En la actualidad, la industria del marketing ha experimentado un crecimiento significativo en línea con factores tales como la creciente presencia digital, permitiendo un mayor número de personas interconectadas enviando y recibiendo información y una mayor capacidad de búsqueda de acuerdo con las necesidades e intereses de estas. Acompañando este desarrollo, las redes sociales tales como X e Instagram se han vuelto muy populares y utilizadas, impulsando el aprovechamiento de estas por parte de las empresas, las cuales las utilizan para llegar a su audiencia con mayor efectividad.

En línea con esto, se ha observado un aumento en cuanto a las inversiones en publicidad digital y el uso de estrategias de marketing con “influencers”. Esto genera que las empresas constantemente se encuentren desarrollando y adoptando enfoques más personalizados y segmentados en sus estrategias, utilizando datos y análisis para comprender mejor a su audiencia. Aunque también este incremento en la publicidad digital y en la facilidad de acceso al mundo “en línea” genera también desafíos como una gran competencia y la necesidad de adaptarse rápidamente a las nuevas tecnologías y tendencias.
Entre estas nuevas tecnologías y tendencias podemos resaltar, acorde con un artículo de Infobae:

“Esta una gran oportunidad para nuestra industria. En primer lugar, hay chances inmediatas para mejorar la eficiencia, haciendo que los procesos sean mucho más fáciles y rápidos, eliminando tareas repetitivas que se pueden automatizar con IA generativa. En una segunda fase, también veremos mejoras en la efectividad, no solo en términos de hacer las cosas más baratas y rápidas, sino también ayudándonos a mejorar en términos de efectividad. Con el tiempo, podrás personalizar tus mensajes y campañas de manera mucho más granular para asegurar que sean relevantes para las personas y que estas abracen tu producto”.

Por lo declarado previamente, identificamos en la industria un potencial que se encuentra en constante incremento el cual, acompañado de nuevas tendencias y tecnologías como el machine learning, resulta fundamental para las empresas.

2.1.2. Factores económicos

2.1.2.1. Tipo de cambio

Dado que nos encontramos centrados en Argentina, destacamos que presenta un contexto económico precedente de incertidumbre, donde la moneda local presenta una amplia disparidad y fluctuación en relación con monedas extranjeras tales como el dólar estadounidense, genera que los posibles consumidores de nuestros servicios no se vean con capacidad de adquirir los productos que tenemos como objetivo distribuir. Por lo cual, esta variación del tipo de cambio puede hacer que los consumidores sean más selectivos en cuanto gastos.

En conclusión, si el tipo de cambio aumenta de manera significativa, los consumidores pueden optar por limitar sus gastos, lo que podría afectar la demanda de nuestros servicios.

2.1.2.2. Inflación

En relación con lo establecido en el punto **"2.1.2.1. Tipo de cambio"** el panorama inflacionario que presenta Argentina resulta en un impacto crítico para el desarrollo de mi negocio. A su vez, acorde con el artículo extraído del diario "El País":

"El Índice de Precios al Consumidor (IPC) arrojó este martes un incremento mensual del 2,7% para octubre, el más bajo en los últimos tres años, mientras la inflación interanual continúa en niveles altos, del 193%, y la anual llega al 107%".
"En diciembre pasado, la inflación había trepado al 25,5% mensual y desde entonces desciende. El IPC de septiembre había sido del 3,5% y los nuevos datos confirman un descenso por debajo de los 3 puntos, algo que no sucedía desde noviembre de 2021."

Este contexto, si bien resulta alentador por el hecho de una desaceleración de la inflación, sigue permaneciendo desafiante.

Factores Económicos	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
Tipo de cambio		■			
Inflación			■		

2.1.3. Factores políticos

2.1.3.1. Ley 25.326 (Datos personales)

Consideramos relevante destacar que, en concordancia con la recopilación de datos del consumo de nuestros usuarios en diversas plataformas, deberán implementarse políticas de privacidad que estos deben aceptar, para así delimitar y permitir a los usuarios conocer la información a ser recopilada, a su vez explicando por qué y cómo se recopila y utiliza la misma.
Esta política será establecida de acuerdo con la ley 25.326 de Argentina, respecto de la protección de datos personales.

2.1.3.2. Ley 27.506 (Ley del régimen de promoción de la economía del conocimiento)

Dado que nuestros servicios implican el desarrollo de soluciones de software, destacamos la ley del régimen de promoción de la economía del conocimiento, la cual es una extensión a la ley del desarrollo de software donde se aplica a la creación, diseño, desarrollo, producción e implementación y puesta a punto de los sistemas de software desarrollados y su documentación técnica asociada, tanto en su aspecto básico como aplicativo, incluyendo el que se elabore para ser incorporado a procesadores utilizados en bienes de diversa índole, tales como consolas, centrales telefónicas, telefonía celular, máquinas y otros dispositivo.
Esta permitirá beneficios a mi organización tales como mantener y ampliar los beneficios fiscales como la exención del impuesto a las ganancias, reducción de cargas sociales, y devolución anticipada del IVA, entre otros.

2.1.3.3. Ley 24.240 (Defensa del Consumidor)

Con el objetivo de evitar sanciones y para proteger nuestra reputación, considero de gran importancia considerar la ley de defensa al consumidor, en la cual se establecen normativas tales como que el proveedor está obligado a suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de su comercialización. Además la información debe ser siempre gratuita para el consumidor y proporcionada en soporte físico, con claridad necesaria que permita su comprensión.

2.1.3.4. Ley 11.723 (Propiedad intelectual)

En orden de proteger nuestra marca y nuestro servicios de posibles plagios, consideramos importante destacar la ley de Propiedad Intelectual, la cual protege los derechos de propiedad intelectual, incluyendo patentes, marcas y derechos de autor.

2.1.3.5. Ley 20.744 (Contratos de Trabajo)

Al contratar personal para mi organización y entregar de manera satisfactoria nuestros servicios, consideramos pertinente destacar la ley de contratos de trabajo. Esta ley es la norma que rige las relaciones laborales en Argentina y establece qué es un contrato de trabajo y qué modalidades se pueden aplicar en el país. La norma también indica cuáles son las características que debe reunir un contrato laboral.

Factores Políticos	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
Ley 25.326 (Datos personales)	■	■	■		
Ley 27.506 (Ley del régimen de promoción de la economía del conocimiento)	■	■	■	■	■
Ley 24.240 (Defensa del Consumidor)	■	■	■		
Ley 11.723 (Propiedad intelectual)	■	■	■	■	
Ley 20.744 (Contratos de Trabajo)	■	■	■		

2.1.4. Factores tecnológicos

Los factores tecnológicos que destaco como potenciadores de la industria son:

- Inteligencia artificial y Machine Learning: La IA y el Machine Learning son tecnologías cada vez más importantes en la industria del marketing, ya que resultan herramientas estratégicas las cuales permitirán el análisis avanzado de datos, la personalización de contenido y la automatización de tareas, impulsando una mejor comprensión de la audiencia por parte de las empresas, permitiendo predecir comportamientos y optimizar estrategias de marketing de manera más efectiva.

- Plataformas de Gestión de Relaciones con el Cliente (CRM): Las soluciones de CRM permiten a las empresas gestionar y analizar la interacción con sus clientes mediante la automatización de los procesos, eliminando tareas manuales que implicarían mucho esfuerzo.
  Estas brindan información valiosa sobre el comportamiento y las preferencias de los clientes, lo que facilita la personalización de las estrategias de marketing y ayudan a los equipos de marketing a ordenar prioridades y enfocarse en las estrategias que realmente importan con agilidad y eficiencia, generando un seguimiento de las relaciones con los clientes a lo largo del tiempo.

- La realidad virtual: La realidad virtual es una tecnología en constante evolución que ha ganado relevancia en la industria del marketing digital debido a su capacidad para brindar experiencias inmersivas y envolventes a los usuarios.
  A través de esta, las empresas pueden permitir que los usuarios vean y experimenten productos de una manera completamente nueva u organizar eventos virtuales donde los participantes pueden interactuar en un entorno virtual compartido, asistir a conferencias y participar en actividades interactivas.

Factores Tecnológicos	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
Inteligencia artificial y Machine Learning	■	■	■	■	■
Plataformas de Gestión de Relaciones con el Cliente (CRM)	■	■	■	■	
Realidad Virtual	■	■	■	■	■

2.1.5. Factores sociales

2.1.5.1. Escenario ecológico

Respecto del escenario ecológico, al centrarnos en servicios completamente digitales, los mismos no ocasionan un impacto.

2.1.5.2. Escenario sociocultural

A raíz del contexto pandémico por el COVID-19 el cual atravesó el país y el mundo, la industria del marketing se vio altamente impulsada a nivel global. Este fenómeno generó un cambio de paradigma, el cual es explicado en un artículo extraído de la página “Merca2.0”:

“Poco a poco se ha migrado a estos formatos digitales, de forma que prácticamente todos los usuarios se “digitalizaron”, empezando por la generación Baby Boomer. Precisamente antes de la pandemia no existía la Inteligencia Artificial (IA) y creo que gran parte del boom es que el mundo también estaba “digitalizado” y preparado para adoptar una nueva tecnología como la IA. Esta adaptabilidad se la debemos también al 2020.”

“Uno de los efectos más positivos para el mundo del marketing y la publicidad ha sido el e-commerce como canal que ha renovado la estrategia a nivel mundial para prácticamente todas las verticales de negocio.”

Factores Sociales	MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO
Escenario ecológico	■	■	■	■	
Escenario sociocultural	■	■	■	■	■

2.1.6. Atractivo de la industria

El atractivo de la industria del marketing digital reside en que, acompañando un crecimiento impulsado por la presencia digital, producido por factores tales como nuevas tecnologías y tendencias y factores sociales mundiales como el COVID-19, las empresas pueden aprovechar estos factores para conectarse con su audiencia de manera más efectiva, adaptar sus estrategias y ofrecer nuevas experiencias. Esto resulta en grandes oportunidades para empresas que, a través de desarrollos únicos y soluciones digitales, buscan destacarse en el mercado.

Adicionalmente, un factor de atractivo es la internalización, donde la industria ofrece la posibilidad de expandir el alcance de los negocios más allá de las fronteras locales. Por lo cual, con estrategias digitales efectivas, las empresas argentinas pueden llegar a audiencias internacionales y expandir su presencia en el extranjero. Esto abre oportunidades para explorar nuevos mercados, establecer alianzas globales y aumentar el crecimiento y la rentabilidad del negocio.

Evaluación general de la industria	ATRACTIVO ESCASO	ATRACTIVO MEDIO	ATRACTIVO ELEVADO
Evaluación general	■	■	

2.1.7. Oportunidades y amenazas.

- Oportunidades:
    1. Desarrollo de nuevas tecnologías de inteligencia artificial y realidad virtual.
    2. Creciente demanda de servicios de comercialización digital, acompañada del creciente número de individuos con presencia y acceso a internet.

- Amenazas:
    1. Contexto inflacionario y presión impositiva.
    2. Creciente presencia de ciberdelincuentes.
    3. Volatilidad en las preferencias de los consumidores.

2.2. Análisis de la competencia

2.2.1. Principales competidores

2.2.1.1. Competidor 1 – 3D Juegos

3DJuegos es una página web española especializada en videojuegos. Sus contenidos se estructuran atendiendo a las diferentes plataformas existentes y entre ellos se pueden encontrar valoraciones de juegos, noticias relacionadas con el sector, trucos y consejos, videos de los juegos, entrevistas.

Datos de la Empresa:

- País: España
- Sitio web: https://www.eneba.com/es/
- Redes Sociales: https://twitter.com/eneba_es
- Dirección: WEBEDIA, Calle Zurbano 73, 1°, 28010 Madrid

2.2.1.2. Competidor 2 – Metacritic

Metacritic es un sitio web que recopila reseñas de álbumes de música, videojuegos, películas, programas de televisión y libros, a partir de las cuales coloca valoraciones. A su vez se comunican novedades relacionadas con el entretenimiento, como por ejemplo próximas salidas de contenido.

Datos de la Empresa:

- País: Estados Unidos
- Sitio web: https://www.metacritic.com/
- Redes Sociales: https://twitter.com/metacritic
- Dirección: 235 2nd St, San Francisco, California 94105 (Paramount Streaming)

2.2.1.3. Competidor 3 – GameSpot

GameSpot es un sitio web que proporciona noticias, reseñas, guías y videos sobre videojuegos de múltiples plataformas.

Datos de la Empresa:

- País: Estados Unidos
- Sitio web: https://about.fandom.com/what-is-fandom
- Redes Sociales: https://twitter.com/FandomWikis
- Dirección: San Francisco, California

	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de tecnología Informática			
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Ing. Martin Miguel Romero, Ing. Gastón Weingand		**Fecha**: 10/12/24
	Alumno: Juan Guillermo Henrich			
	Año: 2024	Comisión: 5-A	Turno: Noche	Sede: Norte
Negocio: Plataforma InnoviaReach				

2.2.2. Análisis de Cadena de Valor propia

OTROS CLIENTES

Acompañando nuestro objetivo de potenciar el desarrollo de una comunidad de usuarios para compartir experiencias y ayudar a estos a disfrutar al máximo de su tiempo de juego, encontraremos el factor de distintos tipos de clientes interactuando entre sí. Por tal motivo, buscamos que el contacto generado por nuestro servicio homogenice los diversos tipos de clientes.

CLIENTE

Nuestros clientes son, tanto todo aquel videojugador con acceso a internet que desee recibir recomendaciones para descubrir nuevos juegos.

MARKETING Y VENTAS

- **Publicidad y presencia en redes sociales.**



PRESTACIÓN

- **Recomendación de videojuegos de acuerdo al consumo en plataformas de streaming tales como Youtube, Twitch y Kick.**
- **Servicio de fácil acceso y único.**
- **Atención personalizada.**
- **Intercambio con usuarios on-line.**
- **Disponibilidad constante (24 Hs).**
- **Promoción de productos.**

PERSONAL DE CONTACTO

Uno de nuestros pilares fundamentales es tener a los clientes el centro de la cultura. Por tal motivo, la atención al cliente personalizada resulta en un aspecto clave para conseguir nuestro objetivo de ayudar a los usuarios a disfrutar al máximo de su tiempo de juego.

SOPORTE FÍSICO Y HABILIDADES

Al ser 100% digital, no disponemos de soporte físico.
Respecto de las habilidades, contamos con personal capacitado para acompañar a los clientes en lo que necesiten y desarrollar y mantener un servicio adecuado.

ABASTECIMIENTO

Se desarrollará un plan de capacitación para nuevo personal contratado, junto con la aplicación de normativas tales como la contratación de servicios de salud.
También se contratarán servicios tales como espacios publicitarios, dependiendo cuando la estrategia de Marketing así lo sugiera.



DIRECCIÓN GENERAL Y DE RECURSOS HUMANOS

Acompañando el objetivo de tener a los clientes en el corazón de nuestra cultura definimos el área de atención al cliente, la cual estará centrada en resolver todos los problemas brindando la mejor experiencia posible para los mismos.

INFRAESTRUCTURA Y AMBIENTE

Al proveer un servicio digital en su totalidad, carecemos de espacio físico en el cual tenga lugar la prestación.

ORGANIZACIÓN INTERNA Y TECNOLOGÍA

Acompañando los objetivos definidos de la compañía, se definirá una estructura organizacional y tecnológica respecto a la etapa del proyecto atravesada.

2.2.2.1. Cadena de Valor de 3D Juegos

OTROS CLIENTES

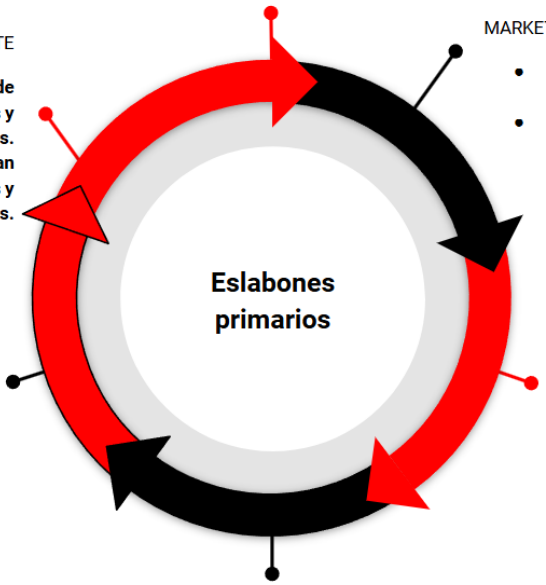
- **Anunciantes que utilizan 3DJuegos como plataforma para promocionar sus productos o servicios relacionados con los videojuegos.**
- **Medios que utilizan 3DJuegos como fuente de información y contenido para sus publicaciones y cobertura de la industria de los videojuegos.**

CLIENTE

- **Todo aquel usuario final, con acceso a internet, que accede a la plataforma para obtener información, noticias y contenido relacionado con los videojuegos.**
- **Empresas y desarrolladores de videojuegos que utilizan 3DJuegos como plataforma para promocionar sus juegos y generar interés entre los jugadores.**

MARKETING Y VENTAS

- **Promoción de la plataforma y su contenido a través de campañas de marketing.**
- **Generación de demanda y atracción de nuevos usuarios.**



PRESTACIÓN

- **Generación de contenido propio, incluyendo noticias, reseñas, avances y artículos relacionados con la industria de los videojuegos.**
- **Publicación y distribución de dicho contenido en la plataforma de 3DJuegos.**

PERSONAL DE CONTACTO

- **Equipo de atención al cliente y soporte técnico para resolver consultas y problemas de los usuarios.**
- **Interacción con los usuarios a través de canales de comunicación, como foros, comentarios y redes sociales.**

SOPORTE FÍSICO Y HABILIDADES

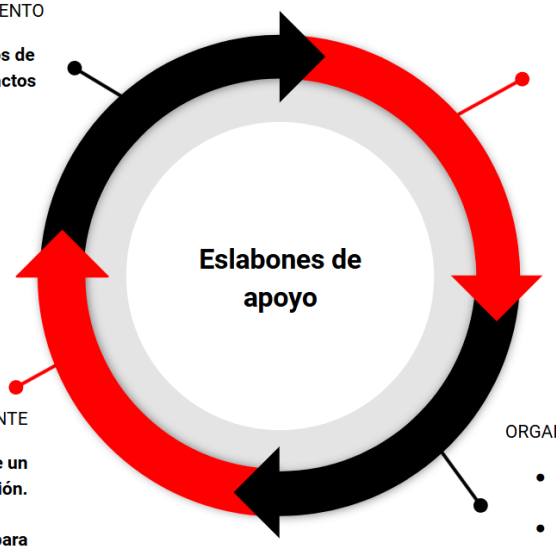
Al ser 100% digital, no disponen de soporte físico, a excepción de las oficinas de trabajo. Respecto de las habilidades, cuentan con personal capacitado y con las herramientas y equipos informáticos para desarrollar y mantener un servicio adecuado.

ABASTECIMIENTO

- **Obtención de información y noticias sobre videojuegos de fuentes externas, como eventos, conferencias y contactos en la industria.**

DIRECCIÓN GENERAL Y DE RECURSOS HUMANOS

- **Gestión estratégica de la empresa.**
- **Contratación y gestión del talento humano necesario para la generación de contenido y el funcionamiento de la plataforma.**
- **Planificación y dirección de las operaciones internas.**



INFRAESTRUCTURA Y AMBIENTE

Al proveer un servicio digital en su totalidad, carecen de un espacio físico en el cual tenga lugar la prestación.

- **Servidores y sistemas de almacenamiento para alojar la plataforma y los datos.**
- **Mantenimiento y seguridad de la infraestructura tecnológica.**

ORGANIZACIÓN INTERNA Y TECNOLOGÍA

- **Desarrollo y mantenimiento de la plataforma web de 3DJuegos.**
- **Creación y gestión de contenido propio, como noticias, reseñas, avances y artículos.**
- **Análisis y mejora continua de la plataforma y su contenido.**

2.2.2.2. Cadena de Valor de Metacritic

OTROS CLIENTES

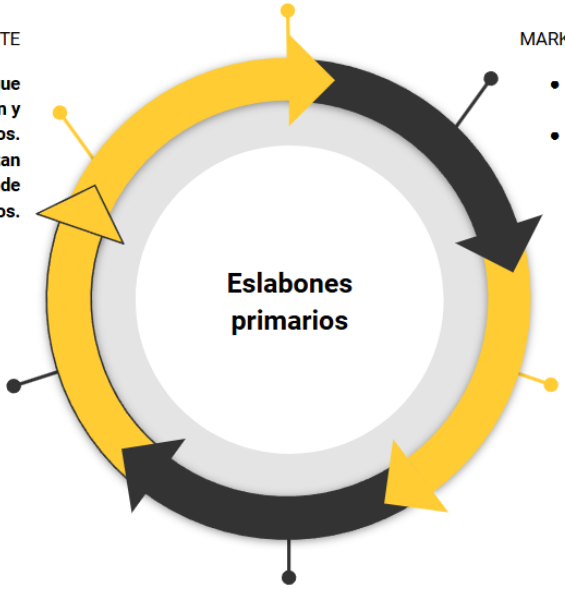
- **Anunciantes que utilizan Metacritic como plataforma para promocionar sus productos o servicios relacionados con los videojuegos.**
- **Medios que utilizan Metacritic como fuente de información para sus artículos y análisis.**

CLIENTE

- **Todo aquel usuario final, con acceso a internet, que accede a la plataforma para obtener información y puntuaciones de videojuegos.**
- **Empresas y desarrolladores de videojuegos que utilizan Metacritic como referencia para evaluar la recepción de sus juegos.**

MARKETING Y VENTAS

- **Promoción de la plataforma y sus servicios a través de campañas de marketing.**
- **Generación de demanda y atracción de nuevos usuarios.**



PRESTACIÓN

- **Procesamiento y agregación de reseñas y puntuaciones de videojuegos en la plataforma.**
- **Generación de la puntuación agregada y su presentación en la plataforma.**

PERSONAL DE CONTACTO

- **Equipo de atención al cliente y soporte técnico para resolver consultas y problemas de los usuarios.**
- **Interacción con los usuarios a través de canales de comunicación, como correos electrónicos y redes sociales.**

SOPORTE FÍSICO Y HABILIDADES

Al ser 100% digital, no disponen de soporte físico, a excepción de las oficinas de trabajo. Respecto de las habilidades, cuentan con personal capacitado y con las herramientas y equipos informáticos para desarrollar y mantener un servicio adecuado.

ABASTECIMIENTO

- **Obtención de datos y reseñas de videojuegos de fuentes externas, como medios especializados y críticos.**

DIRECCIÓN GENERAL Y DE RECURSOS HUMANOS

- **Gestión estratégica de la empresa.**
- **Contratación y gestión del talento humano necesario para el funcionamiento de la plataforma.**
- **Planificación y dirección de las operaciones internas.**



INFRAESTRUCTURA Y AMBIENTE

Al proveer un servicio digital en su totalidad, carecen de un espacio físico en el cual tenga lugar la prestación.

- **Servidores y sistemas de almacenamiento para alojar la plataforma y los datos.**
- **Mantenimiento y seguridad de la infraestructura tecnológica.**

ORGANIZACIÓN INTERNA Y TECNOLOGÍA

- **Desarrollo y mantenimiento de la plataforma web de Metacritic.**
- **Gestión de la base de datos de reseñas y puntuaciones de videojuegos.**
- **Análisis y mejora continua de la plataforma y sus funcionalidades.**

2.2.2.3. Cadena de Valor de GameSpot

OTROS CLIENTES

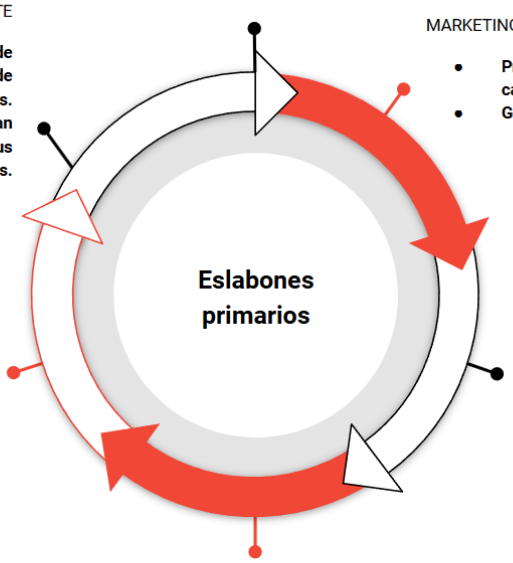
- **Anunciantes que utilizan GameSpot como plataforma para promocionar sus productos o servicios relacionados con los videojuegos.**
- **Medios que utilizan GameSpot como fuente de información para sus artículos y análisis.**

CLIENTE

- **Todo aquel usuario final, con acceso a internet, que accede a la plataforma para obtener información y puntuaciones de videojuegos.**
- **Empresas y desarrolladores de videojuegos que utilizan GameSpot como referencia para evaluar la recepción de sus juegos.**

MARKETING Y VENTAS

- **Promoción de la plataforma y sus servicios a través de campañas de marketing.**
- **Generación de demanda y atracción de nuevos usuarios.**



PRESTACIÓN

- **Servicio de fácil acceso.**
- **Foro de recomendaciones, artículos y discusiones sobre juegos y entretenimiento.**
- **Disponibilidad constante (24 Hs).**

PERSONAL DE CONTACTO

Presentan establecido en la página redes sociales para el contacto con soporte, ofreciendo ayuda a problemas estándar y/o personalizados con contacto directo, pero incitan la comunicación con otros usuarios a través de los foros

SOPORTE FÍSICO Y HABILIDADES

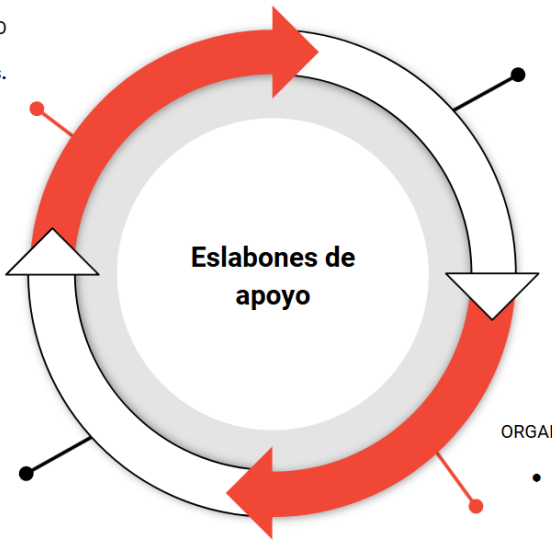
Al ser 100% digital, no disponen de soporte físico, a excepción de las oficinas de trabajo.
Respecto de las habilidades, cuentan con personal capacitado necesario y con las herramientas y equipos informáticos para desarrollar y mantener un servicio adecuado.

ABASTECIMIENTO

- **Obtención de datos y reseñas de videojuegos.**

DIRECCIÓN GENERAL Y DE RECURSOS HUMANOS

En cuanto al concepto de "El cliente es la razón del negocio", el cual es fundamental dada la misión de la organización, la compañía estableció un módulo "Atención al cliente" dedicado al soporte de usuarios a través de la resolución de problemas estándar y/o atención personalizada con contacto directo, aunque pretenden impulsar la resolución y el contacto entre los propios usuarios mediante los foros.



INFRAESTRUCTURA Y AMBIENTE

Al proveer un servicio digital en su totalidad, carecen de un espacio físico en el cual tenga lugar la prestación

- **Servidores y sistemas de almacenamiento para alojar la plataforma y los datos.**
- **Mantenimiento y seguridad de la infraestructura tecnológica.**

ORGANIZACIÓN INTERNA Y TECNOLOGÍA

- **Acompañando los objetivos definidos de la compañía, se definió una estructura organizacional jerárquica, distinguiendo un total de 10 departamentos principales.**
- **Desarrollo y mantenimiento de la plataforma web de Metacritic.**
- **Gestión de la base de datos de reseñas y puntuaciones de videojuegos.**
- **Análisis y mejora continua de la plataforma y sus funcionalidades.**

2.2.3. Comparar Cadenas de Valor

2.2.3.1. Comparación Cadena de Valor 3D Juegos

3D Juegos	GRAN DEBILIDAD	DEBILIDAD LEVE	EQUILIBRA DOS	FORTALEZA LEVE	GRAN FORTALEZA
Dirección General y de Recursos Humanos	■	■	■		
Organización Interna y Tecnología	■	■	■		
Infraestructura y Ambiente	■	■	■		
Abastecimiento	■	■	■		
Marketing y Ventas	■	■			
Personal de contacto	■	■			
Soporte físico y habilidad	■	■	■		
Prestación	■	■			
Clientes	■	■	■		
Otros Clientes	■	■	■		

2.2.3.2. Comparación Cadena de Valor Metacritic

Metacritic	GRAN DEBILIDAD	DEBILIDAD LEVE	EQUILIBRA DOS	FORTALEZA LEVE	GRAN FORTALEZA
Dirección General y de Recursos Humanos	■	■	■		
Organización Interna y Tecnología	■	■	■		
Infraestructura y Ambiente	■	■	■		
Abastecimiento	■	■	■		
Marketing y Ventas	■	■			
Personal de contacto	■	■			
Soporte físico y habilidad	■	■	■		
Prestación	■	■			
Clientes	■	■	■		
Otros Clientes	■	■	■		

2.2.3.3. Comparación Cadena de Valor GameSpot

GameSpot	GRAN DEBILIDAD	DEBILIDAD LEVE	EQUILIBRADOS	FORTALEZA LEVE	GRAN FORTALEZA
Dirección General y de Recursos Humanos	■	■	■	■	
Organización Interna y Tecnología	■	■	■		
Infraestructura y Ambiente	■	■	■		
Abastecimiento	■	■	■		
Marketing y Ventas	■	■			
Personal de contacto	■	■	■	■	
Soporte físico y habilidad	■	■	■		
Prestación	■	■			
Clientes	■	■	■		
Otros Clientes	■	■	■		

2.2.4. Fortalezas y debilidades

- Fortalezas:
    1. Servicio con capacidades no provistas por ningún competidor.
    2. Implementación de nuevas tecnologías.

- Debilidades:
    1. Escaso presupuesto.
    2. Escasa presencia o popularidad ante competidores fuertemente instaurados.

2.2.5. Fortaleza del negocio

Resumiendo lo analizado previamente la fortaleza de mi negocio consistirá en la unicidad de mi servicio teniendo en cuenta el enfoque y las tecnologías implementadas. A su vez, los esfuerzos de marketing serán claves para poder destacar mis competidores.

Fortaleza del negocio	FORTALEZA BAJA	FORTALEZA MEDIA	FORTALEZA ALTA
Evaluación general			

3. Análisis FODA

3.1. Cuadro FODA



3.2. Análisis del FODA

En cuanto a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas analizadas en los puntos anteriores, destacamos el hecho de que nuestro negocio se encuentra en una industria con múltiples oportunidades, a su vez considerando como ámbito geográfico objetivo a Argentina (al menos en una instancia inicial). Oportunidades tales como el desarrollo de nuevas tecnologías de inteligencia artificial y realidad virtual, las cuales revolucionan la industria permitiendo nuevos métodos de llegada a los clientes.

Aunque también se identifican amenazas, también características del ámbito geográfico seleccionado, como la inflación, dificultando tanto el accionar de nuestro

negocio como el de nuestros clientes, en los cuales también detectamos una amenaza en cuanto a la volatilidad en las preferencias de estos.
Finalmente, a partir del análisis contra nuestros competidores, identificamos fortalezas y debilidades tales como que el servicio que proveemos implica un enfoque y tecnologías no implementadas y que, aunque seamos débiles en cuanto a posicionamiento o popularidad frente a nuestros consumidores, debido a este mismo factor nuestros esfuerzos de marketing deberán incrementarse para reducir esta brecha.

4. Segmentación de mercado

4.1. Criterios de segmentación

4.1.1. Rentabilidad

En cuanto a la rentabilidad, identificamos los siguientes factores que impulsan la viabilidad del proyecto al encontrarnos en la industria del marketing y centrados en el mercado de videojuegos de Argentina:

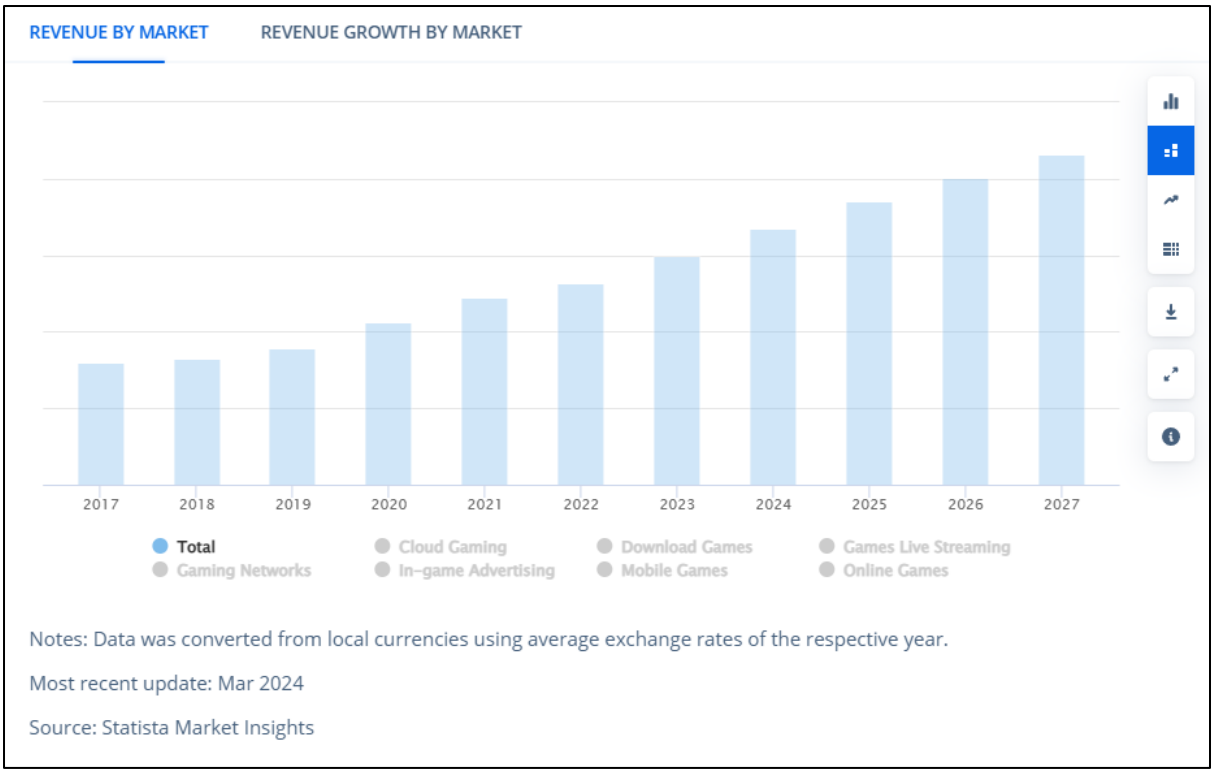
- Crecimiento constante: El mercado de los videojuegos ha experimentado un crecimiento sostenido a nivel mundial en el cual, acorde con lo analizado en el punto "*1.6. Identificación de oportunidad de negocio*", se observa aumento en el número de jugadores (el cual actualmente alcanza una suma de 26,5 millones de video jugadores en Argentina) y la creciente popularidad de los videojuegos como forma de entretenimiento, lo cual impulsa la demanda de servicios de marketing digital especializados en este mercado.
  A su vez esto lo vemos, acorde con un artículo de Forbes, en que:

  "*Argentina se posiciona como un jugador destacado en esta región, con un volumen de mercado de 780 millones de dólares. De esta cifra, los juegos móviles contribuyen significativamente con una facturación de 319 millones de dólares. Este dinamismo ha permitido a Argentina convertirse en el segundo mercado más grande en términos de usuarios, contando con aproximadamente 26.5 millones de jugadores*".

- Atractivo del mercado: Los videojuegos atraen a una amplia variedad de públicos de todas las edades. Esto proporciona oportunidades para llegar a diferentes segmentos de mercado y ofrecer servicios de comercialización digital adaptados a sus necesidades y preferencias.
  En base a esto y siguiendo con lo analizado en el punto "*1.5.2.1. Alcance del mercado*", identificamos que el rango etario con mayor cantidad de video jugadores es entre 25 y 34 años, por lo tanto, nos centraremos en este espectro.

- Atractivo de los videojuegos: Los jugadores de videojuegos son apasionados y comprometidos con este tipo de entretenimiento. Están dispuestos a invertir tiempo y dinero en juegos, consolas, accesorios y otros productos relacionados. Esta pasión genera una base de usuarios comprometida y receptiva a las estrategias de marketing digital.

Este atractivo a los videojuegos lo podemos evidenciar en base a un análisis extraído de la página "Statista", en el cual observamos que las ganancias totales del mercado presentan un aumento constante, el cual se estima que permanezca los años siguientes:



Captura del reporte de estimación de ganancias del mercado de videojuegos en Argentina realizado por la página "www.statista.com"

Actualmente las ganancias representan el siguiente monto:

REVENUE BY MARKET (2024)
US$559.30m

REVENUE GROWTH BY MARKET (2024)
12.3%

- Tendencia de consumo digital: El avance de la tecnología y la creciente conectividad han impulsado la popularidad de los videojuegos digitales de múltiples plataformas. Los usuarios ahora tienen acceso a plataformas en línea,

descargas digitales y servicios de transmisión, lo que amplía las oportunidades para los servicios de comercialización digital en este mercado.

- Innovación tecnológica: Los avances tecnológicos como la realidad virtual y la inteligencia artificial permiten mejorar la experiencia de los usuarios. Estas innovaciones abren nuevas posibilidades para el marketing digital, permitiendo la creación de aplicaciones y servicios más sofisticados y atractivos.

- Desarrollo de nuevos videojuegos: En el mercado de los videojuegos resulta fundamental la colaboración y las alianzas entre empresas y desarrolladores, las cuales, particularmente en el mercado argentino, se están incrementando. Las marcas pueden asociarse con estudios de desarrollo de juegos, influencers y comunidades de jugadores para promocionar sus productos y servicios, lo que amplía las oportunidades de colaboración y generación de ingresos.
  En relación con esto, y centrándonos en el mercado argentino de videojuegos destacamos un artículo de la página del ministerio de relaciones exteriores comercio internacional y culto en relación a la feria Game Developers Conference (GDC) 2024, la cual resulta en *"un punto de encuentro para desarrolladores, publishers y programadores internacionales"* y se encuentra enfocada en *"áreas clave como la Inteligencia Artificial (IA)",* que comenta lo siguiente:

  "La delegación argentina, coordinada por la Cancillería, tuvo la oportunidad de mantener reuniones estratégicas con destacadas contrapartes a nivel global tales como Japan External Trade Organization (JETRO), India Game Developer Conference (IGDC) y Screen Australia, entre otros."

  Estas alianzas y participación de desarrolladores argentinos en eventos internacionales son evidencia del crecimiento y desarrollo del mercado local de videojuegos.

4.1.2. Mensurabilidad

La mensurabilidad, hablando desde la industria del marketing y centrados en el mercado de videojuegos en Argentina, es alta debido a múltiples factores tales como, en primer lugar, que el entorno digital permite recopilar una gran cantidad de datos sobre los usuarios y su comportamiento en línea a través de herramientas de análisis y seguimiento, lo cual hace posible medir y analizar métricas clave como el tráfico del sitio web, la interacción en las redes sociales, las tasas de clics y otros indicadores relevantes. Esto proporciona una visión clara y cuantificable del alcance y el impacto de las estrategias de marketing implementadas. Además, la naturaleza digital de los videojuegos permite realizar un seguimiento preciso de las descargas, las compras,

las suscripciones y otros eventos que brindan información valiosa sobre el comportamiento de los jugadores. Estos datos medibles permiten evaluar el rendimiento de nuestras campañas, realizar ajustes en tiempo real y optimizar las estrategias para obtener mejores resultados. Además, el uso de herramientas de segmentación y personalización en el marketing digital permite llegar de manera más precisa a los diferentes segmentos de mercado y adaptar las estrategias según sus necesidades y preferencias.

4.1.3. Capacidad de respuesta

La capacidad de respuesta del mercado de videojuegos en Argentina es significativa debido a varios factores. En primer lugar, los jugadores de videojuegos están altamente comprometidos y activos en el entorno digital, acorde con lo analizado en el punto "*4.1.1. Rentabilidad*" lo que les permite interactuar y responder rápidamente a las estrategias de marketing. Esto se debe al atractivo de los videojuegos y a la dedicación que estos les dan, lo que los convierte en una audiencia receptiva a las propuestas y mensajes relacionados con su interés principal.

Además, el entorno digital ofrece canales de comunicación instantánea y bidireccional, lo que permite una interacción fluida entre nuestra empresa y los usuarios. A través de redes sociales, foros especializados, plataformas de streaming y otros medios digitales, los jugadores pueden expresar sus opiniones, compartir experiencias, hacer preguntas y proporcionar comentarios en tiempo real. Esta interacción facilita la retroalimentación y permite a las empresas adaptar rápidamente sus estrategias en respuesta a las necesidades y expectativas de los jugadores.

Adicionalmente, el dinamismo del mercado de los videojuegos, con constantes lanzamientos de nuevos títulos, actualizaciones y eventos, genera oportunidades para que las empresas de marketing respondan de manera ágil y oportuna. Pueden aprovechar estos momentos para desarrollar campañas específicas, promociones especiales o contenidos relevantes que capten la atención y el interés de los jugadores en el momento adecuado.

También queremos destacar que la capacidad de respuesta se ve reforzada por el uso de tecnologías y herramientas digitales que permiten a las empresas monitorear y analizar el comportamiento de los jugadores en tiempo real. Esto les brinda información valiosa sobre las preferencias, tendencias y necesidades cambiantes de los jugadores, lo que les permite adaptar rápidamente sus estrategias de marketing para satisfacer estas demandas.

4.1.4. Identificación

La identificación del mercado de videojuegos en Argentina se logra a través de diferentes métodos y criterios, como los siguientes:

- Demografía: La identificación del mercado puede comprenderse a partir las características demográficas de los jugadores, como la edad, el género, la ubicación geográfica y los niveles de ingresos, tal como se analizó en el punto "*4.1.1. Rentabilidad*".

- Comportamiento de compra: Analizar el comportamiento de compra de los jugadores es fundamental para identificar al mercado. Esto implica comprender las preferencias de compra, los canales de adquisición de videojuegos (como tiendas físicas o plataformas digitales), la frecuencia de compra y otros factores relacionados con el proceso de toma de decisiones de compra de los jugadores.

- Intereses y preferencias: La identificación del mercado también puede comprenderse a través del análisis de los intereses y preferencias de los jugadores en términos de géneros de videojuegos, plataformas preferidas, estilos de juego, características deseadas en un videojuego y otros aspectos relacionados.

- Presencia digital: El mercado puede ser identificable a partir de aquellos jugadores que están activos en el espacio digital y que participan en comunidades virtuales, foros de discusión, redes sociales y otros medios digitales relacionados con los videojuegos.

4.1.5. Accesibilidad

La accesibilidad del mercado de videojuegos en Argentina, es decir, la facilidad con la que las empresas pueden llegar y conectarse con su público objetivo de manera efectiva, depende de los siguientes aspectos:

- Acceso a plataformas y dispositivos: Los jugadores de videojuegos acceden a través de dispositivos como computadoras, consolas de videojuegos, celulares y tablets. Y este aspecto depende directamente de la capacidad adquisitiva de los usuarios.

- Disponibilidad de conexión a Internet: Dado que los videojuegos se basan en el entorno en línea, es fundamental que los jugadores tengan acceso a una conexión a Internet confiable y rápida. Esto permite a las empresas interactuar

con su público objetivo a través de diversos canales digitales, como sitios web, redes sociales, plataformas de streaming y aplicaciones móviles.

- Acceso a contenido y servicios relevantes: Los jugadores buscan constantemente nuevo contenido y servicios relacionados con los videojuegos, por lo cual las deberemos asegurarnos de que nuestra oferta sea accesible en términos de disponibilidad, precio y calidad.

- Acceso a información y soporte: Los jugadores valoran el acceso a información actualizada y confiable sobre videojuegos, como reseñas, análisis, guías y noticias, por lo cual las empresas pueden proporcionar este tipo de contenido a través de sus plataformas en línea, blogs, canales de YouTube y otras fuentes de información. Además, es importante ofrecer un soporte eficiente y accesible para atender las consultas, problemas técnicos y solicitudes de los jugadores.

- Acceso a comunidades y eventos: Los jugadores disfrutan y aprovechan la interacción con otros jugadores y participar en comunidades virtuales donde pueden compartir experiencias y discutir temas relacionados con los videojuegos. Podremos facilitar esta accesibilidad al brindar plataformas de comunidad en línea y promover la participación de los jugadores en la comunidad.

4.2. Variables de segmentación (consumidores)

4.2.1. Segmentación demográfica

Para realizar una segmentación demográfica, distinguimos los siguientes factores, definiendo el segmento objetivo para cada cual:

- Edad:
  - 18-24 años: Jóvenes adultos estudiantes que están familiarizados con la tecnología y tienen tiempo disponible para jugar videojuegos.
  - 25-34 años: Grupo demográfico clave en la industria de los videojuegos, conformado por jóvenes adultos en la etapa laboral y con mayor poder adquisitivo. **[Segmento etario objetivo]**
  - 35-44 años: Grupo que sigue interesado en los videojuegos, compuesto por adultos jóvenes y de mediana edad con experiencia en el uso de tecnología.
  - 45-54 años: Segmento que ha mantenido su interés en los videojuegos a medida que ha envejecido y busca entretenimiento y un escape.
  - 55-64 años: Un grupo demográfico en crecimiento, compuesto por adultos mayores que han adoptado los videojuegos como una forma de diversión ocasional.
    Esto puede observarse en el punto "*1.5.2.1. Alcance del mercado*".

- Sexo:
  - Hombres: Históricamente, el mercado de videojuegos ha estado centrado en los hombres, aunque cada vez más mujeres se están involucrando en el mundo de los videojuegos. **[Segmento de género objetivo]**
  - Mujeres: El interés y la participación de las mujeres en los videojuegos están en aumento, y es importante considerar sus necesidades y preferencias en la segmentación del mercado.
    Esto puede observarse en el punto "*1.5.2.1. Alcance del mercado*".

- Ingresos:
  - Ingresos altos: Aquellos con mayores ingresos tendrán más capacidad para gastar en videojuegos, consolas y equipos de alta gama, así como en contenido descargable y servicios adicionales. **[Segmento de ingresos objetivo]**
  - Ingresos medios: Personas con ingresos promedio que aún están dispuestas a invertir en videojuegos y accesorios, pero pueden ser más selectivas en sus compras. **[Segmento de ingresos objetivo]**
  - Ingresos bajos: Aquellos con menos recursos disponibles que no suelen tener la posibilidad de adquirir tanto videojuegos como las plataformas para

ejecutarlos. Aunque este grupo también puede mostrar interés en los videojuegos y estar dispuesto a gastar en opciones más económicas, como juegos móviles gratuitos o de bajo costo.

- Educación:
  - Educación universitaria: Aquellos con educación universitaria suelen tener un mayor nivel de comprensión tecnológica y pueden ser más propensos a invertir en videojuegos y seguir las últimas tendencias del mercado. **[Segmento de educación objetivo]**
  - Educación secundaria: Incluye a aquellos con educación secundaria completa o equivalente, quienes también tienen interés y comprensión tecnológica para los videojuegos y pueden buscar opciones que se adapten a sus preferencias y presupuesto.

- Ciclo de vida:
  - Solteros jóvenes y estudiantes: Este grupo puede estar más enfocado en los videojuegos como una forma de entretenimiento y socialización. **[Segmento de ciclo de vida objetivo]**
  - Familias jóvenes: Incluye a parejas jóvenes o con hijos, quienes pueden buscar videojuegos adecuados para compartir en familia o encontrar opciones de juego en línea para conectarse con otros jugadores.
  - Adultos mayores y jubilados: Un segmento en crecimiento que puede encontrar en los videojuegos una forma de entretenimiento o estimulación.

4.2.2. Segmentación psicográfica

Para realizar una segmentación psicográfica, distinguimos los siguientes factores, definiendo el segmento objetivo para cada cual:

- Personalidad:
  - Jugadores competitivos: Personas que disfrutan de los desafíos, la competencia y la superación de obstáculos en los videojuegos. Buscan juegos que les brinden una experiencia desafiante y la posibilidad de competir con otros jugadores. A su vez estos encuentran en los videojuegos una profesión, dedicándose a estos de forma diaria. **[Segmento de personalidad objetivo]**
  - Jugadores sociales: Personas que buscan entretenimiento con amigos a través de los videojuegos. Disfrutan de los juegos multijugador en línea, donde pueden jugar y comunicarse con otros nuevos jugadores. **[Segmento de personalidad objetivo]**
  - Jugadores exploradores: Personas que se sienten atraídas por los mundos virtuales y las historias inmersivas de los videojuegos. Disfrutan de la

exploración, descubrimiento y la posibilidad de sumergirse en diferentes universos digitales. **[Segmento de personalidad objetivo]**

- Jugadores casuales: Individuos que buscan experiencias de juego más relajadas y divertidas, sin la necesidad de dedicar largas horas o competir intensamente. Prefieren juegos más simples y accesibles, como los juegos para dispositivos móviles.

- Motivos:
  - Entretenimiento y escapismo: Personas que buscan en los videojuegos una forma de entretenimiento, diversión y evasión del estrés diario. Utilizan los juegos como una manera de relajarse y desconectar. **[Segmento de motivos objetivo]**
  - Socialización y comunidad: Personas que utilizan los videojuegos como una plataforma para conectarse y divertirse con otros jugadores. Valoran los aspectos sociales y la posibilidad de formar grupos de juego. **[Segmento de motivos objetivo]**
  - Experiencias inmersivas: Personas que buscan experiencias emocionantes y envolventes en los videojuegos. Valoran los gráficos de alta calidad, la narrativa rica y los mundos virtuales detallados que les permitan sumergirse completamente en el juego. **[Segmento de motivos objetivo]**

- Estilo de vida:
  - Jugadores dedicados: Personas que consideran los videojuegos como una parte central de su estilo de vida, ya sea profesionalmente o como hobby. Dedican muchas horas a jugar, siguen las últimas tendencias y están dispuestos a invertir en equipos de alta gama y accesorios. **[Segmento de estilo de vida objetivo]**
  - Jugadores ocasionales: Personas que disfrutan de los videojuegos de forma más ocasional. Pueden jugar en su tiempo libre o en momentos específicos, sin un compromiso intensivo.
  - Jugadores equilibrados: Personas que encuentran un equilibrio entre los videojuegos y otras actividades en su vida. Disfrutan de los juegos como una forma de entretenimiento, pero también tienen otros intereses y responsabilidades. **[Segmento de estilo de vida objetivo]**

4.2.3. Segmentación geográfica

Para realizar una segmentación geográfica, distinguimos los siguientes factores, definiendo el segmento objetivo para cada cual:

- Región:
  - Área Metropolitana de Buenos Aires: Esta región incluye la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires. Es la zona más poblada del país y cuenta con una gran concentración de jugadores. Es un mercado importante con alto potencial de consumo de videojuegos. **[Segmento de región objetivo]**
  - Regiones urbanas: Otras áreas metropolitanas y zonas urbanas importantes en Argentina, como Córdoba, Santa Fé, Mendoza y Entre Rios, también tienen una alta concentración de jugadores y representan segmentos relevantes del mercado. **[Segmento de región objetivo]**
  - Regiones rurales y áreas no metropolitanas: Aunque la concentración de jugadores puede ser menor en estas áreas, aún existen comunidades de jugadores que pueden tener necesidades y preferencias particulares.

- Tamaño:
  - Grandes ciudades: Las grandes ciudades del país, tanto en el área metropolitana como en otras regiones importantes, albergan a una gran cantidad de jugadores y presentan un mercado significativo para los servicios de comercialización digital de videojuegos. **[Segmento de tamaño objetivo]**
  - Ciudades medianas y pequeñas: Aunque el tamaño de los jugadores puede ser menor en estas ciudades, todavía hay un mercado potencial que puede ser atendido y captado.

- Densidad:
  - Áreas urbanas densamente pobladas: Las áreas con una alta densidad de población presentan una mayor concentración de jugadores y un mayor potencial de mercado. **[Segmento de densidad objetivo]**
  - Áreas rurales y menos densamente pobladas: La densidad de jugadores puede ser menor en estas áreas.

4.3. Mercado meta

En base al análisis realizado en los puntos anteriores ("*4.1. Criterios de segmentación*" y "*4.2. Variables de segmentación (consumidores)*"), llevaremos a cabo una estrategia de mercado meta concentrada para públicos de Argentina entre 25 y 34 años de género masculino (los cuales representan un 32.4% del mercado de video jugadores), con preferentemente ingresos entre medios y altos, que sean solteros (los cuales llegan a la suma de 15,6 millones de personas) y estudiantes (los cuales llegan a la suma de casi 2,731 millones de personas), con una personalidad social, competitiva o exploradora, con un estilo de vida dedicado a los videojuegos o equilibrado y que habiten en grandes ciudades de áreas metropolitanas densamente pobladas, tales como la Ciudad Autónoma de Buenos Aires la cual, acorde con el último censo, presenta una población de 3.121.707 habitantes.

5. Estrategia

5.1. Matriz Atractivo de la industria / Fortalezas del negocio

5.1.1. Atractivo de la industria

En base al análisis realizado en el punto "*2.1.6. Atractivo de la industria*", adjuntamos la evaluación general realizada:

Evaluación general de la industria	**ATRACTIVO ESCASO**	**ATRACTIVO MEDIO**	**ATRACTIVO ELEVADO**
Evaluación general			

5.1.2. Fortaleza del negocio

En base al análisis realizado en el punto "*2.2.5. Fortaleza del negocio*", adjuntamos la evaluación general realizada:

Fortaleza del negocio	**FORTALEZA BAJA**	**FORTALEZA MEDIA**	**FORTALEZA ALTA**
Evaluación general			

5.1.3. Matriz atractivo

A partir de la siguiente matriz, tomando en cuenta las evaluaciones generales realizadas previamente, identificamos que nos encontramos en el siguiente lugar:

Fortaleza del Negocio	Atractivo Industria: Alta	Media	Baja
Alta	• Crecimiento • Búsqueda de Predominio • Maximizar la inversión	• Identificar segmentos de crecimiento • Invertir fuertemente • Mantener la posición en otras partes	• Mantener la posición general • Buscar flujo de fondos • Invertir a nivel de mantenimiento
Media	• Evaluar potencial para el liderazgo a través de la segmentación • Identificar debilidades • Fortalecerse	• **Identificar los segmentos de crecimientos** • **Especializarse** • **Invertir en forma selectiva**	• Eliminar líneas • Minimizar la inversión • Posicionarse para restructuración
Baja	• Especializarse • Buscar nichos • Considerar adquisiciones	• Especializarse • Buscar nichos • Considerar la salida	• Confiar en la calidad estadista del líder • Atacar a los generadores de efectivo de los competidores • Salida y Abandono oportuno

Por tal motivo deberemos:

- Identificar los segmentos de crecimientos.
- Especializarnos.
- Invertir en forma selectiva.

5.2. Programas generales de acción

5.2.1. Estrategia de administración



5.2.2. Estrategia de Servicios



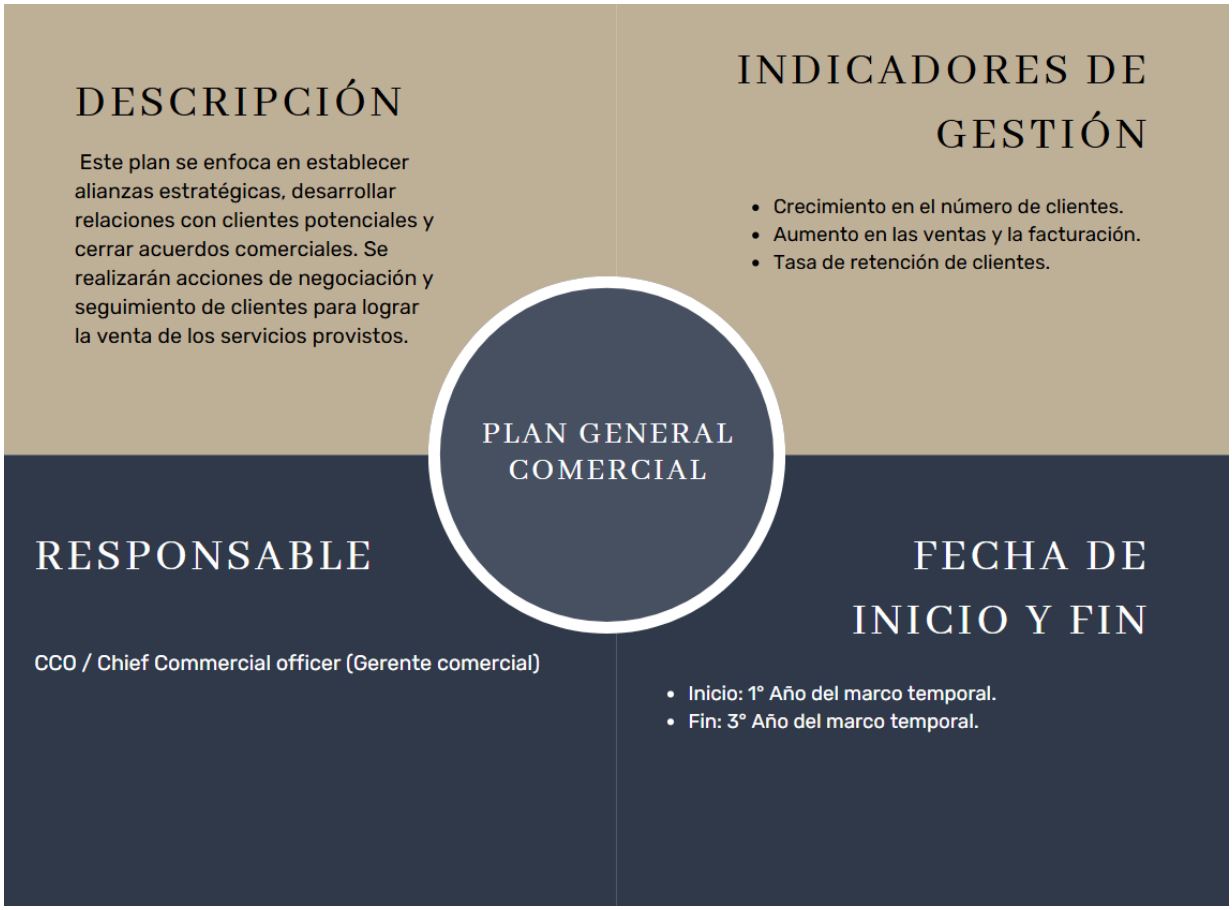
5.2.3. Estrategia de tecnología



5.2.4. Estrategia de marketing



5.2.5. Estrategia Comercial



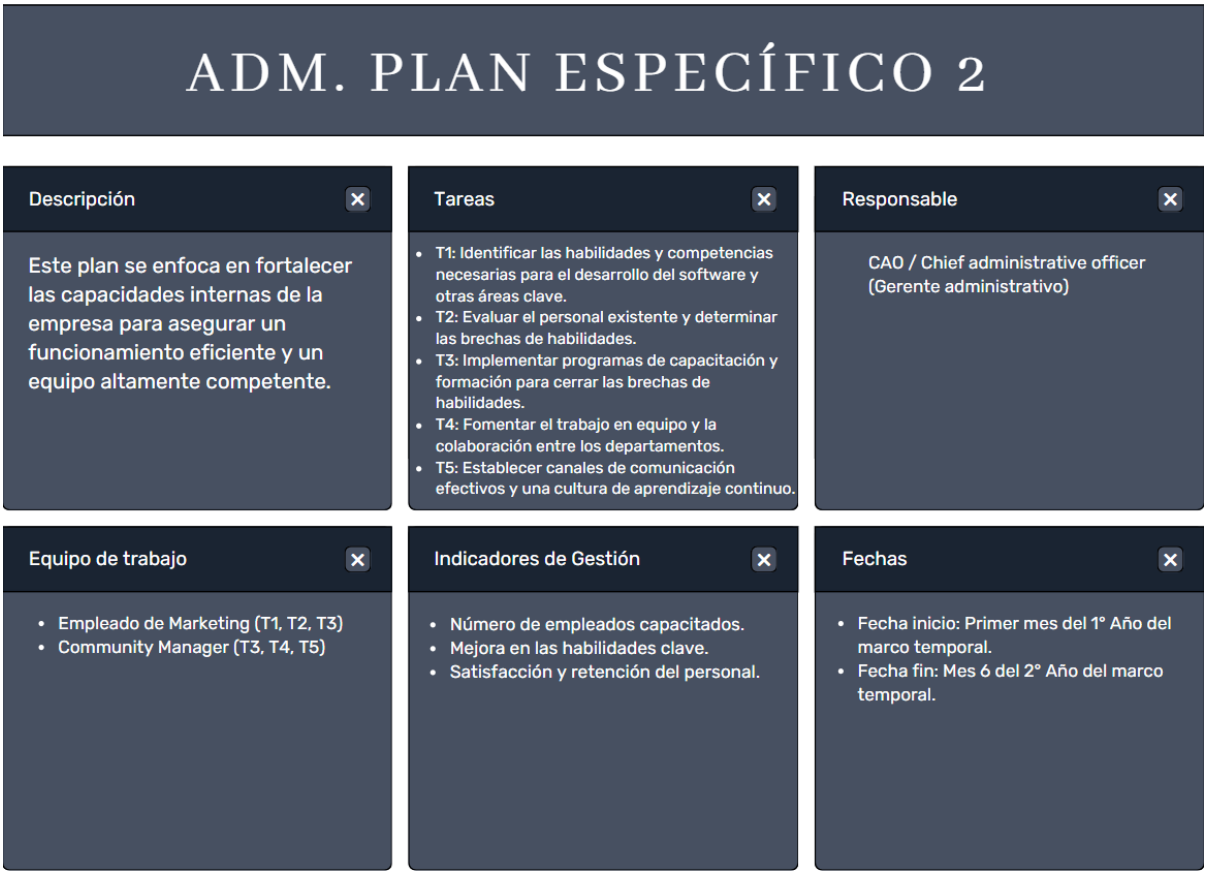
5.3. Programas específicos de acción

5.3.1. Programas específicos de Administración

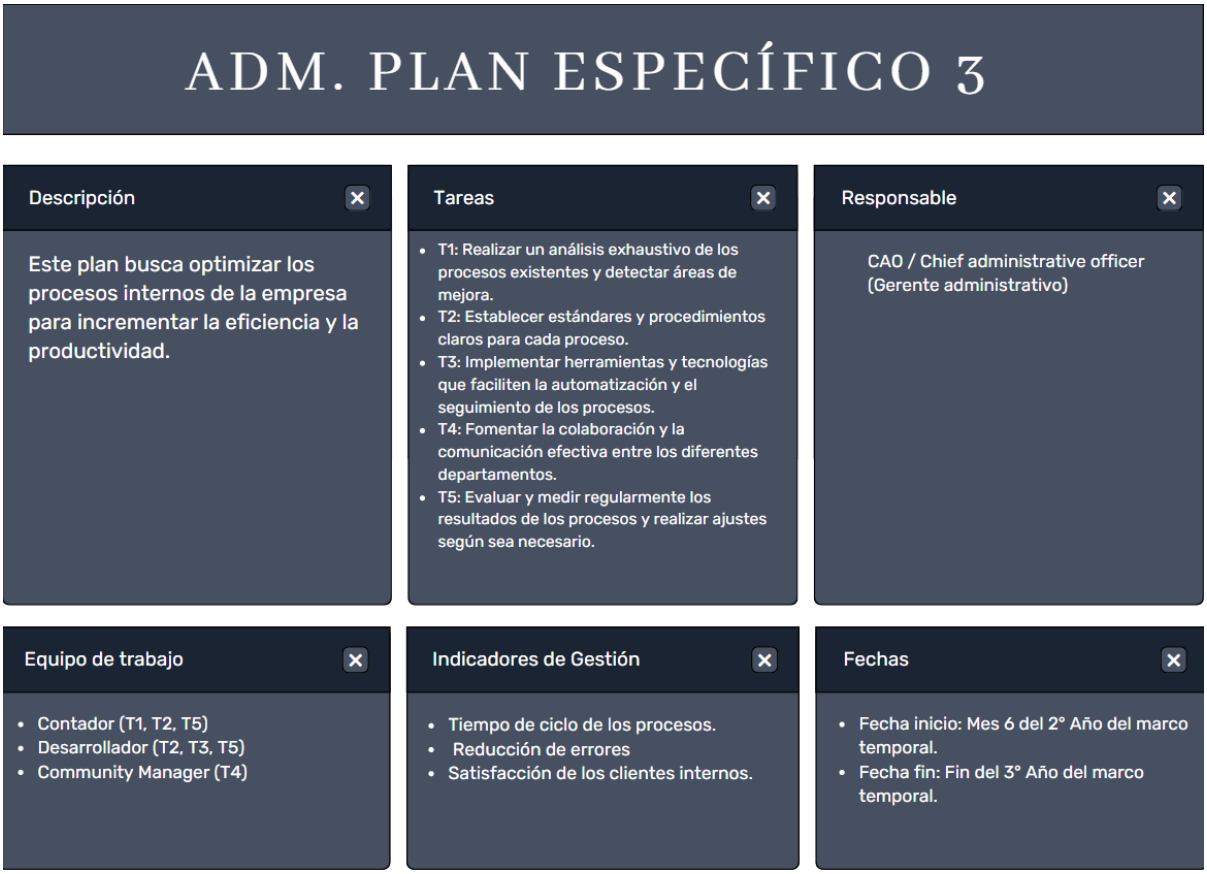
5.3.1.1. Optimización de recursos



5.3.1.2. Desarrollo de capacidades internas



5.3.1.3. Mejora de procesos internos



5.3.2. Programas específicos de marketing

5.3.2.1. Producción



5.3.2.2. Precio


MKT. PLAN ESPECÍFICO 2
Descripción
Este plan se enfoca en determinar la estrategia de precios para la plataforma y los servicios asociados, maximizando los ingresos y la rentabilidad.
Tareas
T1: Investigar y analizar los precios de servicios similares en el mercado.
T2: Determinar una estructura de precios competitiva y atractiva para los usuarios.
T3: Establecer diferentes planes de suscripción o modelos de monetización para adaptarse a las necesidades de los usuarios.
T4: Realizar análisis de costos y márgenes para asegurar la rentabilidad del negocio.
T5: Realizar ajustes de precios según sea necesario, teniendo en cuenta la demanda y la competencia.
Responsable
CMO / Chief Marketing officer (Gerente de marketing)
Equipo de trabajo
Empleado de Marketing (T1, T2, T3, T5)
Contador (T1, T2, T3, T4)
Indicadores de Gestión
Ingresos por ventas.
Margen de beneficio.
Satisfacción del cliente con la relación calidad-precio.
Fechas
Fecha inicio: Primer mes del 2° Año del marco temporal.
Fecha fin: Fin del 3° Año del marco temporal.

5.3.2.3. Promoción

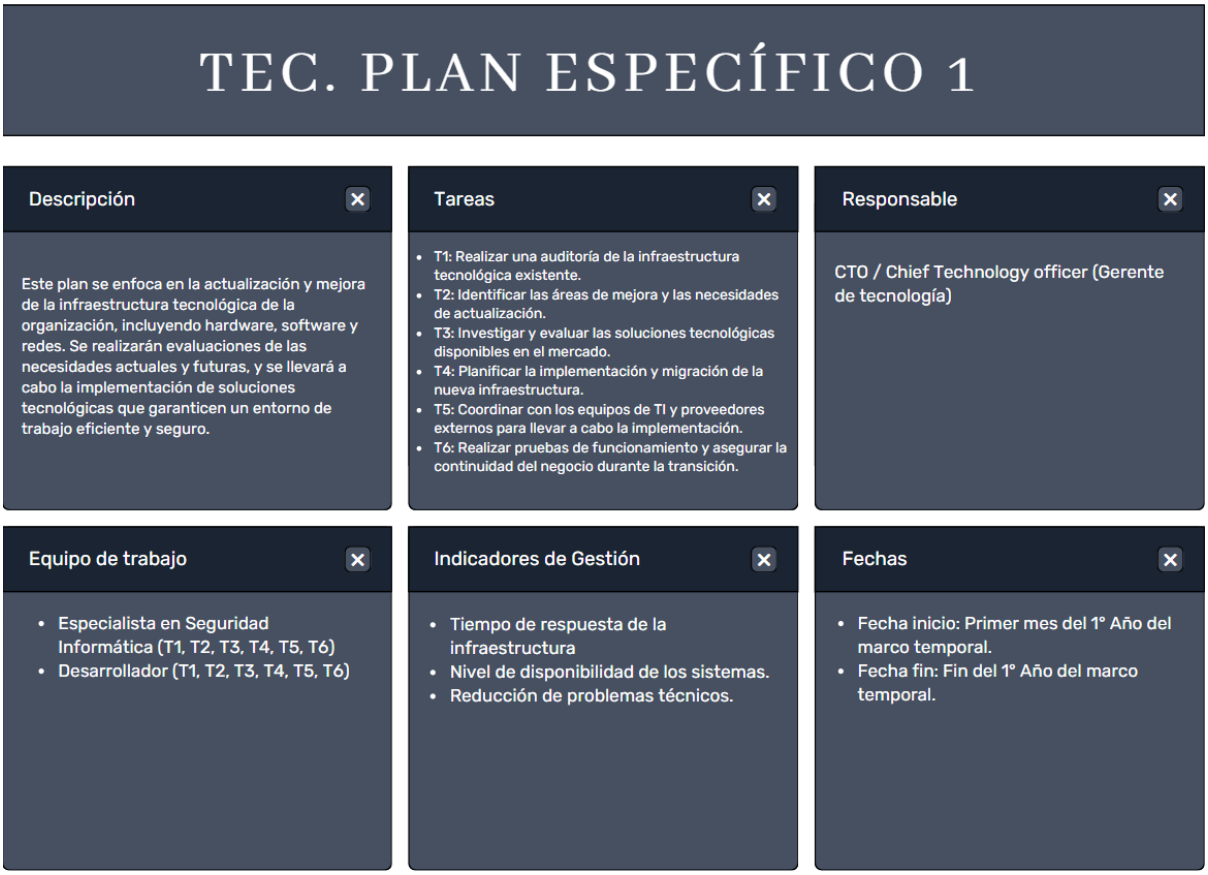


5.3.2.4. Distribución

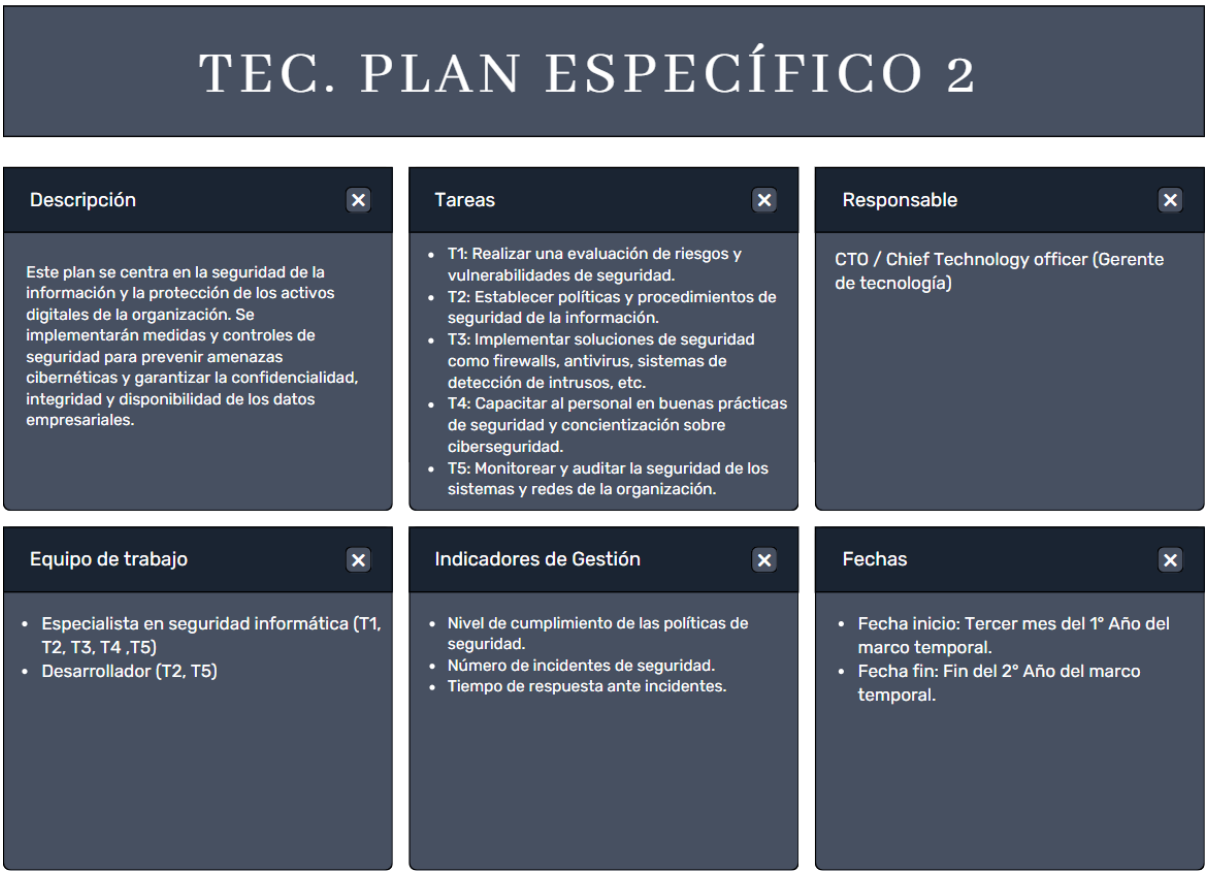


5.3.3. Programas específicos de Tecnología

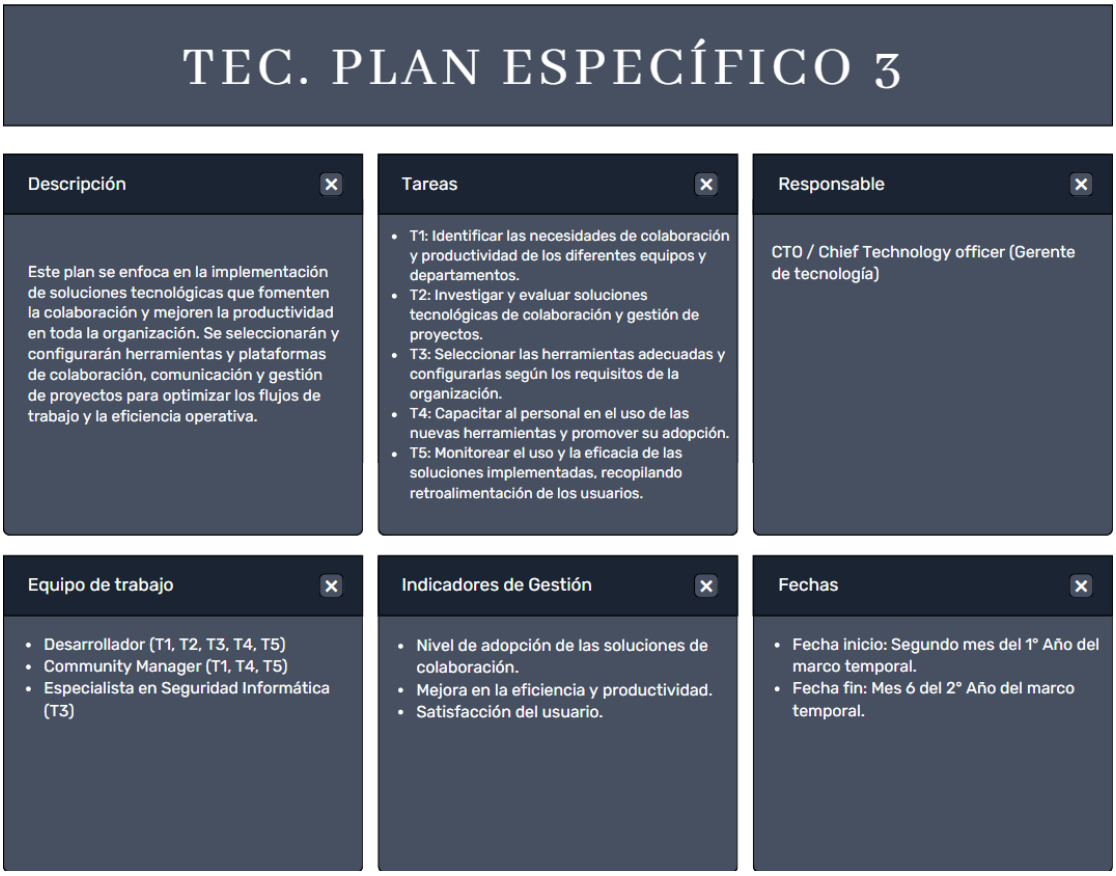
5.3.3.1. Actualización de Infraestructura Tecnológica



5.3.3.2. Seguridad de la Información



5.3.3.3. Implementación de Soluciones de Colaboración y Productividad



5.3.4. Programas específicos de Servicios

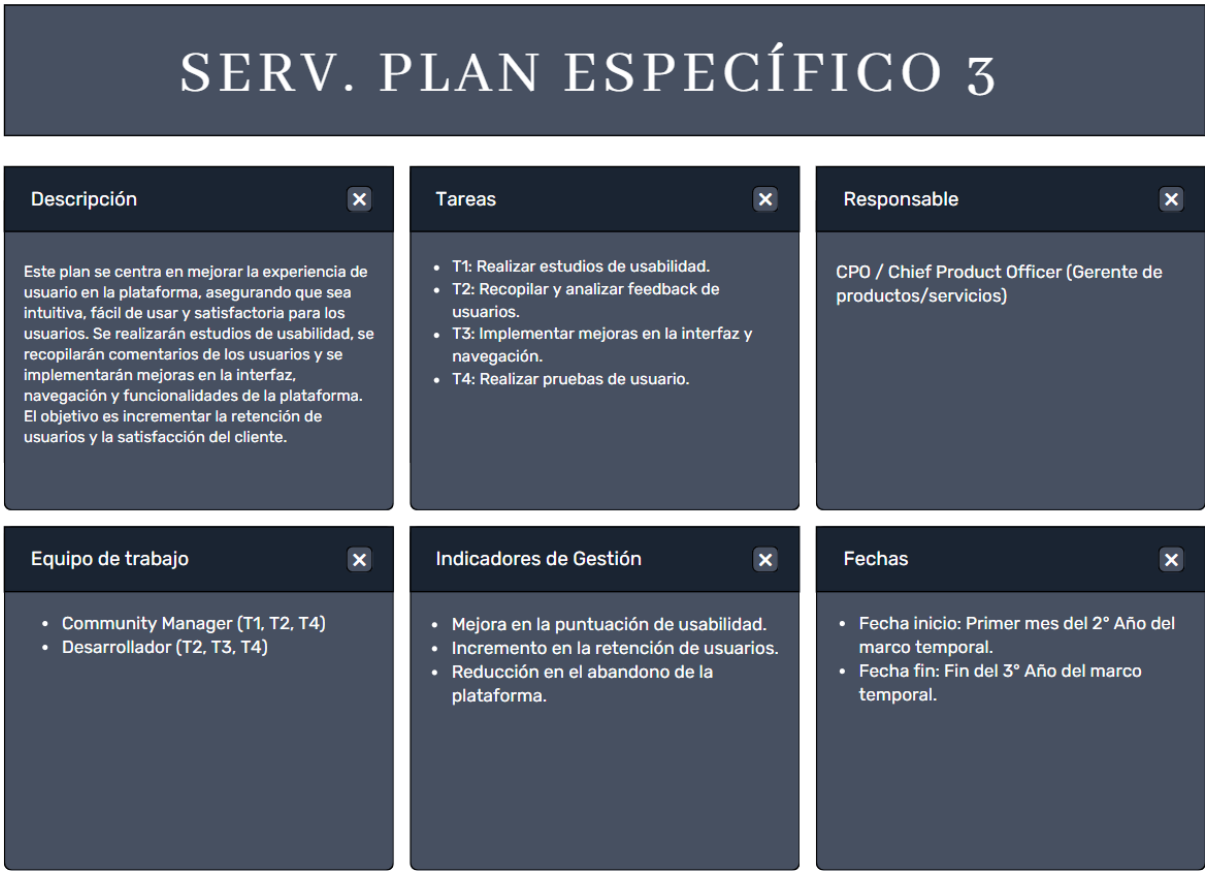
5.3.4.1. Desarrollo de la Aplicación



5.3.4.2. Mantenimiento y Mejora Continua

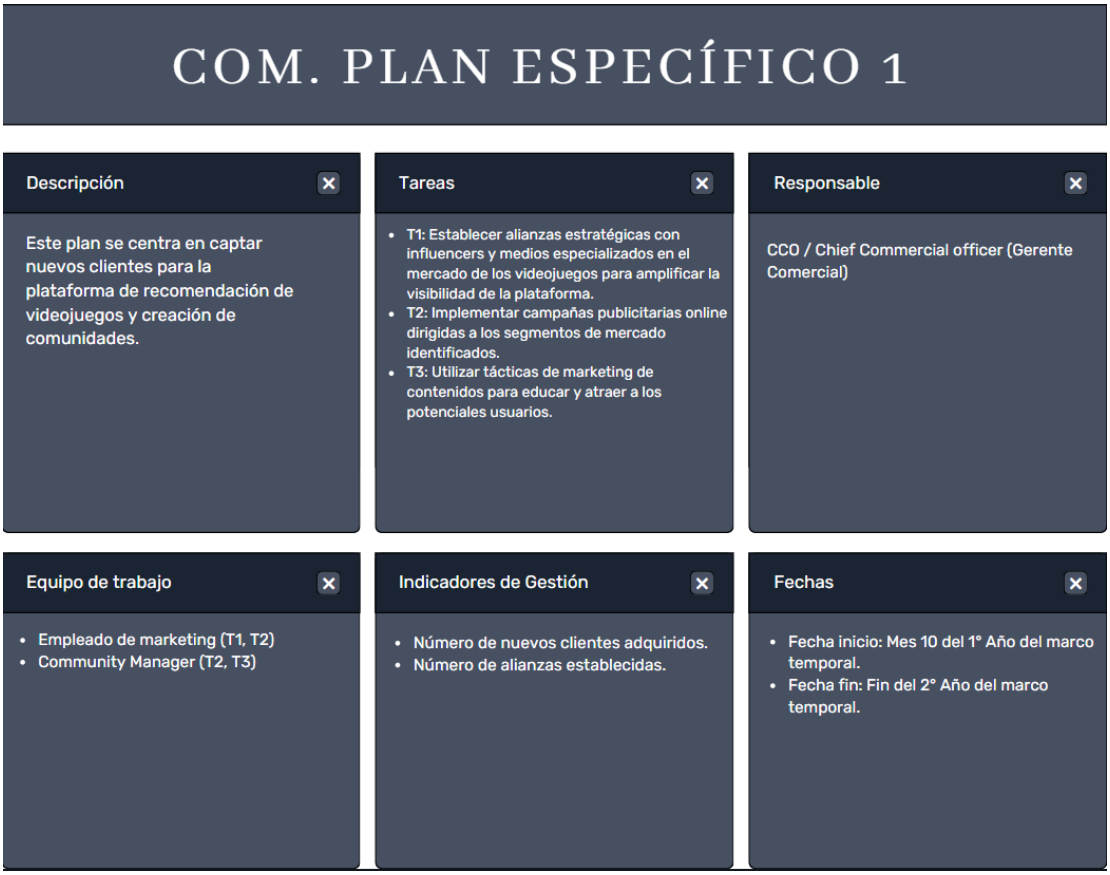


5.3.4.3. Mejora de la Experiencia de Usuario

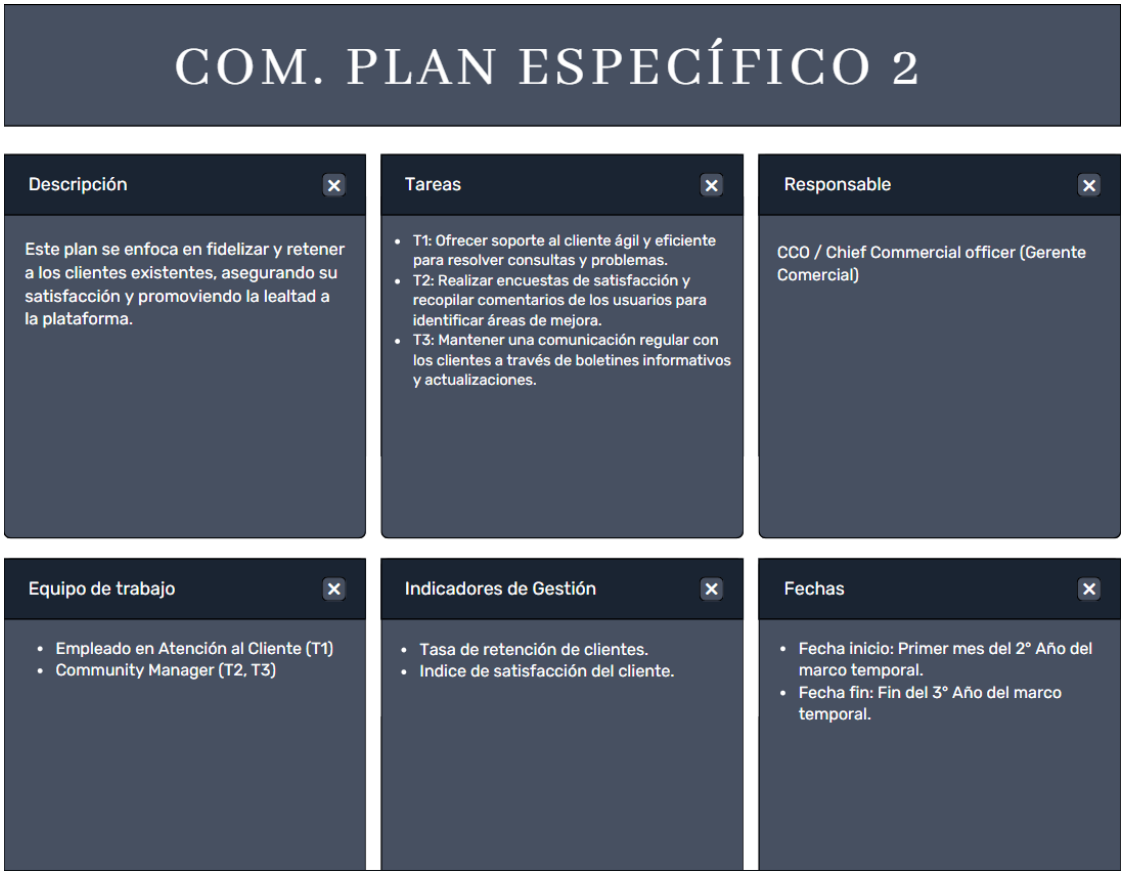


5.3.5. Programas específicos de Comercial

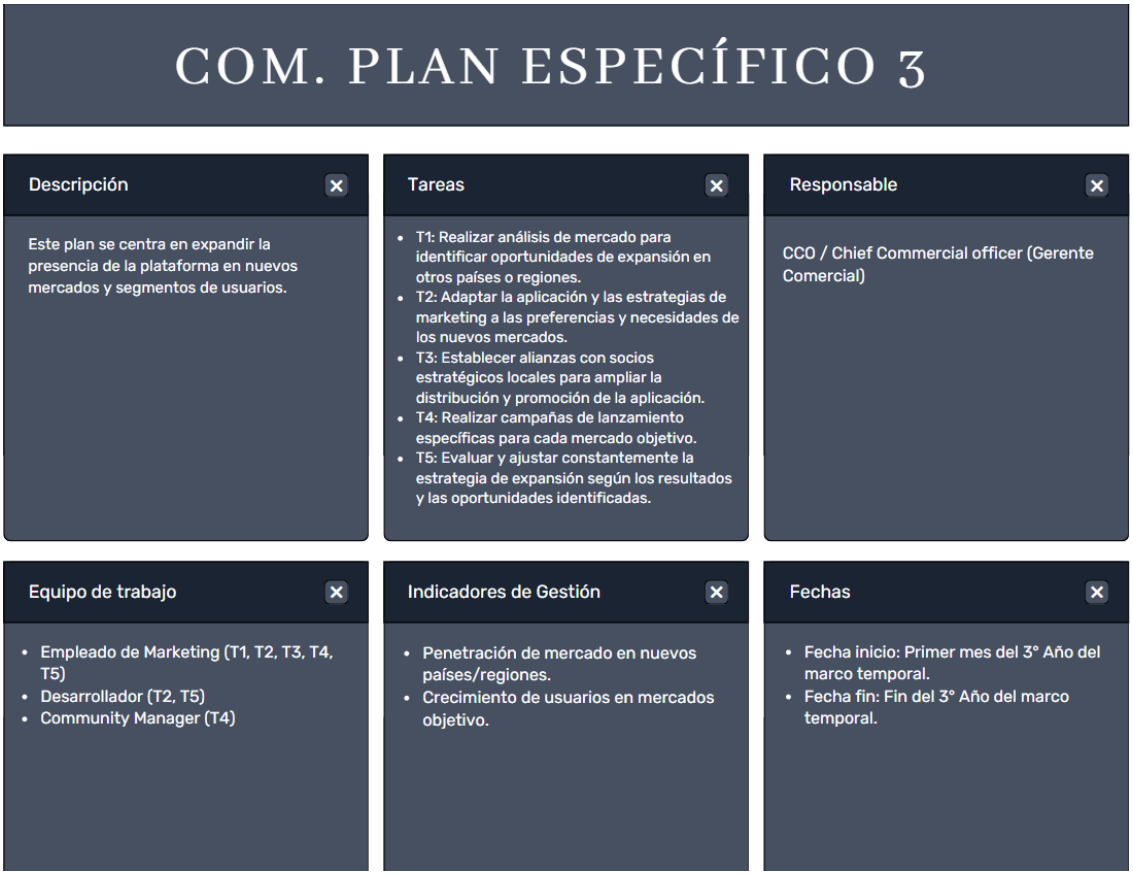
5.3.5.1. Captación de Clientes



5.3.5.2. Retención de Clientes



5.3.5.3. Expansión de Mercado



6. Plan de marketing

6.1. Estrategia de servicio

6.1.1. Descripción general de servicio

Nuestro servicio emplea la combinación de factores tecnológicos de machine learning y análisis de datos para ofrecer recomendaciones personalizadas y precisas a los usuarios el cual, considerando el mercado particular en el que nos encontramos centrados, otorga recomendaciones sobre videojuegos, accediendo a capacidades de comunidad entre los propios usuarios de la plataforma.

6.1.2. Servicio

6.1.2.1. Tipo de servicio

Al proveer un servicio destacamos las siguientes características:

- Intangible: El servicio es intangible, lo que significa que no se puede tocar ni poseer físicamente. En nuestro caso, las recomendaciones personalizadas, las capacidades de búsqueda y la información del juego se entregan a través de la plataforma en línea, a partir de la cual los usuarios pueden acceder a estas funciones y recibir la información necesaria sin necesidad de un producto físico.

- Inseparable: El servicio es inseparable, lo que implica que se produce y se consume simultáneamente. Por lo tanto, los usuarios acceden a las recomendaciones, las capacidades de búsqueda y la información en tiempo real a medida que utilizan la plataforma. No hay una separación entre la producción y el consumo del servicio, ya que se experimenta directamente mientras se utiliza.

- Heterogéneo: El servicio es heterogéneo porque ofrece diferentes niveles de capacidad y beneficios según el tipo de suscripción que el cliente elija. Al proporcionar una opción gratuita y una opción premium de suscripción, ofrecemos diferentes características y funcionalidades que se adaptan a las necesidades y preferencias individuales de cada usuario, permitiendo personalizar la experiencia del cliente y brindar opciones que se ajusten a su nivel de interés y compromiso.

- Perecedero: El servicio es perecedero, lo que implica que su disponibilidad y utilidad pueden ser limitadas en el tiempo. Nuestras recomendaciones están vinculadas a los videojuegos relevantes en un momento dado. Además, las capacidades premium están disponibles durante el período de suscripción activa. Si el usuario no renueva su suscripción, perderá el acceso a estas capacidades adicionales y beneficios.

A su vez, analizamos las características asociadas con la calidad de nuestro servicio:

- Confiabilidad: Nuestros usuarios deberán confiar en que recibirán recomendaciones relevantes y precisas basadas en su historial de consumo y en patrones de actividad en el apartado de comunidad. Además, nuestro servicio debe ser confiable en términos de disponibilidad y rendimiento, asegurando que esté accesible cuando los usuarios lo necesiten.

- Sensibilidad: Nuestro servicio deberá ofrecer recomendaciones personalizadas que se ajusten a los intereses y preferencias de cada usuario. Este debe ser sensible a los gustos y comportamientos únicos de cada individuo, proporcionando recomendaciones relevantes y atractivas que se adapten a sus intereses específicos.

- Seguridad: Nuestros usuarios deben confiar en que su información personal y de consumo está protegida de forma segura. Esto implica implementar medidas de seguridad robustas para proteger los datos de los usuarios, así como garantizar la seguridad de las transacciones en caso de que se realicen compras dentro de la plataforma. Por lo tanto, el servicio debe ser seguro en términos de protección contra amenazas cibernéticas y garantizar la integridad y confidencialidad de los datos.

- Empatía: Nuestro servicio deberá brindar una experiencia de usuario acogedora y personalizada, donde los usuarios se sientan valorados y escuchados, lo cual podemos lograr mediante la comunicación efectiva, el soporte al cliente amigable y atento, y la respuesta oportuna a las consultas y comentarios de los usuarios. La empatía muestra que nos preocupamos por la experiencia y la satisfacción de los usuarios.

- Tangibles: Aunque nuestro servicio es predominantemente intangible, los aspectos tangibles consistirán en una interfaz de usuario bien diseñada y fácil de usar, gráficos atractivos y descripciones detalladas de los juegos. Estos

elementos visuales y descriptivos ayudarán a los usuarios a tomar decisiones informadas y mejorar la experiencia general de uso de la plataforma.

6.1.3. Líneas y Mezclas del servicio

	Amplitud de Servicios
Líneas	**Recomendación de videojuegos**
Profundidad de servicios	Básico: • Recomendaciones personalizadas limitadas. • Búsqueda básica. • Información básica del juego. • Acceso exclusivo de visualización a los foros de comunidad. • Incluirá publicidad.
	Premium: • Capacidades gratuitas. • Sin publicidad. • Acceso total (visualización, creación e interacción) a los foros de comunidad. • Recomendaciones personalizadas totales. • Soporte prioritario.

6.1.4. Ciclo de vida

En cuanto al ciclo de vida del servicio, nuestro servicio se encuentra en la etapa de introducción, la cual se caracteriza por ser el punto de partida de un nuevo servicio en el mercado, donde se busca establecer su presencia y captar la atención de los clientes potenciales. En esta fase, el objetivo principal es crear conciencia y generar interés en nuestra plataforma.
En adición, en esta etapa nuestro servicio se enfrentará a ciertos desafíos que requerirán medidas, como por ejemplo las siguientes:

- Baja demanda: En la etapa de introducción, es común que la demanda de nuestro servicio sea relativamente baja dado que los clientes aún no están familiarizados con la plataforma y pueden necesitar tiempo para comprender sus beneficios y valor. Por lo tanto, es importante establecer expectativas realistas y tener en cuenta que el crecimiento puede ser gradual en esta etapa inicial.

- Inversiones en marketing: Para generar conciencia y captar la atención de los clientes, será necesario invertir en estrategias de marketing efectivas. Esto implica la creación de campañas publicitarias, promoción en medios especializados en videojuegos, participación en eventos relevantes y la utilización de estrategias de marketing digital para llegar a nuestro público objetivo. Estas inversiones en marketing son esenciales para aumentar la visibilidad y la exposición de nuestro servicio.

- Educación del mercado: En la etapa de introducción, es fundamental educar al mercado sobre las capacidades y beneficios únicos de nuestra plataforma. Esto implica comunicar claramente cómo nuestro servicio puede satisfacer las necesidades de los usuarios y ofrecerles una experiencia mejorada en la recomendación de videojuegos. Debemos enfocarnos en destacar nuestras ventajas competitivas y diferenciarnos de otras opciones existentes en el mercado.

6.1.5. Marca

Nuestra estrategia de marca consistirá en la estrategia de marca del fabricante, donde consideraremos los siguientes aspectos.

- Control total: Como fabricantes tendremos el control total sobre el diseño, la producción, el marketing y la distribución de nuestros servicios.
- Identidad de marca única: Construiremos una identidad de marca única y estableceremos una percepción de calidad, valor y experiencia asociada a nuestros servicios.
- Mayor inversión en marketing: Invertiremos en actividades de marketing y publicidad para promocionar nuestra marca y diferenciarla de la competencia.

6.1.5.1. Descripción general de la marca

Nuestra marca consistirá en “InnoviaReach”.

Optamos por esta marca, la cual combina los conceptos de innovación y tecnología (innovación) con la idea de avanzar y progresar (vía). Además, es una palabra corta y fácil de recordar, lo cual puede ser beneficioso para establecer una presencia sólida en el mercado.

Y el término “Reach” indica nuestra capacidad para llegar a audiencias más amplias, ya sea a través de campañas publicitarias, estrategias de contenido o marketing digital en general.

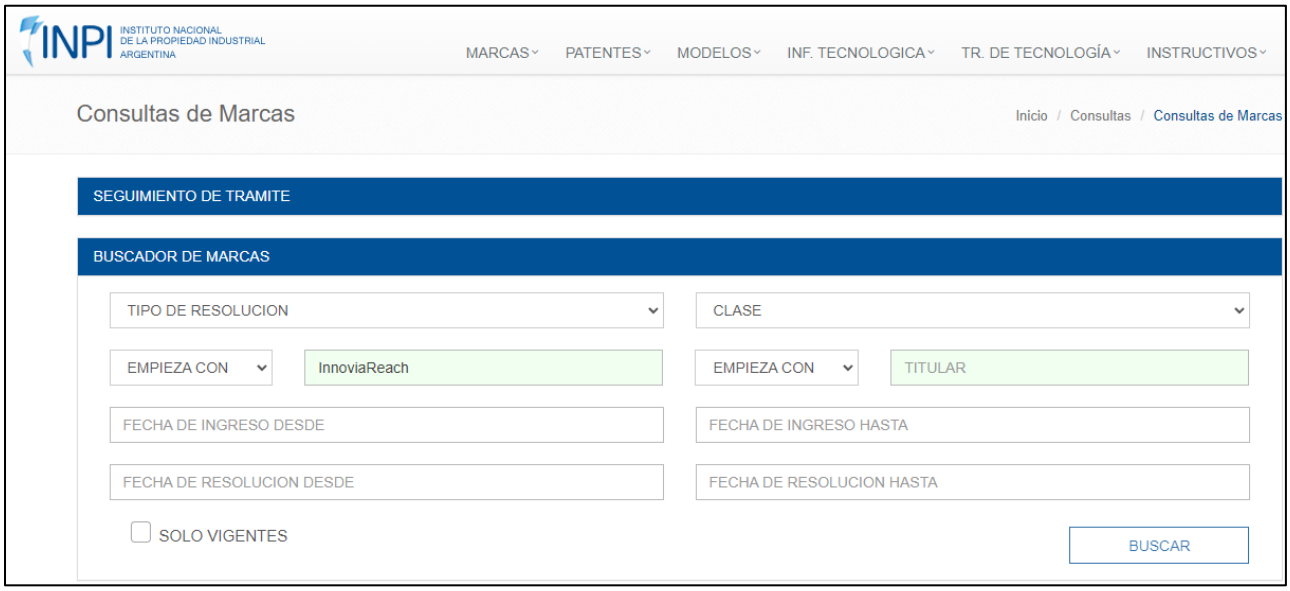
6.1.5.2. Imagotipo

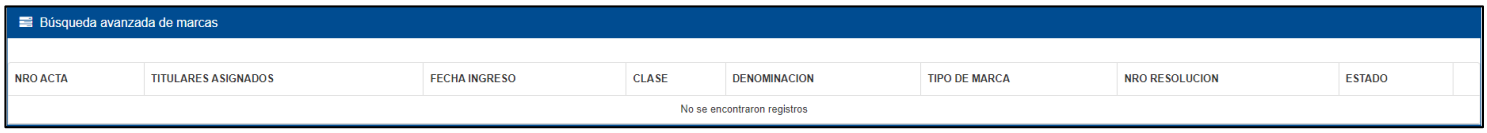
El imagotipo seleccionado consiste en el siguiente:



6.1.5.3. Registración de la marca

Para la registración de nuestra marca investigamos la página del INPI (Instituto nacional de la propiedad industrial) https://portaltramites.inpi.gob.ar/Home/index, a partir de la cual verificamos que la marca “InnoviaReach” no se encuentra registrada.





6.1.5.4. Registración de la marca electrónica

Para la registración de nuestra marca electrónica identificamos la página https://nic.ar/verificar-dominio, a partir de la cual verificamos que el dominio “InnoviaReach.com.ar” no se encuentra registrado.



6.2. Estrategia de precios

6.2.1. Análisis de precios

6.2.1.1. Costos fijos

Costos Fijos	• Desarrollo y mantenimiento de la plataforma: Incluye los gastos relacionados con el diseño, programación y actualizaciones del software, así como los costos de alojamiento y servidores. • Personal: Salarios y beneficios para los empleados. • Infraestructura tecnológica: Equipos informáticos, licencias de software y sistemas de seguridad necesarios para el funcionamiento del servicio. • Publicidad y promoción: Inversión en campañas de marketing digital, publicidad en línea y medios de comunicación para atraer usuarios y promocionar el servicio. • Gastos administrativos y legales: Gastos generales de la empresa, como servicios públicos, seguros y honorarios legales.

6.2.1.2. Costos variables

Costos Variables	• Costos de procesamiento y almacenamiento de datos: A medida que recopilemos y procesemos datos de usuarios y patrones de consumo, es posible que incurramos en costos variables relacionados con el procesamiento y almacenamiento de grandes volúmenes de datos. Estos costos pueden aumentar a medida que crezca la base de usuarios y se genere más información. • Costos de servicios en la nube: Al utilizar servicios en la nube para alojar la plataforma y procesar datos, es posible que los costos asociados con estos servicios sean variables y dependan del nivel de uso y capacidad que necesitemos. • Costos de integración y desarrollo de nuevas funcionalidades: Al agregar nuevas funcionalidades y mejoras a la plataforma con el tiempo, esto supondrá costos variables asociados con el desarrollo, la integración y la implementación de estas nuevas funcionalidades.

	• Costos de transacciones financieras: Al ofrecer opciones de pago en la plataforma, como suscripciones premium, deberemos pagar comisiones o tarifas variables asociadas a las transacciones financieras, como por ejemplo, por el procesamiento de pagos con tarjeta de crédito o plataformas de pago en línea. • Costos de atención al cliente adicional: A medida que aumente el número de usuarios y la actividad en la plataforma, es probable que también aumente la necesidad de brindar soporte y atención al cliente. Esto podría implicar costos variables relacionados con la contratación de personal adicional o la externalización de servicios de atención al cliente.

6.2.2. Análisis precio competencia

Servicio	3D Juegos	Metacritic	GameSpot
Recomendación de videojuegos			
Servicio de comercialización (orientado a la recomendación de videojuegos)	Esta página provee un servicio gratuito similar al nuestro, en el cual se exponen diversos videojuegos con sus reseñas y comentarios. Para mayor detalle referirse al análisis realizado en el punto: “2.2.1. Principales competidores”	Esta página provee un servicio gratuito similar al nuestro, en el cual se exponen diversos videojuegos con sus reseñas y comentarios. Para mayor detalle referirse al análisis realizado en el punto: “2.2.1. Principales competidores”	Esta página provee un servicio gratuito similar al nuestro, en el cual se exponen diversos videojuegos con sus reseñas y comentarios. Para mayor detalle referirse al análisis realizado en el punto: “2.2.1. Principales competidores”

6.2.3. Análisis sensibilidad del cliente

6.2.3.1. Efectos sensibilidad al precio

6.2.3.1.1. Efecto precio de referencia

En cuanto al efecto precio de referencia, los clientes suelen establecer un precio de referencia o punto de comparación al evaluar el valor de un producto

o servicio, por lo tanto, si nuestro precio está por encima del precio de referencia percibido los clientes pueden considerarlo costoso y ser más reacios a adquirirlo, considerando a su vez que el servicio “similar” provisto por la competencia es de acceso gratuito. Para evitar esta situación, tomaremos en cuenta las siguientes acciones:

- Posicionamiento competitivo: Deberemos destacar los aspectos únicos y diferenciadores de nuestro servicio en comparación con la competencia, comunicando claramente los beneficios y valor agregado que ofrecemos en relación con el precio.
- Ofertas y promociones: Crearemos ofertas especiales, descuentos o paquetes que generen un precio de referencia favorable para los clientes. Estas promociones pueden ser temporales o estar ligadas a eventos específicos.

6.2.3.1.2. Efecto de calidad-precio

En cuanto al efecto de calidad-precio, los clientes tienden a evaluar el valor de un producto o servicio en relación con su calidad percibida. Si el precio de nuestro servicio es alto en comparación con la calidad percibida, los clientes pueden considerarlo excesivamente costoso y buscar alternativas más asequibles. Por lo cual, para encontrar un equilibrio entre el precio y la calidad percibida y así generar una percepción de valor favorable en los clientes, tomaremos en cuenta las siguientes iniciativas:

- Calidad percibida: Podremos demostrar la calidad del servicio a través de testimonios de clientes satisfechos, reseñas positivas y casos de éxito, destacando las características y beneficios únicos de nuestro servicio que justifiquen el precio.
- Personalización y experiencia: Buscaremos brindar una experiencia personalizada y de alta calidad a los clientes, otorgando soporte técnico especializado, asistencia personalizada y contenido exclusivo para suscriptores premium. Lo cual ayudará a respaldar la percepción de una calidad superior en relación con el precio.
- Prueba gratuita o periodo de prueba: Se ofrecerá a los clientes la oportunidad de probar el servicio premium de forma gratuita durante un tiempo limitado. Lo cual les permitirá evaluar la calidad y beneficios antes de comprometerse con una suscripción de pago.

6.2.3.1.3. Efecto de beneficio final

En cuanto al efecto de beneficio final, los clientes evalúan el beneficio que obtendrán al adquirir un producto o servicio en relación con su precio, es decir, este efecto se refiere a la sensibilidad del cliente ante la relación entre el precio

y los beneficios o satisfacciones que esperan obtener. Por lo cual, para abarcar este efecto, tomaremos en cuenta las siguientes iniciativas:

- Comunicación de beneficios: Destacaremos claramente los beneficios y valor que nuestro servicio proporciona, enfatizando en cómo la plataforma puede ayudar a descubrir nuevas oportunidades de entretenimiento y mejorar la experiencia de juego.

6.2.4. Estrategia de precio

A partir del análisis realizado de costos, clientes y competencia, concluimos que la estrategia de precio adecuada para implementar es la estrategia “Neutra”, manteniendo precios de “status quo”.

Esta selección de una estrategia equilibrada se debe a factores tales como una competencia intensa, la cual nos delimita a establecer precios similares a los de nuestros competidores (aunque ya analizamos que nuestros competidores ofrecen menos capacidades pero con acceso gratuito), lo cual nos ayudará a mantener nuestra participación en el mercado. Otro factor es el valor percibido comparable, donde si los beneficios y características de nuestro servicio se consideran similares a los de los competidores, establecer precios neutrales nos permitirá atraer a un segmento amplio de usuarios que buscan una buena relación calidad-precio.

En resumen, la estrategia de precios seleccionada nos permitirá competir efectivamente en un mercado con competidores que ofrecen servicios gratuitos, y mantener un equilibrio entre precio y beneficios.

A partir de esto nos enfocaremos en brindar un servicio de calidad, retener clientes, mantener la flexibilidad para futuras mejoras y poder establecernos como una opción atractiva en el mercado de servicios de comercialización.

6.2.5. Lista de precios

Servicio	Precio 2025	Precio 2026	Precio 2027
Servicio de recomendación de videojuegos (Sin suscripción)	Gratis	Gratis	Gratis
Servicio de recomendación de videojuegos (Suscripción premium)	$ 4.620,00 (Mensual)	$ 5.005,00 (Mensual)	$ 5.390,00 (Mensual)

6.3. Estrategia de promoción

6.3.1. Mix de promoción

6.3.1.1. Publicidad

6.3.1.1.1. Publicidad Offline

Nuestra presencia será esencialmente digital, por lo cual no consideramos pertinente publicidad offline.

6.3.1.1.2. Publicidad Online

Nuestro negocio se enfocará en desarrollar una estrategia de publicidad online integral para promover nuestros servicios de comercialización. Utilizaremos una combinación de medios de difusión en línea para maximizar nuestra visibilidad y llegar a nuestro público objetivo de manera efectiva. Estos medios incluirán la publicidad en motores de búsqueda como Google, donde nos aseguraremos de que nuestra plataforma aparezca en los resultados relevantes cuando los usuarios busquen información sobre videojuegos. Además, dado que nuestro mercado meta consiste en un público argentino, entre 25 y 34 años, y de género masculino, aprovecharemos las redes sociales tales como Instagram, X y TikTok para llegar a una audiencia más amplia y generar interacción con nuestros usuarios a través de anuncios, publicaciones y contenido relevante. También consideraremos la publicidad en sitios web y blogs especializados en videojuegos, ya que esto nos permitirá llegar a una audiencia altamente segmentada y de interés específico. Adicionalmente, exploraremos oportunidades de colaboración con influencers y medios especializados en el mercado de los videojuegos, aprovechando su alcance y credibilidad para amplificar la visibilidad de nuestra marca y generar confianza entre los usuarios. Con esta estrategia integral de publicidad online, buscamos generar anuncios creativos y persuasivos, dirigidos a nuestro mercado meta, para así aumentar nuestra presencia en el mercado y captar la atención de potenciales usuarios interesados.

6.3.1.2. Promoción de ventas

6.3.1.2.1. Descuentos Iniciales

Como parte de nuestra estrategia de promoción, nuestro negocio se enfocará en ofrecer descuentos iniciales atractivos a nuestros clientes. Estos descuentos estarán diseñados para incentivar la utilización temprana de nuestros servicios y generar un impulso inicial en el mercado. Utilizaremos diversas tácticas promocionales, como descuentos por tiempo limitado y ofertas de lanzamiento exclusivas, para atraer a nuevos usuarios y fomentar la lealtad de nuestros clientes existentes. Además, nos aseguraremos de comunicar de manera efectiva estos descuentos a través de nuestros canales de marketing, incluyendo nuestras plataformas digitales, redes sociales y campañas de correo electrónico. Al combinar nuestra propuesta de valor única con descuentos atractivos, buscamos captar la atención de los consumidores, generar un mayor interés en nuestros servicios y aumentar la participación en el mercado desde el inicio.

6.3.1.3. Ventas personales

En cuanto a las ventas personales contaremos con un equipo de ventas altamente capacitado y comprometido que se encargará de establecer relaciones sólidas con nuestros clientes. Adoptaremos un enfoque consultivo, escuchando atentamente las necesidades y objetivos de cada cliente y ofreciendo soluciones personalizadas que se ajusten a sus requerimientos específicos. Nuestro equipo de ventas se esforzará por brindar un servicio excepcional, responder rápidamente a las consultas y proporcionar asesoramiento experto en todo momento. A través de un enfoque centrado en el cliente y una comunicación efectiva, buscamos establecer relaciones duraderas con nuestros clientes.

6.3.1.4. RR PP

En nuestro negocio, consideramos las relaciones públicas como una parte integral de nuestra estrategia de promoción. Buscamos establecer y mantener relaciones positivas con diversos actores clave, como medios de difusión e influencers.

Buscamos generar visibilidad y credibilidad para nuestra marca. También nos comprometemos a compartir contenido valioso y relevante a través de nuestras plataformas digitales y redes sociales, brindando información útil y actualizada, y que resalte los beneficios y el valor de nuestros servicios. Además, nos esforzaremos por buscar oportunidades de colaboración que beneficien a nuestros clientes y al mercado en general.

6.3.1.5. A.I.D.A.

Aplicaremos el modelo A.I.D.A. para guiar a los consumidores a través de las etapas de Atención, Interés, Deseo y Acción.

- En primer lugar, en la etapa de Atención, captaremos la atención del público objetivo mediante mensajes y anuncios impactantes. Utilizaremos técnicas creativas y llamativas para destacar los beneficios y características únicas de nuestro servicio de comercialización. Esto nos permitirá generar un primer contacto con los consumidores y despertar su curiosidad.
- Una vez captada la atención, nos centraremos en la etapa de Interés, en la cual proporcionaremos información detallada sobre cómo nuestro servicio puede resolver las necesidades y problemas de los consumidores. Destacaremos los beneficios clave y demostraremos cómo nuestro enfoque innovador y tecnológico marca la diferencia en el mercado. Mediante casos de éxito, testimonios y ejemplos concretos, despertaremos el interés de los consumidores y los convenceremos de que nuestro servicio es la solución adecuada para ellos.
- Luego, en la etapa de Deseo, nos enfocaremos en crear un deseo genuino en los consumidores hacia nuestro servicio. Destacaremos los resultados que pueden obtener al utilizar nuestra plataforma y resaltaremos las ventajas competitivas, como la personalización de las recomendaciones y la posibilidad de formar parte de una comunidad de usuarios apasionados por los videojuegos, buscando despertar su deseo de formar parte de nuestra plataforma.
- Finalmente, en la etapa de Acción, facilitaremos el proceso de adquisición y daremos un impulso decisivo para que los consumidores tomen acción, utilizando llamados a la acción claros y persuasivos y ofreciendo incentivos especiales, como descuentos o promociones exclusivas para los primeros suscriptores. Además, implementaremos una interfaz intuitiva y fácil de usar que permita a los usuarios realizar la suscripción de forma rápida y sencilla.

Mix de promoción	Atención	Interés	Deseo	Acción
Publicidad	Publicidad en motores de búsqueda, donde nos aseguraremos de que nuestra plataforma aparezca en los resultados relevantes, y en redes sociales tales como Instagram, Twitter y TikTok.	Anuncios creativos y persuasivos dirigidos a nuestro mercado meta.	N/A	N/A
Relaciones públicas	Relaciones positivas con medios de difusión e influencers para generar visibilidad y credibilidad.	Compartir contenido valioso y relevante a través de nuestras plataformas digitales y redes sociales, brindando información útil y actualizada.	Compartir contenido que resalte los beneficios y el valor de nuestros servicios.	N/A
Promoción de ventas	N/A	N/A	Comunicar y destacar los beneficios que los clientes obtendrán al utilizar nuestra propuesta de valor única.	Descuentos por tiempo limitado y ofertas de lanzamiento exclusivas, para atraer a nuevos usuarios y fomentar la lealtad de nuestros clientes existentes.
Venta personal	N/A	N/A	N/A	- Respuesta rápida a las consultas y proporcionar asesoramiento experto en todo momento. - Comunicación efectiva, que permita establecer relaciones duraderas con nuestros clientes.

6.4. Estrategia de plaza (Distribución)

6.4.1. Canales

Utilizaremos el canal online como nuestro principal medio de distribución, siguiendo una estructura de canal directo, sin contar con intermediarios. A través de nuestro sitio web y aplicación móvil, los usuarios podrán acceder y disfrutar de todas las capacidades de nuestro servicio, ya sea la versión gratuita o la versión premium de suscripción. Además, permitirá a los usuarios acceder al servicio en cualquier momento y desde cualquier lugar con conexión a Internet.

6.4.2. Función de canales

En cuanto a la función de los canales, nuestro enfoque será brindar una experiencia de usuario excepcional. Nos aseguraremos de que el canal de distribución sea fácil de usar, intuitivo y esté disponible en múltiples plataformas (web, aplicaciones móviles, etc.), que permitan una llegada efectiva de nuestro servicio a los clientes. También implementaremos un servicio de atención al cliente eficiente y ágil para resolver cualquier consulta o problema que puedan tener los usuarios.
Por lo tanto, se abarcarán varias funciones clave como:

a. Facilitar el acceso: Se deberá proporcionar a los clientes un acceso fácil y conveniente a nuestro servicio, lo cual implica asegurar la disponibilidad en diversas plataformas y dispositivos, como sitios web y aplicaciones móviles. La facilidad de acceso contribuirá a aumentar la adopción y el uso de nuestro servicio.

b. Información y comunicación: A través de la comunicación y el intercambio de información con los clientes, podremos brindar información detallada sobre las características y beneficios de nuestro servicio, así como proporcionar actualizaciones, promociones y soporte técnico. La comunicación efectiva a través del canal nos ayudará a generar interés y confianza en nuestro servicio.

c. Evaluación del desempeño: Nuestro canal nos brindará la oportunidad de evaluar el desempeño de nuestro servicio en el mercado, recopilando datos y retroalimentación de los clientes, analizando las métricas de uso y midiendo el impacto de nuestras estrategias de distribución. Esta información nos ayudará a tomar decisiones informadas para mejorar nuestro servicio y ajustar nuestras estrategias de distribución en el futuro.

6.4.3. Cuarto canal

En lo que respecta al cuarto canal, permitiendo este conseguir una distribución adicional que nos permitirá ampliar nuestra presencia y llegar a un público más amplio, exploraremos la colaboración con socios estratégicos.

En primer lugar, consideraremos establecer alianzas con plataformas de streaming de videojuegos. Estas plataformas son altamente populares y cuentan con una amplia base de usuarios con gusto por los videojuegos, por lo cual, al asociarnos con estas, podremos promocionar y ofrecer nuestro servicio de manera directa a los usuarios que ya están interesados en el consumo de videojuegos. Esto nos brinda una ventaja estratégica al llegar a un público altamente relevante y captar su atención en un entorno en el que ya están inmersos.

Además de las plataformas de streaming, podemos considerar colaboraciones con desarrolladores de videojuegos, dado que a partir de estas podremos acceder a un público específico y altamente segmentado. Esto nos permitirá ofrecer nuestro servicio directamente a los usuarios que ya están interesados en los videojuegos desarrollados por nuestros socios, lo que aumentará nuestra visibilidad y la posibilidad de captar nuevos clientes.

Finalmente, otro aspecto a considerar en el cuarto canal es la colaboración con tiendas en línea de videojuegos. Estas tiendas son puntos de venta populares y reconocidos en el mercado, los cuales nos brindan la oportunidad de promocionar y ofrecer nuestro servicio a una audiencia específica de jugadores, pudiendo además establecer acuerdos con estas tiendas para promover nuestro servicio a través de campañas conjuntas y descuentos exclusivos. Esto nos permitirá aprovechar la base de usuarios existente de estas tiendas y aumentar nuestra visibilidad en el mercado.

6.4.4. Logística

En términos de logística, nos aseguraremos de contar con una infraestructura sólida que respalde la entrega de nuestro servicio de manera eficiente. Esto incluye la implementación de servidores confiables y escalables, el manejo adecuado de la gestión de datos y la seguridad de la información de los usuarios. También nos aseguraremos de contar con sistemas de respaldo y recuperación de datos para garantizar la continuidad del servicio en caso de cualquier eventualidad.

7. Organización requerida

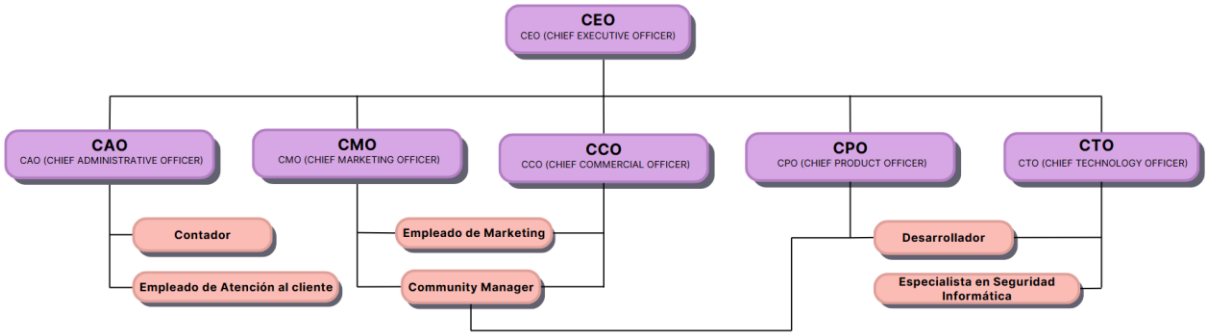
7.1. Estructura

En cuanto a la estructura de nuestra organización, esta se encuentra basada en una cultura que se caracterizará por ser adaptable, proactiva y orientada al cliente, destacándose por nuestra capacidad de adecuarnos al cambio y utilizarlo como una oportunidad de crecimiento y mejora. Y a través de nuestra dedicación hacia nuestros clientes, buscaremos establecer relaciones sólidas y duraderas, brindándoles un servicio excepcional que supere sus expectativas.

Adicionalmente, en cuanto al liderazgo, valoraremos y cultivaremos una serie de características fundamentales tales como la visión, la capacidad de comunicación efectiva y la habilidad para inspirar a otros a alcanzar metas ambiciosas, generando confianza y estableciendo relaciones de colaboración sólidas. Por lo tanto, nuestros líderes estarán comprometidos con la excelencia y se esforzarán por alcanzar los objetivos organizacionales de manera ética y responsable, reconociendo la importancia de la conciliación y equilibrio entre la vida laboral y personal y fomentando un entorno de trabajo saludable y armonioso.

7.1.1. Organigrama

En cuanto al organigrama de nuestra empresa, consideramos que una estructura funcional resulta adecuada debido a que, en primer lugar, esta basa en agrupar a los empleados por funciones o áreas específicas de trabajo, lo que permitirá una mayor especialización y eficiencia en la ejecución de tareas, con lo cual aprovecharemos al máximo las habilidades y conocimientos especializados de nuestros empleados. Por lo tanto, al agrupar a los empleados en áreas funcionales, como marketing, servicio al cliente, desarrollo, entre otros, podremos asignar tareas y responsabilidades específicas a los expertos en cada campo, lo que garantizará una ejecución de calidad en cada área de nuestro negocio. Además, la estructura funcional proporciona claridad en cuanto a las responsabilidades y líneas de autoridad ya que cada área funcional tendrá un líder o gerente responsable, lo que facilita la toma de decisiones y la asignación de tareas, y evita confusiones y conflictos en la organización ya que los empleados sabrán a quién reportar y a quién acudir en busca de orientación en su área específica de trabajo.



7.2. Proceso de toma de decisiones

Para el proceso de toma de decisiones estratégicas definimos un proceso que comprende los siguientes pasos:

1) Definir el problema: En este paso se identificarán y definirán claramente el problema estratégico que requiere una decisión, pudiendo ser una oportunidad de crecimiento, un desafío competitivo o cualquier otro aspecto que afecte la dirección a largo plazo de la empresa.
2) Analizar el problema: Una vez que el problema está definido, es importante realizar un análisis exhaustivo de todas las variables relevantes, lo cual implica recopilar y examinar datos, realizar investigaciones de mercado, evaluar el entorno competitivo y considerar factores internos y externos que puedan influir en la decisión estratégica.
3) Evaluar soluciones: En esta etapa deberán generarse diversas opciones o soluciones posibles para abordar el problema identificado, donde cada solución debe ser analizada en términos de su viabilidad, impacto potencial, riesgos asociados y alineación con los objetivos estratégicos de la empresa.
4) Elegir solución: Una vez evaluadas todas las opciones, se deberá seleccionar la solución más adecuada. Esto implicará comparar los pros y los contras de cada opción, considerar los recursos necesarios y los posibles resultados esperados. La elección debe estar respaldada por un análisis sólido y estar alineada con la visión y misión de la organización.
5) Aplicar solución: Una vez que se ha tomado la decisión estratégica, esta deberá implementarse, lo cual implica asignar recursos, establecer un plan de acción detallado, comunicar la decisión a los miembros relevantes de la empresa y seguir los pasos necesarios para poner en marcha la solución elegida.
6) Evaluar resultados: Después de implementar la solución, se deberán monitorear y evaluar los resultados obtenidos a través de un seguimiento

de los indicadores clave de rendimiento (KPI), comparando los resultados con los objetivos establecidos y realizando ajustes si es necesario. La evaluación continua permitirá aprender de la experiencia y realizar mejoras en futuras decisiones estratégicas.

Y en cuanto al el proceso de toma de decisiones operativas definimos un proceso que comprende los siguientes pasos:

1) Definir el problema: En este caso, el enfoque se centra en los problemas operativos diarios que requieren una toma de decisiones inmediata. Esto puede incluir problemas relacionados con la asignación de recursos, la gestión del tiempo, la resolución de conflictos, entre otros.
2) Analizar el problema: Una vez que se identifica el problema operativo, es esencial analizarlo en detalle a través de la recopilación de información relevante, identificación de las causas subyacentes, consideración de las implicaciones a corto plazo y evaluación del impacto en las operaciones diarias de la empresa.
3) Evaluar soluciones: En esta etapa, se deberán generar diferentes opciones para abordar el problema operativo, evaluando los posibles enfoques, considerando factores como la eficiencia, la viabilidad y la capacidad de implementación en el corto plazo.
4) Elegir solución: Una vez evaluadas todas las opciones, se selecciona la solución más apropiada para resolver el problema operativo basándose en consideraciones prácticas y en la capacidad de implementación rápida y efectiva.
5) Aplicar solución: Una vez seleccionada la solución, se deberá implementar, lo cual implica asignar tareas y responsabilidades, comunicar la solución a los equipos pertinentes y establecer un plan de acción detallado para su ejecución.
6) Evaluar resultados: Después de implementar la solución, se evaluarán los resultados y verificarán si se resolvió el problema operativo de manera efectiva. Esto implica monitorear el progreso, analizar los cambios en el rendimiento y realizar ajustes si es necesario para garantizar una solución duradera y eficiente.

7.3. Tratamiento de conflictos

En cuanto al tratamiento de conflictos, consideramos adecuada como técnica de gestión de conflictos a la colaboración, es decir, aquella técnica basada en el enfoque de buscar soluciones que satisfagan a todas las partes involucradas en el conflicto. Esto fomenta la comunicación abierta, el trabajo en equipo y el esfuerzo por encontrar soluciones creativas y constructivas que resuelvan los conflictos de manera satisfactoria para todas las partes.

Adicionalmente, teniendo en cuenta que nuestro negocio se basa en la provisión de servicios de comercialización, la colaboración se alinea perfectamente con nuestra estrategia y valores organizacionales, ya que, como proveedor de servicios, es crucial mantener relaciones sólidas con nuestros clientes, socios y miembros del equipo. Esto también contribuirá a largo plazo a la retención de talento, la lealtad del cliente y a nuestro éxito general.

Finalmente, junto con la técnica de la colaboración, resaltamos el factor de mediación, el cual implica la intervención de un tercero neutral y capacitado el cual facilita la comunicación entre las partes en conflicto y los guía hacia la búsqueda de soluciones mutuamente aceptables, ayudando a las partes a expresar sus intereses, necesidades y preocupaciones de manera más efectiva.

La combinación de mediación y colaboración permitirá que las partes en conflicto sean más receptivas y abiertas a la resolución de problemas, ya que la mediación ayuda a superar barreras emocionales y a construir un ambiente de confianza, mientras que la colaboración permite aprovechar la diversidad de ideas y conocimientos para llegar a acuerdos sólidos.

7.4. Análisis de puestos

7.4.1. Gerencias

Puesto:	**Gerente General (CEO)**
Descripción:	El gerente general es el máximo responsable de la organización y se encarga de dirigir y coordinar todas las áreas de la empresa. Su rol incluye la toma de decisiones estratégicas, el establecimiento de metas y objetivos, la supervisión del desempeño general de la empresa y la representación ante stakeholders externos.
Tareas:	• Definir la visión, misión y estrategia de la empresa. • Establecer metas y objetivos a largo plazo. • Tomar decisiones clave para el crecimiento y la dirección de la empresa. • Dirigir y supervisar a los equipos directivos y a los líderes de cada área. • Establecer y mantener relaciones estratégicas con socios, clientes y proveedores. • Representar a la empresa en eventos, conferencias y reuniones con inversores u otras partes interesadas. • Supervisar las operaciones y el rendimiento financiero de la empresa. • Identificar y gestionar riesgos empresariales. • Fomentar una cultura organizacional positiva y motivadora. • Servir como enlace entre la junta directiva y el resto de la organización. • Promover la innovación y el desarrollo de nuevos productos o servicios. • Evaluar el desempeño de la empresa y realizar ajustes estratégicos según sea necesario. • Supervisar y gestionar el presupuesto y los recursos de la empresa. • Tomar decisiones importantes en situaciones de crisis o cambio. • Mantenerse actualizado sobre las tendencias y los cambios en el mercado y la industria.
Perfil:	Sexo: Indistinto. Edad: Indistinto. Experiencia: 6 a 8 años en posiciones de liderazgo. Educación: Administración de empresas, dirección estratégica o carreras afines. Conocimientos: Capacidad para tomar decisiones estratégicas, habilidades de comunicación efectiva y visión empresarial.
Remuneración bruta:	$2.500.000

Puesto:	**Gerente administrativo (CAO)**
Descripción:	El gerente administrativo es el encargado de supervisar y gestionar las operaciones administrativas de la empresa, optimizando los recursos y garantizando el cumplimiento de políticas y procesos internos. Su rol implica la coordinación de áreas clave como finanzas, recursos humanos y operaciones.
Tareas:	• Supervisar la administración de la empresa y optimizar los procesos internos. • Establecer y gestionar políticas de control de gastos y presupuestos. • Identificar y corregir ineficiencias en la asignación de recursos. • Colaborar con el CEO para definir estrategias operativas. • Asegurar el cumplimiento de las normativas legales y fiscales. • Coordinar con el equipo de finanzas para la planificación presupuestaria. • Evaluar regularmente el rendimiento operativo y ajustar procesos según sea necesario. • Incentivar la mejora continua y la innovación en procesos administrativos.
Perfil:	Sexo: Indistinto. Edad: Indistinto. Experiencia: 5 a 7 años en roles de gestión o dirección Educación: Administración de empresas, Finanzas o carreras afines. Conocimientos: Gestión financiera, control de presupuesto, optimización de procesos, liderazgo de equipos.
Remuneración bruta:	$2.300.000

Puesto:	**Gerente de Marketing (CMO)**
Descripción:	El gerente de marketing es responsable de liderar la estrategia de marketing de la empresa, enfocándose en el crecimiento, posicionamiento de marca y captación de clientes. Supervisa el desarrollo de campañas, alianzas estratégicas y la implementación de estrategias de marketing digital.
Tareas:	• Supervisar campañas publicitarias y de marketing digital. • Establecer alianzas estratégicas con influencers y medios. • Analizar el mercado y la competencia para ajustar estrategias. • Colaborar con el equipo de ventas para definir estrategias de precios. • Evaluar el rendimiento de las campañas y optimizar resultados. • Supervisar el branding y la identidad corporativa de la empresa. • Promover el crecimiento de la comunidad y la retención de usuarios.
Perfil:	Sexo: Indistinto. Edad: Indistinto. Experiencia: 6 a 8 años en dirección de marketing o roles estratégicos en marketing digital. Educación: Marketing, Administración o Comunicación. Conocimientos: Estrategia de marketing, análisis de datos, posicionamiento de marca, publicidad digital, liderazgo de equipos.
Remuneración bruta:	$2.300.000

Puesto:	**Gerente de Tecnología (CTO)**
Descripción:	El gerente de tecnología es el responsable de la estrategia tecnológica de la empresa, supervisando el desarrollo del software, la implementación de nuevas tecnologías y la seguridad de la información. Es el líder técnico y guía al equipo de desarrollo e IT.
Tareas:	• Supervisar el diseño y desarrollo de la plataforma de recomendaciones. • Evaluar e implementar tecnologías innovadoras. • Garantizar la seguridad de la información y protección de datos. • Liderar al equipo de desarrolladores y especialistas en IT. • Monitorear el rendimiento del software y planificar actualizaciones y mejoras • Evaluar riesgos tecnológicos y gestionar incidentes críticos.
Perfil:	Sexo: Indistinto. Edad: Indistinto. Experiencia: 7 a 10 años en desarrollo de software y liderazgo técnico. Educación: Ingeniería en Sistemas o Ciencias de la Computación. Conocimientos: Desarrollo de software, machine learning, ciberseguridad, optimización de rendimiento, liderazgo técnico.
Remuneración bruta:	$2.300.000

Puesto:	**Gerente de productos/servicios (CPO)**
Descripción:	El gerente de productos/servicios lidera el desarrollo y la evolución de los servicios de la empresa, asegurando que estos satisfagan las necesidades del mercado y generen valor para los usuarios. Es responsable del ciclo de vida del servicio y la experiencia de usuario.
Tareas:	• Supervisar el diseño y la implementación de nuevas funcionalidades. • Realizar estudios de mercado para identificar oportunidades de mejora. • Recopilar y analizar feedback de usuarios para guiar el desarrollo del producto. • Monitorear el rendimiento del producto y realizar ajustes estratégicos. • Promover la innovación y el desarrollo de nuevas características.
Perfil:	Sexo: Indistinto. Edad: Indistinto. Experiencia: 5 a 7 años en gestión de productos y experiencia de usuario. Educación: Administración, Ingeniería o Diseño de Producto. Conocimientos: Desarrollo de producto, análisis de mercado, liderazgo de proyectos, gestión de equipos.
Remuneración bruta:	$2.300.000

Puesto:	**Gerente Comercial (CCO)**
Descripción:	El gerente comercial es el encargado de la estrategia comercial de la empresa, liderando las actividades de ventas y expansión de mercado. Supervisa la relación con los clientes y socios estratégicos para impulsar el crecimiento de la empresa.
Tareas:	• Identificar oportunidades de expansión en nuevos mercados. • Establecer relaciones estratégicas con socios y distribuidores. • Colaborar con el equipo de marketing para definir estrategias de ventas. • Supervisar el rendimiento de las actividades comerciales y ajustar estrategias según los resultados. • Analizar el mercado y la competencia para identificar nuevas oportunidades de negocio. • Liderar al equipo de ventas y asegurar el cumplimiento de los objetivos de ingresos. • Promover el crecimiento de la base de clientes y la retención.
Perfil:	Sexo: Indistinto. Edad: Indistinto. Experiencia: 6 a 8 años en roles comerciales y dirección de ventas. Educación: Administración, Marketing o Economía. Conocimientos: Estrategia comercial, ventas, análisis de mercado, liderazgo de equipos, desarrollo de negocios.
Remuneración bruta:	$2.300.000

7.4.2. Servicio al cliente

Puesto:	**Especialista en Atención al Cliente**
Descripción:	El especialista en atención al cliente se encarga de brindar soporte y atención personalizada a los clientes de la empresa, respondiendo consultas, resolviendo problemas y gestionando reclamaciones. Además, registra y analiza la información de los clientes para identificar oportunidades de mejora en el servicio.
Tareas:	• Establecer un sistema de atención al cliente eficiente para resolver problemas relacionados con la distribución. • Ofrecer soporte al cliente ágil y eficiente para resolver consultas y problemas.
Perfil:	Sexo: Indistinto. Edad: Indistinto. Experiencia: 2 a 3 años en atención al cliente, habilidades de comunicación y capacidad para resolver problemas Educación: Formación en administración de empresas, marketing o carreras afines. Conocimientos: Atención al cliente.
Remuneración bruta:	$900.000

7.4.3. Seguridad informática

Puesto:	**Especialista en seguridad informática**
Descripción:	El especialista en seguridad informática se encarga de diseñar, implementar y mantener los sistemas de seguridad informática de la empresa, incluyendo firewalls, sistemas de detección de intrusos, sistemas de autenticación, entre otros. Además, realiza evaluaciones de seguridad y brinda soporte técnico en caso de incidentes.
Tareas:	• Realizar una auditoría de la infraestructura tecnológica identificando las áreas de mejora y las necesidades de actualización en cuanto a redes y hardware. • Evaluar y seleccionar herramientas tecnológicas adecuadas, configurándolas según los requisitos de la organización • Planificar e implementar la nueva infraestructura, coordinando con TI y proveedores, y realizando pruebas de funcionamiento para asegurar la continuidad del negocio • Realizar una evaluación de riesgos de seguridad y realizar pruebas de rendimiento para identificar y resolver vulnerabilidades. • Establecer políticas y procedimientos de seguridad de la información y capacitar al personal en buenas prácticas y ciberseguridad. • Implementar, monitorear y resolver problemas de seguridad en sistemas y redes, incluyendo firewalls, antivirus y detección de intrusos.
Perfil:	Sexo: Indistinto. Edad: Indistinto. Experiencia: 3 a 5 años en seguridad informática. Educación: Formación en seguridad informática, ingeniería informática o carreras afines. Conocimientos: Tecnologías de seguridad y capacidad para resolver problemas técnicos
Remuneración bruta:	$ 1.700.000

7.4.4. Desarrollo

Puesto:	**Desarrollador**
Descripción:	El desarrollador se encarga de diseñar, desarrollar y mantener el software, utilizando lenguajes de programación y frameworks adecuados. Además, realiza pruebas y optimización del código.
Tareas:	• Crear una interfaz atractiva y amigable para los usuarios a partir de técnicas de diseño UI con mejoras continúas basadas en la retroalimentación. • Ayudar con la auditoría de la infraestructura tecnológica existente, identificando áreas de mejora y las necesidades de actualización en cuanto a software y aplicaciones. • Investigar y evaluar soluciones tecnológicas para mejorar la colaboración y productividad. • Ayudar en la planificación e implementación de la nueva infraestructura. • Realizar pruebas de funcionamiento del software y asegurar la continuidad del negocio. • Monitorear y auditar los sistemas de la organización verificando que haya código seguro. • Identificar las necesidades de colaboración y productividad de los diferentes equipos y departamentos en cuanto a herramientas técnicas. • Seleccionar las herramientas adecuadas y configurarlas según los requisitos de la organización. • Capacitar al personal y ajustar nuevas herramientas. • Análisis de requisitos, diseño y desarrollo de la aplicación con algoritmos de machine learning. • Definir un proceso de mantenimiento y resolución continua de problemas. • Análisis técnico de la retroalimentación de usuarios. • Adaptar la aplicación y mejorar procesos internos que fomenten la retroalimentación y automatización ante las preferencias y necesidades de los nuevos mercados. • Ayudar de forma técnica a establecer estándares y procedimientos claros para cada proceso y a evaluar y medir regularmente los resultados de los procesos y realizar ajustes según sea necesario.
Perfil:	Sexo: Indistinto. Edad: Indistinto. Experiencia: 2 a 3 años en desarrollo de software. Educación: Ingeniería informática, sistemas o carreras afines. Conocimientos: Lenguajes de programación y capacidad para trabajar en equipo.
Remuneración bruta:	$1.500.000

7.4.5. Marketing

Puesto:	**Community Manager**
Descripción:	El Community Manager se encarga de gestionar las redes sociales y comunidades en línea de la empresa, creando y compartiendo contenido relevante, interactuando con los seguidores, gestionando la reputación de la marca y analizando métricas para mejorar el alcance y la participación.
Tareas:	• Desarrollar una estrategia de marketing digital y contenidos especializados en videojuegos, incluyendo reseñas, guías y publicidad online. • Desarrollar la identidad de marca, gestionar campañas publicitarias y optimizar los resultados según el análisis de datos. • Establecer un sistema de atención al cliente eficiente y mantener comunicación continua, recopilando feedback para identificar áreas de mejora. • Implementar campañas de lanzamiento específicas para cada mercado objetivo. • Implementar programas de capacitación, promover la colaboración y establecer canales de comunicación efectivos para mejorar la productividad. • Realizar estudios de usabilidad, pruebas de usuario y análisis de feedback para mejorar la experiencia del cliente.
Perfil:	Sexo: Indistinto. Edad: Indistinto. Experiencia: 2 a 3 años en gestión de redes sociales, habilidades de comunicación, creatividad y análisis de datos. Educación: Marketing digital, comunicación o carreras afines Conocimientos: Marketing digital.
Remuneración bruta:	$1.000.000

Puesto:	**Empleado de Marketing**
Descripción:	El empleado de marketing se encarga de la planificación y ejecución de las estrategias de marketing de la empresa. Su rol incluye la definición del plan de marketing, la gestión de campañas publicitarias, el análisis de mercado, la gestión de la marca y la supervisión del equipo de marketing.
Tareas:	• Establecer alianzas estratégicas con desarrolladores, distribuidores, influencers y socios locales para obtener información y ampliar la distribución. • Analizar precios de mercado, definir planes de suscripción y ajustar los precios según la demanda y la competencia. • Definir y ejecutar una estrategia de marketing digital, adaptando las campañas a los diferentes segmentos de mercado y regiones. • Monitorear y ajustar las estrategias de marketing y expansión según los resultados y análisis de mercado. • Realizar análisis de mercado y adaptar estrategias para identificar oportunidades y expandir a nuevos mercados. • Evaluar competencias y desarrollar programas de capacitación para cerrar brechas de habilidades en el personal.
Perfil:	Sexo: Indistinto. Edad: Indistinto. Experiencia: 2 a 3 años en gestión de redes sociales, habilidades de comunicación, creatividad y análisis de datos. Educación: Marketing digital, comunicación o carreras afines Conocimientos: Marketing digital.
Remuneración bruta:	$1.050.000

7.4.6. Contaduría

Puesto:	**Contador**
Descripción:	El contador se encarga de la gestión financiera y contable para garantizar la integridad y precisión de los registros financieros. Además, desempeñará un papel esencial en la elaboración de informes financieros, la presentación de impuestos y la planificación fiscal.
Tareas:	• Realizar análisis financiero para definir una estructura de precios y modelos de monetización competitivos, asegurando la rentabilidad del negocio. • Analizar y optimizar los recursos disponibles, implementando medidas para reducir costos y mejorar la asignación. • Establecer políticas de control de gastos, monitorear el presupuesto y ajustar estrategias según los resultados. • Analizar, estandarizar y mejorar procesos, evaluando resultados y realizando ajustes según sea necesario.
Perfil:	Sexo: Indistinto. Edad: Indistinto. Experiencia: 5 años de experiencia en funciones contables y financieras. Educación: Licenciatura en Contabilidad, Finanzas o campo relacionado. Conocimientos: Experiencia en software contable y financiero, conocimiento profundo de regulaciones fiscales y contables, habilidades analíticas y capacidad para trabajar con números.
Remuneración bruta:	$1.250.000

8. Adicional - Presupuesto financiero

8.1. Tipo de sociedad

Estableceremos en nuestro negocio una sociedad de tipo “Por Acciones Simplificadas” debido a que nos permitirá flexibilidad y facilitación de gestión en cuanto a nuestra estructura y funcionamiento, otorgando a los diversos accionistas responsabilidad limitada de acuerdo con la cantidad que posean.
Esto es así debido a factores tales como:

- Un menor número de trámites y documentos necesarios, lo que facilita el inicio rápido de las operaciones.
- Requisitos regulatorios más simples en comparación con otras sociedades.

8.2. Ubicación de las oficinas

Nuestras oficinas se encontrarán radicadas en Parque Patricios, debido a factores tales como:

- Contexto: Alquilar oficinas en esta ubicación nos permitiría acceder a un contexto favorable para empresas tecnológicas, otorgándonos la oportunidad de establecer conexiones con otras empresas del sector, compartir ideas y colaborar en proyectos.

- Infraestructura tecnológica: Al residir en un distrito tecnológico contaremos con una infraestructura tecnológica altamente desarrollada, como conectividad de alto rendimiento.

- Beneficios impositivos: Al residir en un distrito tecnológico estamos sujetos a incentivos fiscales y programas de apoyo gubernamentales para empresas tecnológicas.

9. Aspectos Descriptivos de la Solución Tecnológica

9.1. Visión del Producto

La solución tecnológica consiste en una aplicación de perfilado la cual, a través del uso de tecnología de machine learning, permite crear y asignar Clusters a los usuarios registrados en mi aplicación para así poder hacer recomendaciones de videojuegos personalizadas, permitiéndonos ayudar a los video jugadores a encontrar los videojuegos que más se adecuen a sus gustos y preferencias, teniendo como objetivo la maximización de la experiencia de juego.

Entre los beneficios alcanzados por mi servicio destacamos, en cuanto a los consumidores, que los usuarios podrán disfrutar de una experiencia de juego más personalizada y satisfactoria, permitiendo que los desarrolladores de videojuegos puedan llegar a un público más específico y relevante, aumentando su alcance y reduciendo el costo de adquisición de usuarios. Y en cuanto a mi negocio, el beneficio es la obtención de ventaja competitiva en el mercado a raíz de la diferenciación de nuestro servicio.

Entre los riesgos identificamos la volatilidad en los gustos y preferencias de los usuarios, en el ámbito geográfico de Argentina, aspectos tales como la inflación y el tipo de cambio, y a su vez desafíos legales y regulatorios en torno a la privacidad y protección de datos, siendo posible que algunos usuarios no estén dispuestos a compartir ciertos datos personales con nosotros.

9.1.1. Propuesta de valor del proyecto para la empresa

La propuesta de valor consiste en una solución tecnológica capaz de proveer al cliente un servicio de recomendación de videojuegos preciso, a través del uso de machine learning y el análisis de datos obtenidos del consumo de los clientes en plataformas de streaming tales como Youtube, Twitch y Kick, buscando así aumentar su satisfacción con la experiencia de juego.

Por lo tanto, al ofrecer recomendaciones personalizadas y precisas de videojuegos, aumentamos la capacidad de retención de usuarios buscando como objetivo incrementar la satisfacción del cliente, aspecto el cual se traduce en una mayor lealtad a la plataforma. Además, al ofrecer a los desarrolladores de videojuegos acceso a una audiencia más específica y relevante, aumentamos el valor de nuestra plataforma para los anunciantes y generamos nuevas fuentes de ingresos.

9.1.2. Hitos importantes del proyecto

Hitos/Entregables	Fecha objetivo
Presentación de la propuesta	11/04/2024
Plan de Trabajo	08/05/2024
Inicio del Proyecto	08/05/2024
Investigación de mercado	20/06/2024
Diseño de la arquitectura de la solución	30/06/2024
Desarrollo de la plataforma web	18/07/2024
Integración con fuentes de datos externas	15/09/2024
Desarrollo del algoritmo de perfilado	10/10/2024
Pruebas de usuario	05/11/2024
Cierre/Finalización del proyecto	31/12/2024

9.2. Visión del Producto

9.2.1. Historias de usuario




InnoviaReach
HISTORIA DE USUARIO 1.1
RECOMENDACIONES PERSONALIZADAS
Una vez registrada la cuenta, se recomiendan los videojuegos acorde al perfil.
RECOMMENDED
Canva
DATOS NECESARIOS
Información de usuarios:
Foros marcados como favoritos relacionados a videojuegos.
Videojuegos visitados en plataformas de streaming tales como Youtube, Kick y Twitch.
DATOS DESEADOS
N/A - No se consideran datos deseados en adición a los necesarios.
VALOR DE NEGOCIO
Esta capacidad es el core de la solución tecnológica donde, dependiendo de lo personalizado del perfil se otorgarán recomendaciones de videojuegos mas o menos personalizadas.
CRITERIOS DE ACEPTACIÓN
El usuario recibe recomendaciones acertadas.
Valoraciones positivas del sistema por parte de los usuarios.
PRIORIDAD
Alta
DEPENDENCIAS
Historia de usuario 1.0 - Administración de cuenta

InnoviaReach

HISTORIA DE USUARIO 1.2

ADMINISTRACIÓN DE FOROS

Una vez registrada la cuenta, dependiendo del nivel de suscripción, los usuarios podrán interactuar en foros de comunidad creados por estos mismos, en los cuales se impulse el descubrimiento de nuevas oportunidades de entretenimiento



DATOS NECESARIOS

- Información de cuenta registrada del usuario creador del espacio y usuario participante.
- Nombre del espacio
- Videojuego relacionado

DATOS DESEADOS

- N/A - No se consideran datos deseados en adición a los necesarios.

VALOR DE NEGOCIO

Esta capacidad es importante ya que permitirá el contacto entre los usuarios que utilizan la aplicación, aportando a la recomendación de videojuegos y ayudando al sistema a entender mejor las preferencias.

CRITERIOS DE ACEPTACIÓN

- Los usuarios se encuentran conectados a través de espacios generados y administrados por la comunidad.

PRIORIDAD

- Media

DEPENDENCIAS

- Historia de usuario 1.0 - Administración de cuenta

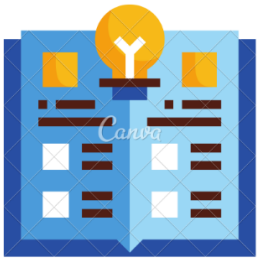

InnoviaReach
HISTORIA DE USUARIO 1.3
SERVICIO PREMIUM
Una vez registrada la cuenta, los usuarios podrán volverse acreedores de un servicio premium, el cual permite evitar las publicidades de la página y acceder a capacidades exclusivas
PREMIUM
DATOS NECESARIOS
Información de cuenta registrada del usuario.
DATOS DESEADOS
N/A - No se consideran datos deseados en adición a los necesarios.
VALOR DE NEGOCIO
Esta capacidad permitirá otorgar un valor agregado adicional, mejorando la experiencia del usuario durante la utilización de nuestra plataforma.
CRITERIOS DE ACEPTACIÓN
Los usuarios que utilizan nuestra página sin verse obligados a visualizar publicidades indeseadas.
PRIORIDAD
Baja
DEPENDENCIAS
Historia de usuario 1.0 - Administración de cuenta

InnoviaReach

HISTORIA DE USUARIO 1.4

CATÁLOGO DE JUEGOS

La página dispondrá de un catálogo de juegos con sus respectivas características, a partir del cual usuario podrá consultar para analizar opciones de juego a gusto.



DATOS NECESARIOS

- Datos de juegos como categoría, género, estilo, plataforma, obtenidos a partir del análisis de páginas web.

DATOS DESEADOS

- N/A - No se consideran datos deseados en adición a los necesarios.

VALOR DE NEGOCIO

Esta capacidad permitirá al usuario la búsqueda de los distintos juegos disponibles en el mercado de acuerdo con diversos criterios de búsqueda que el mismo modificará a elección.

CRITERIOS DE ACEPTACIÓN

- Capacidad de búsqueda de videojuegos por parte de los usuarios.

PRIORIDAD

- Media

DEPENDENCIAS

- Historia de usuario 1.0 - Administración de cuenta

9.3. Alcance del desarrollo

Entre las capacidades de la solución tecnológica se encuentran:

- Registro y autenticación de usuarios.
- Conexión con plataformas de terceros (RAWG)
- Perfilado de usuarios.
- Recomendaciones de videojuegos personalizadas de acuerdo con lo requerido.
- Visualización de un catálogo de videojuegos.
- Creación y participación en foros de comunidad.
- Adquisición de servicio premium para evitar publicidad y acceder a capacidades premium.
- Soporte técnico para resolver cualquier inquietud del usuario.

9.4. Descripción del entorno del sistema

- Frontend
    - Desarrollaremos una Web App basada en el lenguaje Blazor.
- Backend
    - Para la solución utilizaremos los siguientes lenguajes:
        - JavaScript: Para la extensión de Google que realizará el web scrapping, el cual alimentará mis registros de visitas de los usuarios.
        - C# (.NET 6.0): Centralizará la solución y además nos permitirá hacer uso de la API de RAWG.
        - La base de datos relacional será PostgreSQL y la base de datos no relacional será MongoDB.

9.4.1. Requisitos de Entorno

El sistema deberá presentar las siguientes características:

- Bitácora de transacciones (Referidas al negocio).
- Log de auditoría (Inicios de sesión, creación de usuarios, etc.).
- Esquema de autenticación Auth0.10.5. Descripción del Producto.
- Encriptación de datos.
- Multiidiomas.

9.5. Descripción del producto

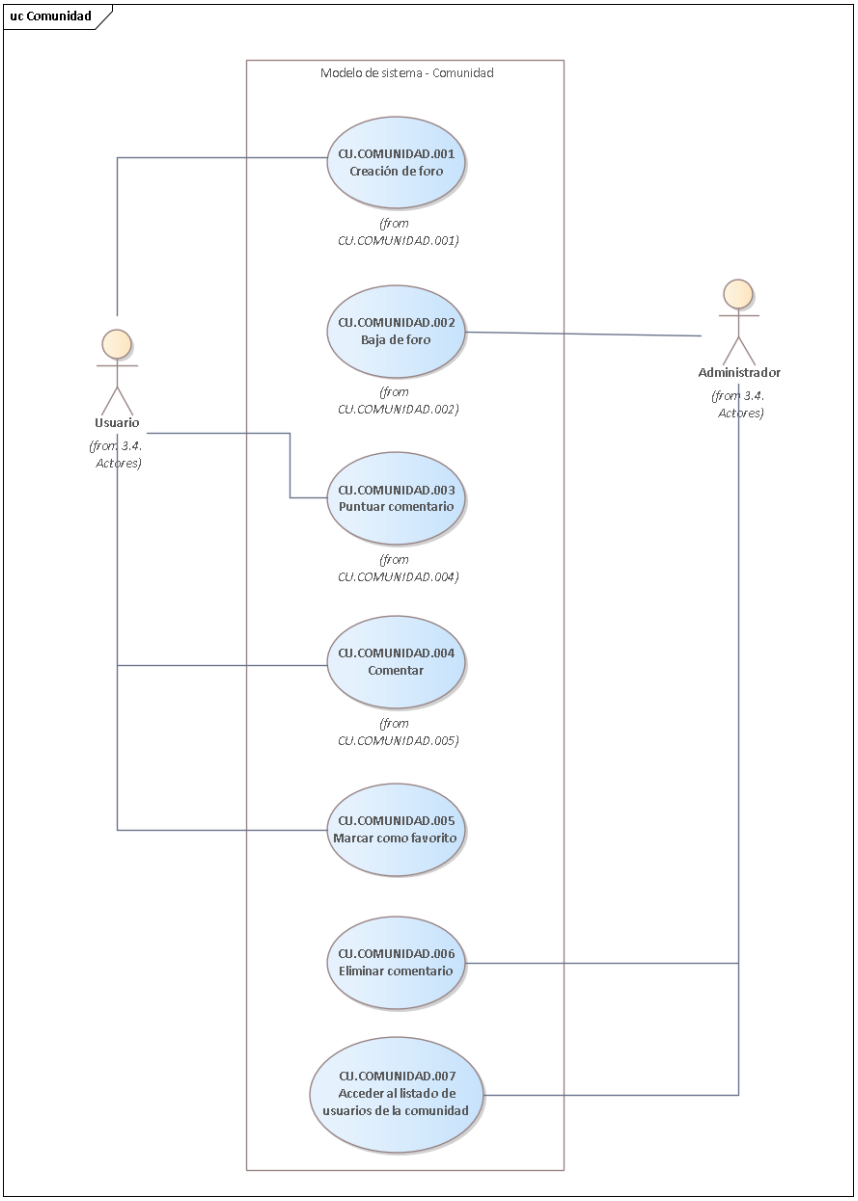
9.5.1. Mapa de Navegación



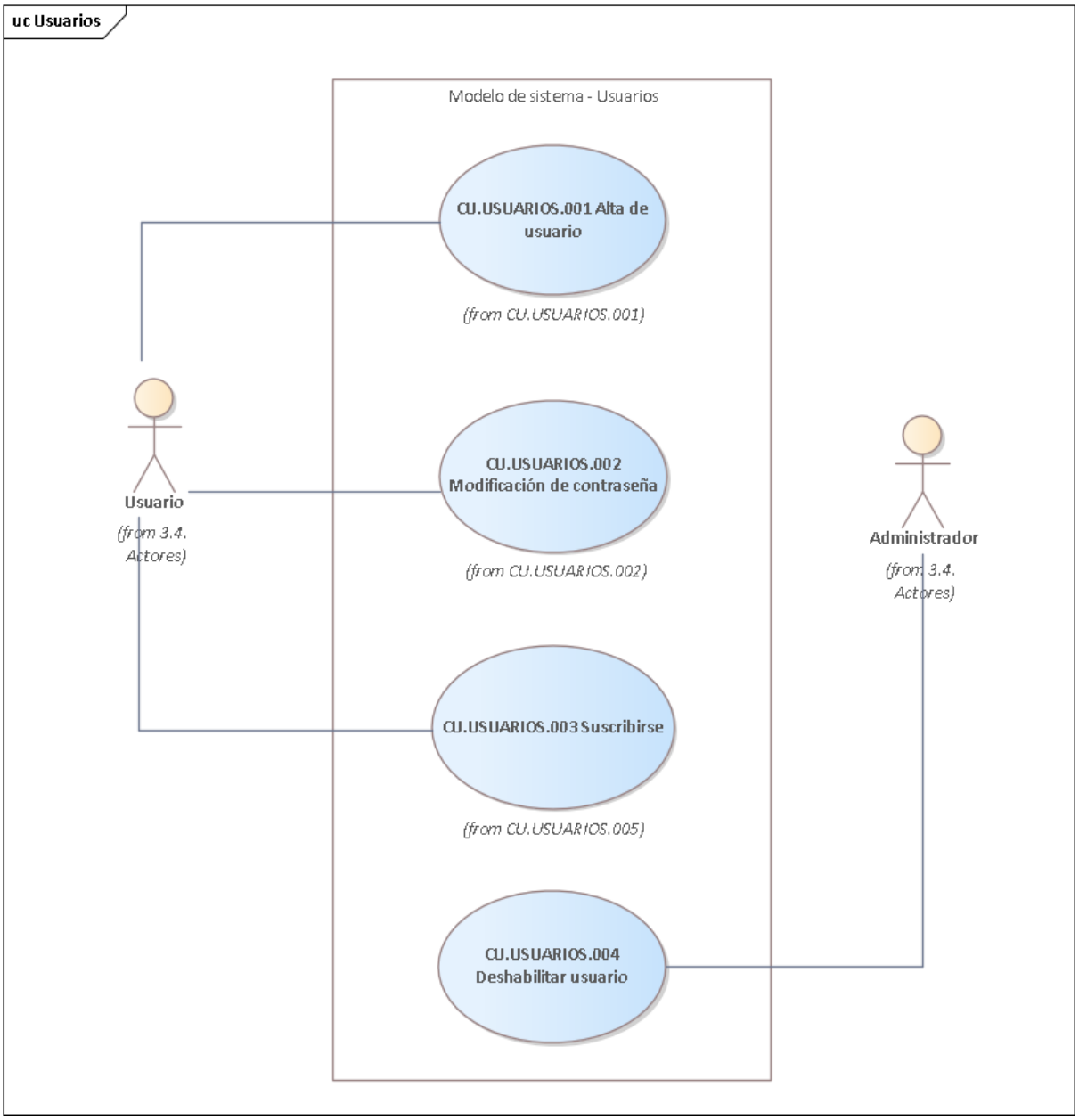
9.6. Análisis

9.6.1. Índice de casos de uso

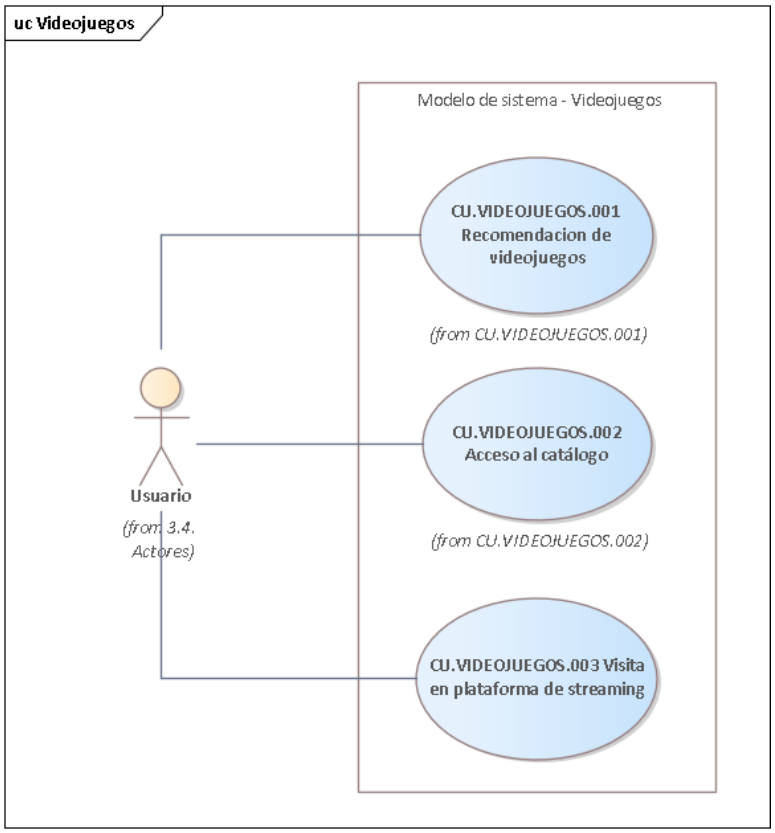
9.6.1.1. Comunidad



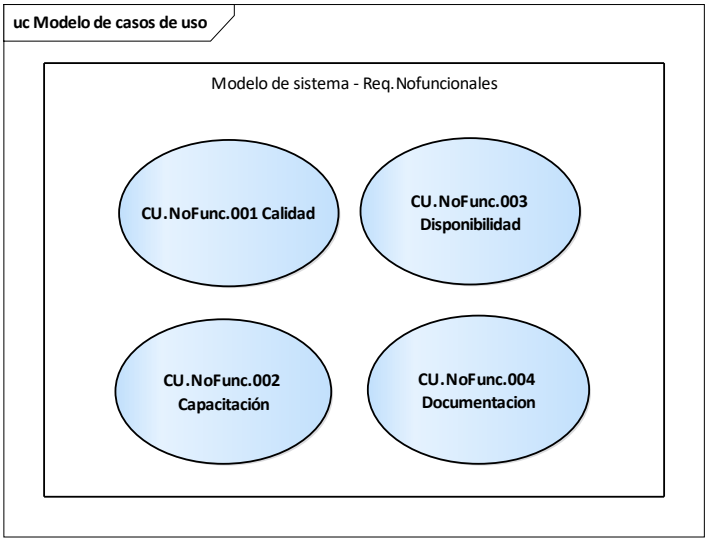
9.6.1.2. Usuarios



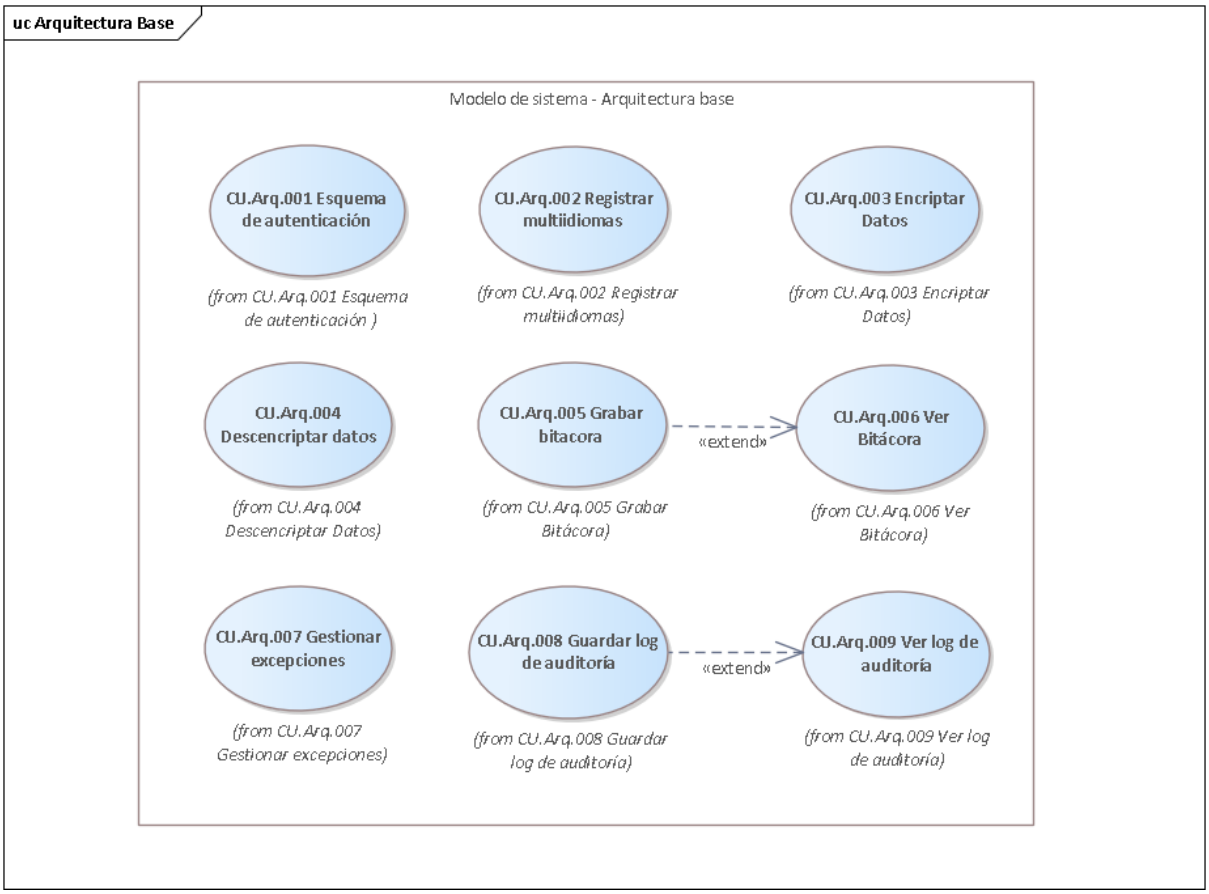
9.6.1.3. Videojuegos



9.6.1.4. No funcionales



9.6.1.5. Arquitectura base



9.6.2. Casos de uso

9.6.2.1. Comunidad

Caso de uso: CU.COMUNIDAD.001 Creación de foro
Descripción: Permite a los usuarios crear un nuevo foro de comunidad.
Actores: Usuario.
Precondiciones: El usuario debe tener una cuenta registrada en la plataforma y debe estar suscripto.
Postcondiciones: Se crea el foro.
Escenario principal: 1. El usuario accede a la sección de administración de foros. 2. El usuario selecciona la opción de crear un nuevo foro. 3. El usuario completa los detalles del foro, como título, descripción y videojuego relacionado. 4. El usuario confirma la creación del foro. 5. El sistema registra y muestra el nuevo foro en la lista de foros disponibles.
Alternativas: Si algún campo obligatorio no se completa, se muestra un mensaje de error y se solicita al usuario que complete la información faltante.

Caso de uso: CU.COMUNIDAD.002 Baja de foro
Descripción: Permite a los usuarios administradores eliminar un foro existente.
Actores: Usuario administrador.
Precondiciones: El usuario debe tener una cuenta registrada y tener permisos de administrador.
Postcondiciones: Se da de baja el foro.
Escenario principal: 1. El usuario accede a la sección de administración de foros. 2. El sistema muestra al usuario los foros. 3. El usuario selecciona el foro que desea eliminar. 4. El usuario confirma la eliminación del foro. 5. El sistema elimina el foro y elimina todos los datos asociados a él. 6. El sistema informa la completitud de la operación.
Alternativas: Si el usuario no tiene los permisos de administrador, este no verá la opción de eliminación.

Caso de uso: CU.COMUNIDAD.003 Puntuar comentario
Descripción: Permite a los usuarios puntuar un comentario de un foro en base a su experiencia.
Actores: Usuario.
Precondiciones: El usuario debe tener una cuenta registrada y haber accedido al foro.
Postcondiciones: Se puntúa el comentario.
Escenario principal: 1. El usuario accede al foro de interés. 2. El sistema muestra el foro con los comentarios de los usuarios 3. El usuario selecciona el comentario a puntuar. 4. El usuario selecciona la opción de puntuar y proporciona una calificación (por ejemplo, del 1 al 5). 5. El usuario confirma la puntuación. 6. El sistema registra la puntuación del usuario para el comentario correspondiente. 7. El sistema informa la completitud de la operación.
Alternativas: Ocurre un error en el sistema y no se carga correctamente la puntuación.

Caso de uso: CU.COMUNIDAD.004 Comentar
Descripción: Permite a los usuarios comentar en el foro de un videojuego.
Actores: Usuario.
Precondiciones: El usuario debe tener una cuenta registrada, estar suscripto y haber accedido al foro del videojuego.
Postcondiciones: Se puntúa el comentario.
Escenario principal: 1. El usuario accede a la pantalla de comunidad. 2. El sistema devuelve los foros abiertos. 3. El usuario ingresa al foro del videojuego en el que desea realizar un comentario. 4. El usuario selecciona la opción de comentar y escribe su comentario en el campo correspondiente. 5. El usuario publica el comentario. 6. El sistema registra y muestra el comentario en la sección de comentarios de la página del videojuego. 7. El sistema informa la completitud de la operación.
Alternativas: Ocurre un error en el sistema y no se efectúa el comentario.

Caso de uso: CU.COMUNIDAD.005 Marcar como favorito
Descripción: Permite a los usuarios marcar como favorito el foro de un videojuego.
Actores: Usuario.
Precondiciones: El usuario debe tener una cuenta registrada y haber accedido a la sección de foros.
Postcondiciones: Se marca como favorito el foro.
Escenario principal: 1. El usuario accede a la pantalla de comunidad. 2. El sistema devuelve los foros abiertos. 3. El usuario marca el foro como favorito. 4. El sistema registra y marca el foro como favorito. 5. El sistema utiliza el videojuego asociado al foro favorito para generar recomendaciones. 6. El sistema informa la completitud de la operación.
Alternativas: Ocurre un error en el sistema y no se marca el foro como favorito.

Caso de uso: CU.COMUNIDAD.006 Eliminar comentario
Descripción: Permite a los usuarios administradores eliminar comentarios.
Actores: Usuario administrador.
Precondiciones: El usuario debe tener una cuenta registrada y tener permisos de administrador.
Postcondiciones: Se elimina el comentario
Escenario principal: 1. El usuario accede a la pantalla de comunidad. 2. El sistema devuelve los foros abiertos. 3. El usuario ingresa al foro del videojuego en el que desea eliminar un comentario. 4. El usuario selecciona la opción de eliminar comentario. 5. El sistema registra la eliminación. 6. El sistema informa la completitud de la operación.
Alternativas: Ocurre un error en el sistema y no se marca el foro como favorito.

Caso de uso: CU.COMUNIDAD.007 Acceder al listado de usuarios de la comunidad
Descripción: Permite a los usuarios administradores gestionar a los usuarios de la comunidad.
Actores: Usuario administrador.
Precondiciones: El usuario debe tener una cuenta registrada y tener permisos de administrador.
Postcondiciones: Se abre el listado de usuarios y se realiza la gestión.
Escenario principal: 1. El usuario accede a la pantalla de comunidad, sección de usuarios. 2. El sistema devuelve los usuarios del sistema. 3. El usuario realiza la gestión requerida sobre el usuario (**CU.USUARIOS.004 Deshabilitar usuario**).
Alternativas: Ocurre un error en el sistema y no se ejecuta la gestión sobre el usuario.

9.6.2.2. Usuarios

Caso de uso: CU.USUARIOS.001 Alta de usuario
Descripción: Permite a los usuarios registrarse en la plataforma.
Actores: Usuario.
Precondiciones: El usuario debe querer registrarse.
Postcondiciones: El usuario queda registrado.

Escenario principal:
 	
1. El usuario accede a la pantalla de administración de cuenta.
2. El usuario selecciona el registro de cuenta.
3. El usuario proporciona los datos requeridos, como nombre de usuario, de correo electrónico, contraseña, etc.
4. El usuario confirma la creación de la cuenta.
5. El sistema valida que el usuario se encuentre registrado.
   a. Si el usuario no se encuentra registrado, se continúa con el flujo.
   b. Si el usuario se encuentra registrado, el sistema emite una alerta informando la situación y termina el caso de uso.
6. El sistema registra la cuenta del usuario y le proporciona acceso a las funciones básicas de la plataforma.
7. El sistema informa la completitud de la operación.

Alternativas: Si se proporciona una dirección de correo electrónico que ya está asociada a una cuenta existente, se muestra un mensaje de error y se solicita al usuario que proporcione una dirección de correo electrónico diferente.

Caso de uso: CU.USUARIOS.002 Modificación de contraseña
Descripción: Permite a los usuarios modificar su contraseña
Actores: Usuario.
Precondiciones: El usuario debe tener una cuenta registrada y haber iniciado sesión.
Postcondiciones: Se modifica la contraseña del usuario correctamente.
Escenario principal: 1. El usuario accede a la pantalla de administración de cuenta. 2. El usuario selecciona la sección de configuración. 3. El usuario realiza las modificaciones deseadas en la contraseña. 4. El usuario guarda los cambios realizados. 5. El sistema actualiza los datos del usuario con las modificaciones realizadas. 6. El sistema informa la completitud de la operación.
Alternativas: Ocurre un error en el sistema y no se ejecuta la modificación de contraseña del usuario.

Caso de uso: CU.USUARIOS.003 Suscribirse
Descripción: Permite a los usuarios gestionar la suscripción premium
Actores: Usuario.
Precondiciones: El usuario debe tener una cuenta registrada y haber iniciado sesión.
Postcondiciones: La suscripción del usuario se modifica correctamente.
Escenario principal: 1. El usuario accede a la pantalla de administración de cuenta. 2. El usuario selecciona la sección de Suscripción. 3. El usuario realiza la gestión deseada sobre su suscripción. 4. El sistema actualiza los datos de la suscripción del usuario. 5. El sistema informa la completitud de la operación.
Alternativas: Ocurre un error en el sistema y no se ejecuta la gestión sobre la suscripción del usuario.

Caso de uso: CU.USUARIOS.004 Deshabilitar usuario
Descripción: Permite a los usuarios administradores deshabilitar usuarios para prohibir su acceso al apartado de comunidad.
Actores: Usuario administrador.
Precondiciones: El usuario debe tener una cuenta registrada y tener permisos de administrador.
Postcondiciones: Se deshabilita el usuario correctamente.
Escenario principal: 1. El usuario accede al listado de usuarios del apartado de comunidad. 2. El usuario selecciona el usuario de interés. 3. El usuario selecciona la opción de deshabilitar cuenta. 4. El usuario confirma la deshabilitación de la cuenta redactando el motivo. 5. El sistema deshabilita la cuenta. 6. El sistema informa la completitud de la operación.
Alternativas: Ocurre un error en el sistema y no se ejecuta la gestión sobre la suscripción del usuario.

9.6.2.3. Videojuegos

Caso de uso: CU.VIDEOJUEGOS.001 Recomendación de videojuegos
Descripción: Permite a los usuarios recibir recomendaciones personalizadas de videojuegos basadas el perfil y preferencias suyo y de usuarios similares.
Actores: Usuario.
Precondiciones: El usuario debe tener una cuenta registrada, haber iniciado sesión y haber tanto interactuado en los foros de comunidad como haber visitado plataformas de streaming (Youtube/Twitch/Kick) y ver contenido sobre videojuegos.
Postcondiciones: Se le muestran al usuario las recomendaciones pertinentes.

Escenario principal:
 	
1. El usuario accede a la pantalla principal.
2. El sistema muestra las recomendaciones base a lo registrado de acuerdo con su actividad en plataformas de streaming y en el apartado de comunidad.
3. El sistema valida el nivel de suscripción del usuario.
  a. Si el usuario únicamente presenta suscripción gratuita, finaliza el caso de uso y se muestran únicamente estas recomendaciones.
  b. Si el usuario presenta la suscripción premium, se muestran de manera adicional las recomendaciones en base a usuarios reconocidos como similares por el sistema.

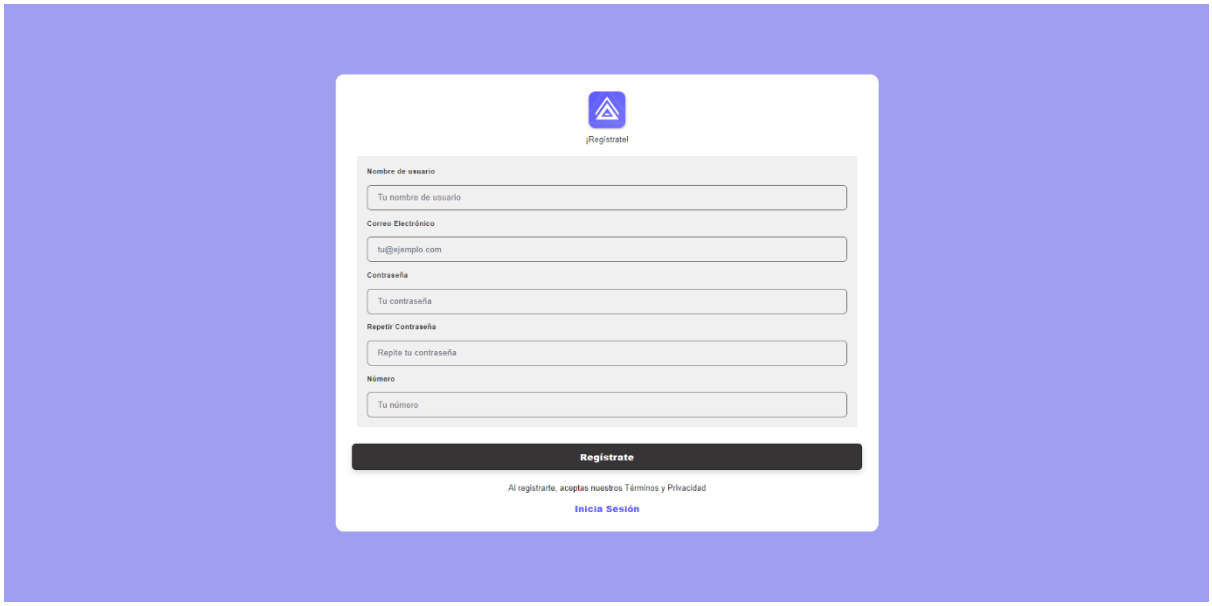
Alternativas: Ocurre un error en el sistema por lo que no se muestran las recomendaciones.

Caso de uso: CU.VIDEOJUEGOS.002 Acceso al catálogo
Descripción: Permite a los usuarios explorar el catálogo de videojuegos disponible en la plataforma.
Actores: Usuario.
Precondiciones: El usuario debe tener una cuenta registrada y haber iniciado sesión.
Postcondiciones: Se le muestra al usuario el catálogo de juegos.
Escenario principal: 1. El usuario accede a la sección del catálogo. 2. El sistema obtiene y muestra al usuario el catálogo de videojuegos almacenado con las características particulares de cada videojuego. 3. El usuario navega por las páginas de videojuegos o muestra aquel que resulta de interés a partir de una barra de búsqueda. 4. El usuario visualiza la información detallada de los videojuegos.
Alternativas: Ocurre un error en el sistema por lo que no se muestra el catálogo.

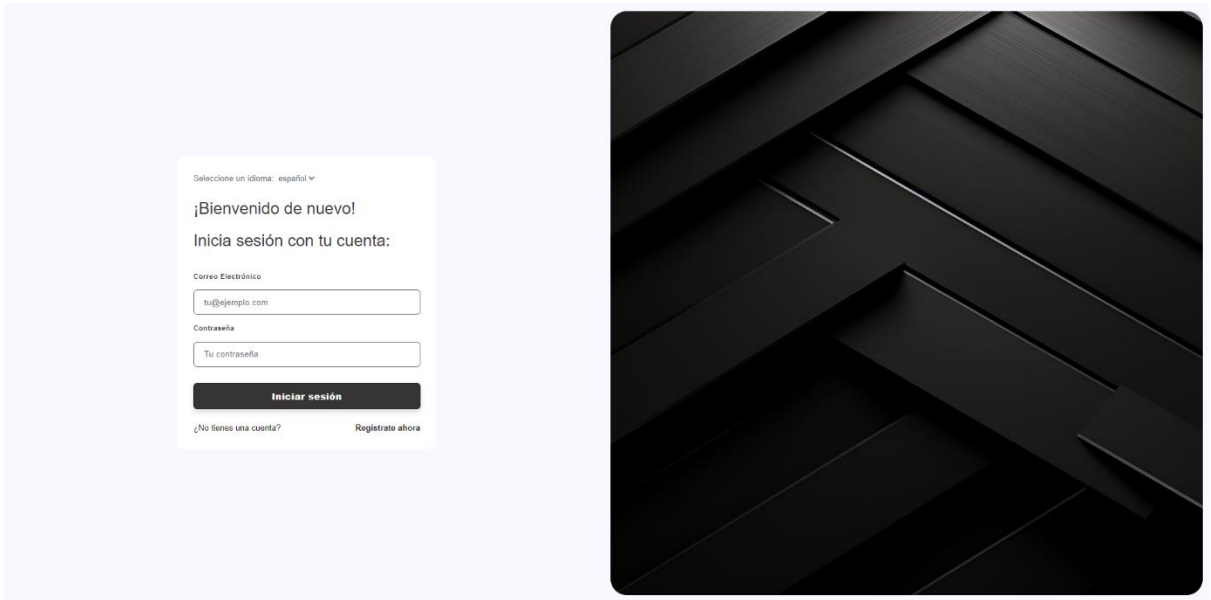
Caso de uso: CU.VIDEOJUEGOS.003 Visita en plataforma de streaming
Descripción: Permite a los usuarios recibir recomendaciones personalizadas sobre su actividad en plataformas de streaming (Youtube/Twitch/Kick)
Actores: Usuario.
Precondiciones: El usuario debe tener una cuenta registrada, haber descargado y cargado la extensión en Google Chrome y haber iniciado sesión en la misma.
Postcondiciones: Se envían correctamente las visualizaciones al sistema y se generan recomendaciones.
Escenario principal: 1. El usuario accede a la plataforma de streaming. 2. El usuario selecciona el video de interés. 3. Se envía al sistema la información de la visualización del usuario. 4. El sistema valida que el juego detectado figure en la base. Si no figura lo registra. 5. Procede a guardar la vista del streaming y genera las recomendaciones en base al videojuego relacionado.
Alternativas: Ocurre un error en el sistema por lo que no se registra la vista y no se generan las recomendaciones.

9.6.3. Interfaz de usuario

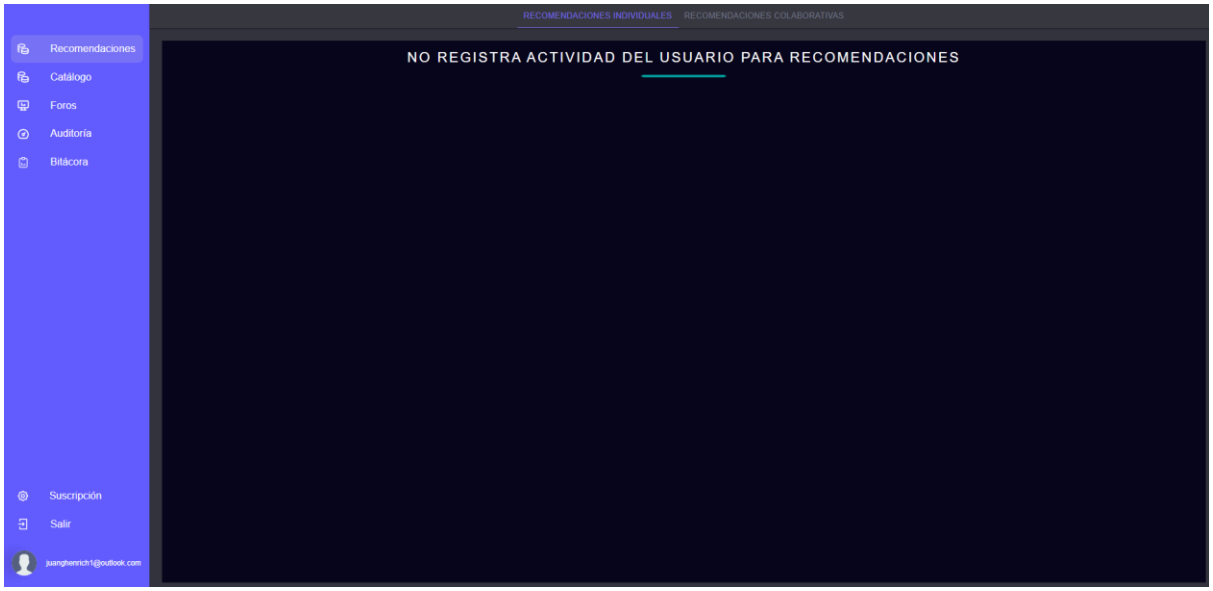
9.6.3.1. Registro



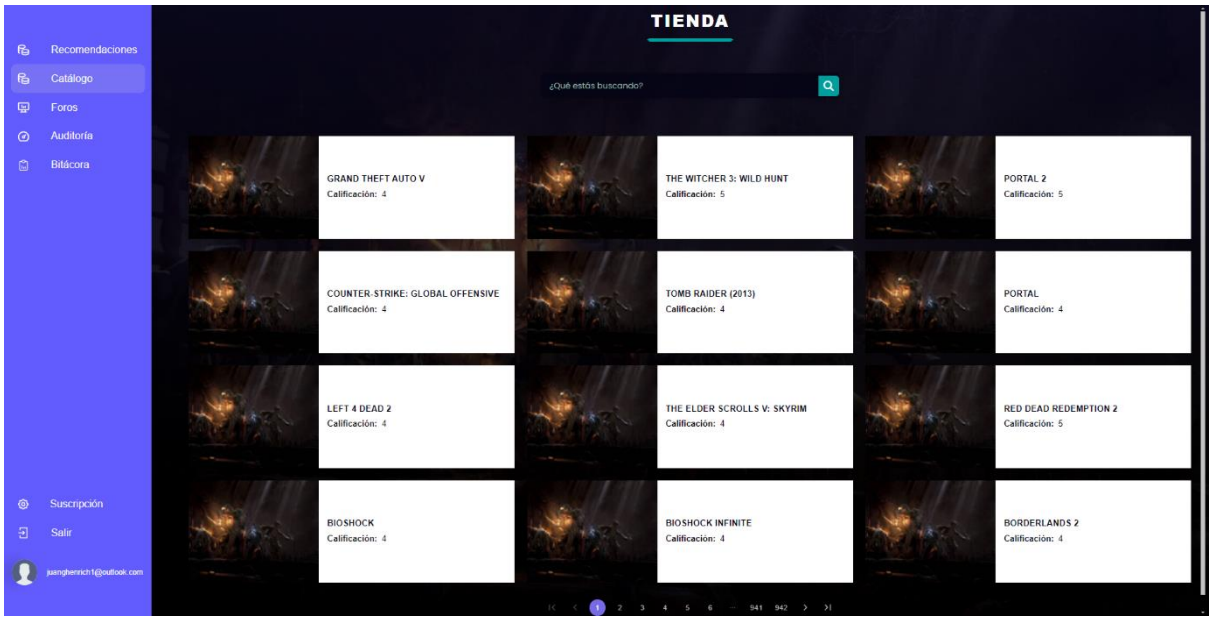
9.6.3.2. Iniciar sesión



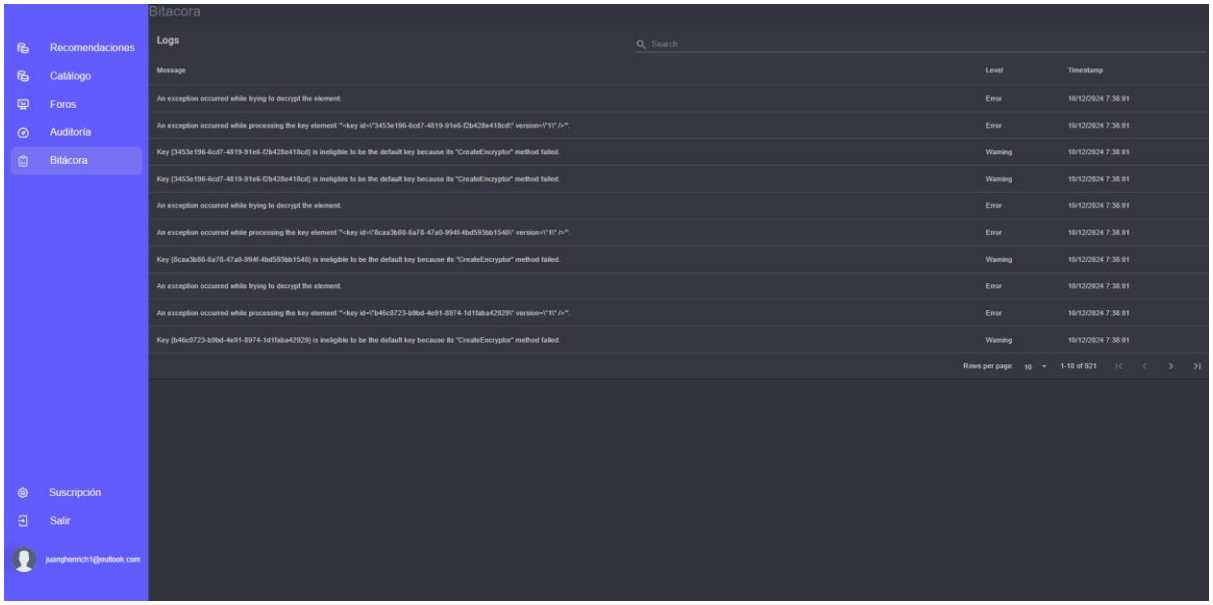
9.6.3.3. Recomendaciones



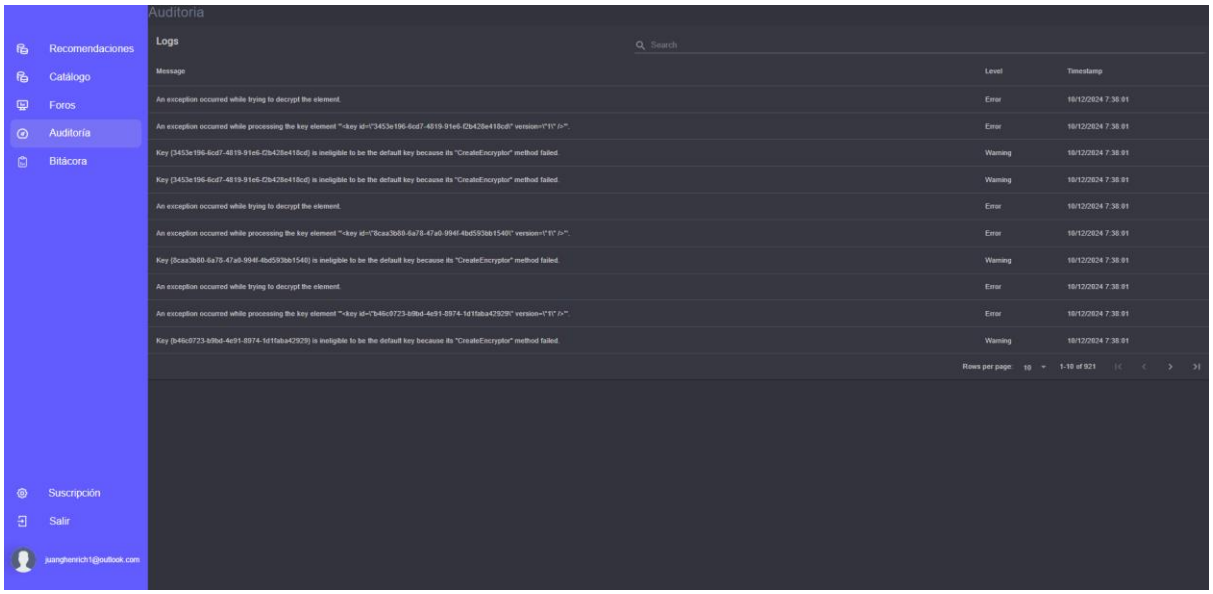
9.6.3.4. Catálogo



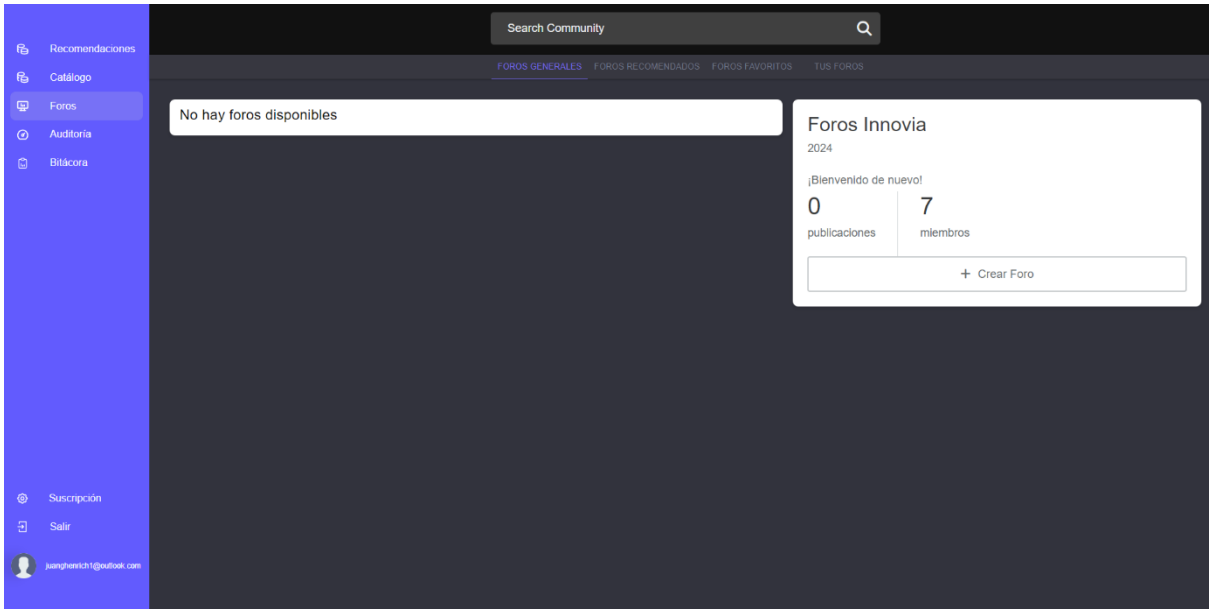
9.6.3.5. Bitácora



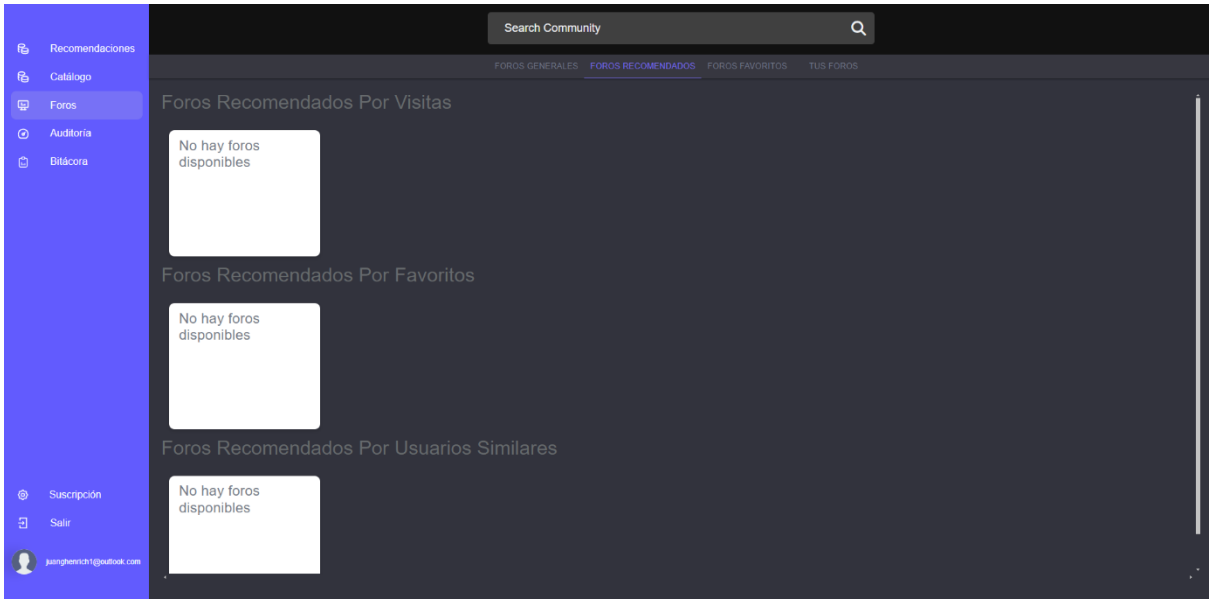
9.6.3.6. Auditoría



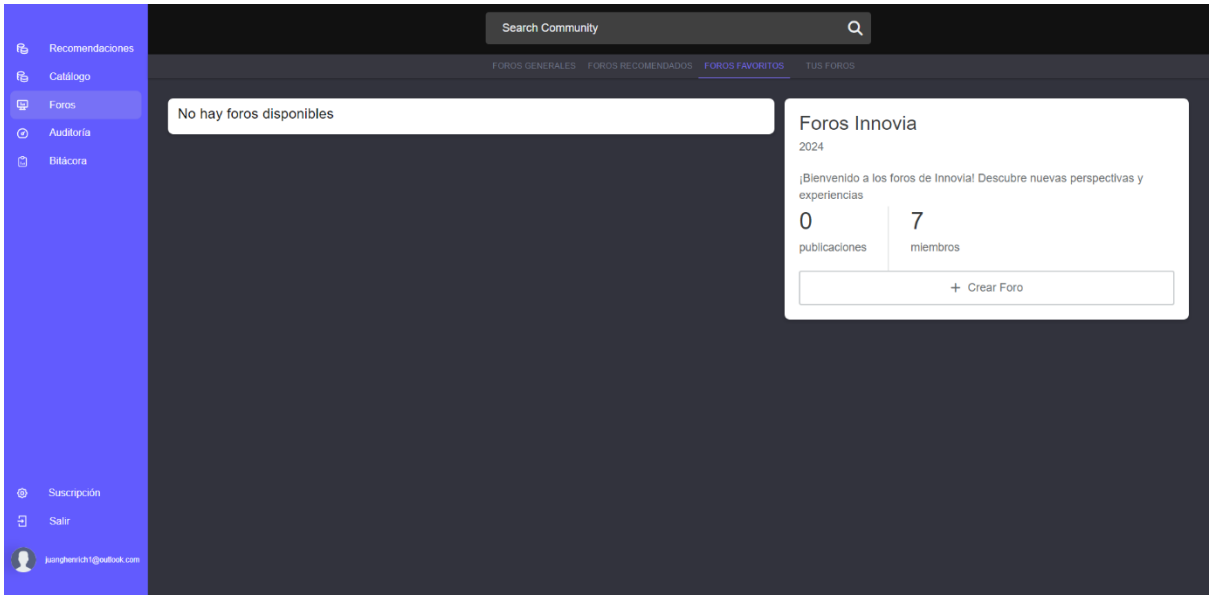
9.6.3.7. Foros generales



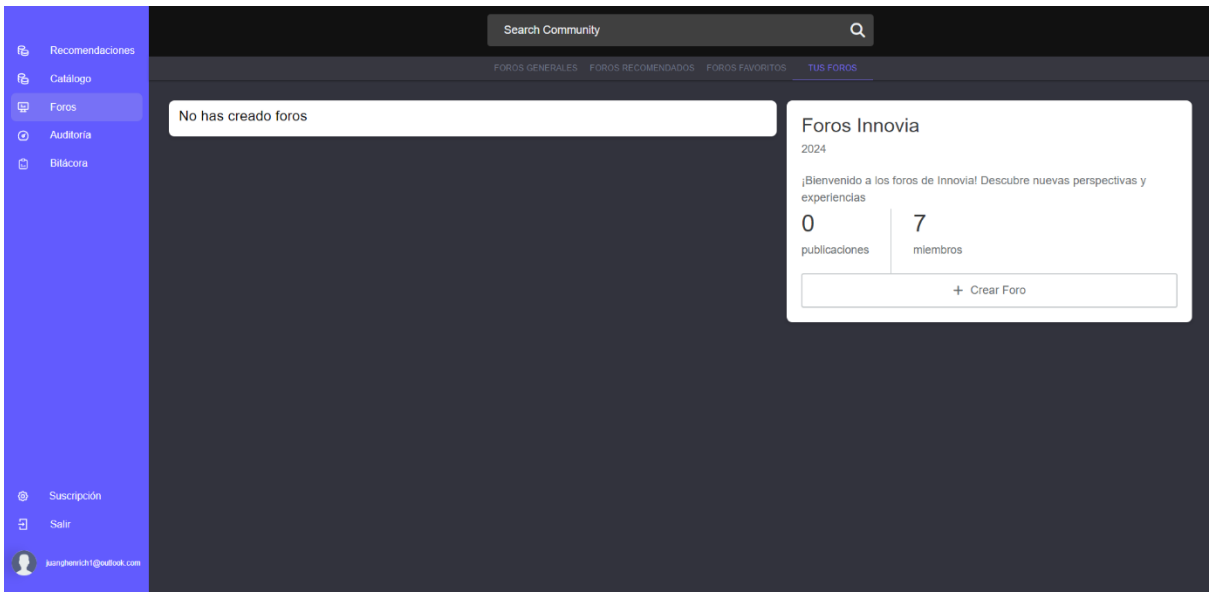
9.6.3.8. Foros recomendados



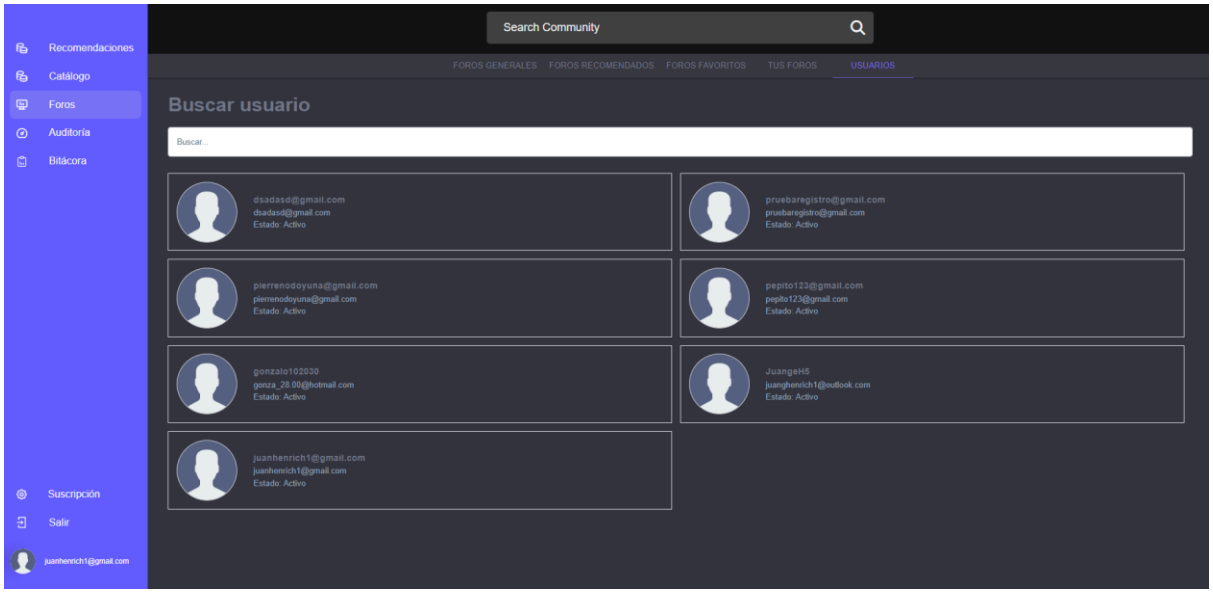
9.6.3.9. Foros favoritos



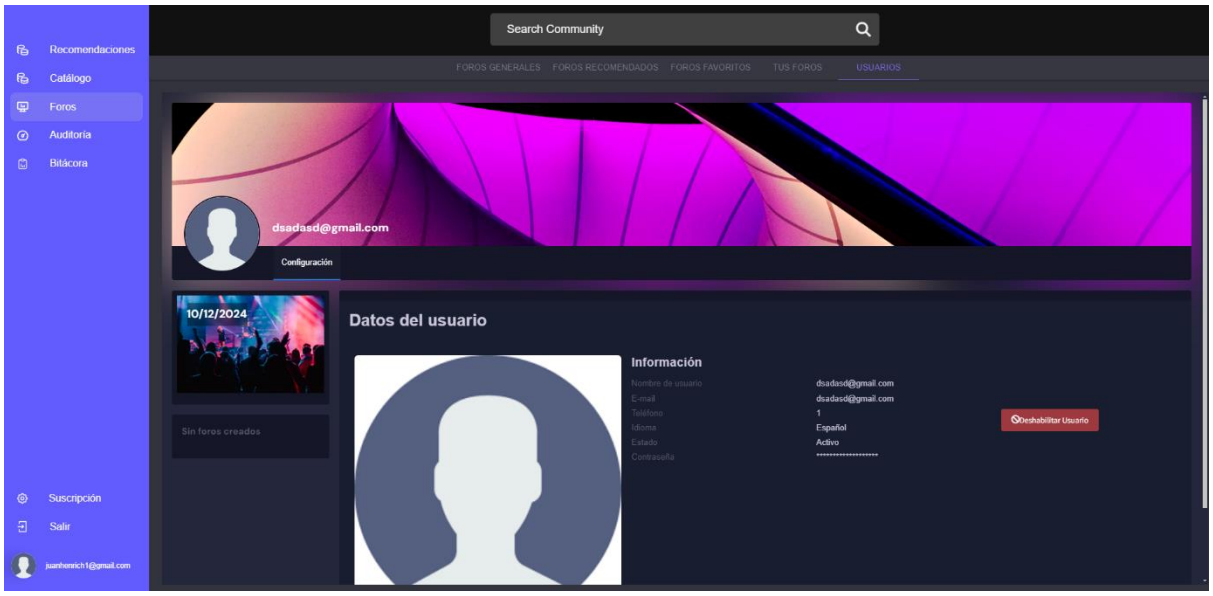
9.6.3.10. Tus Foros



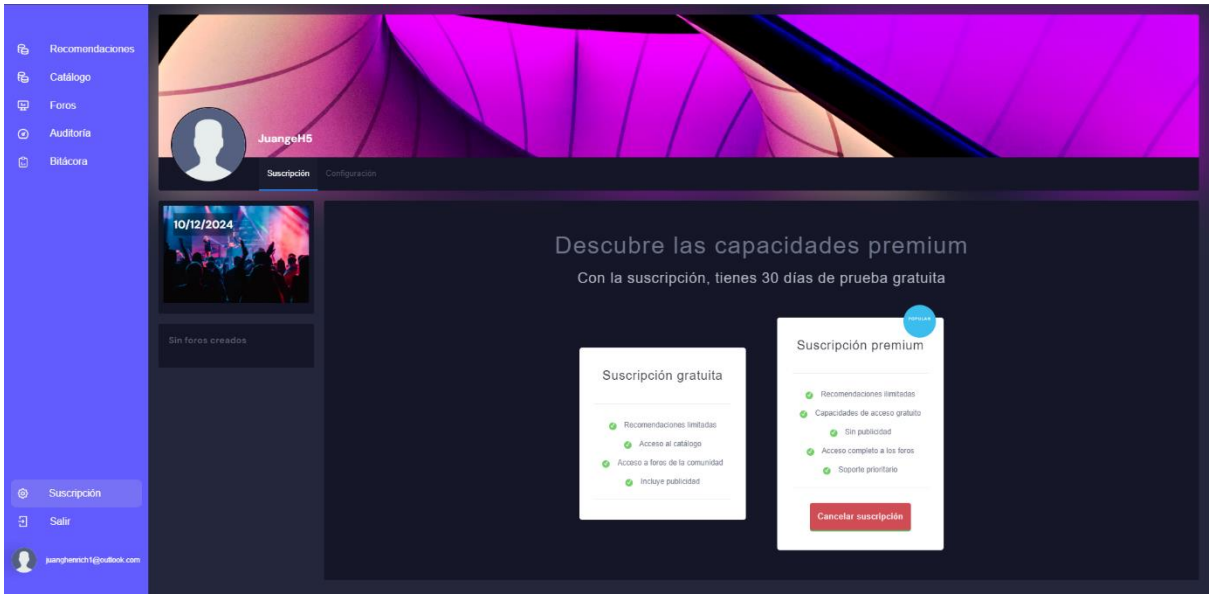
9.6.3.11. Usuarios



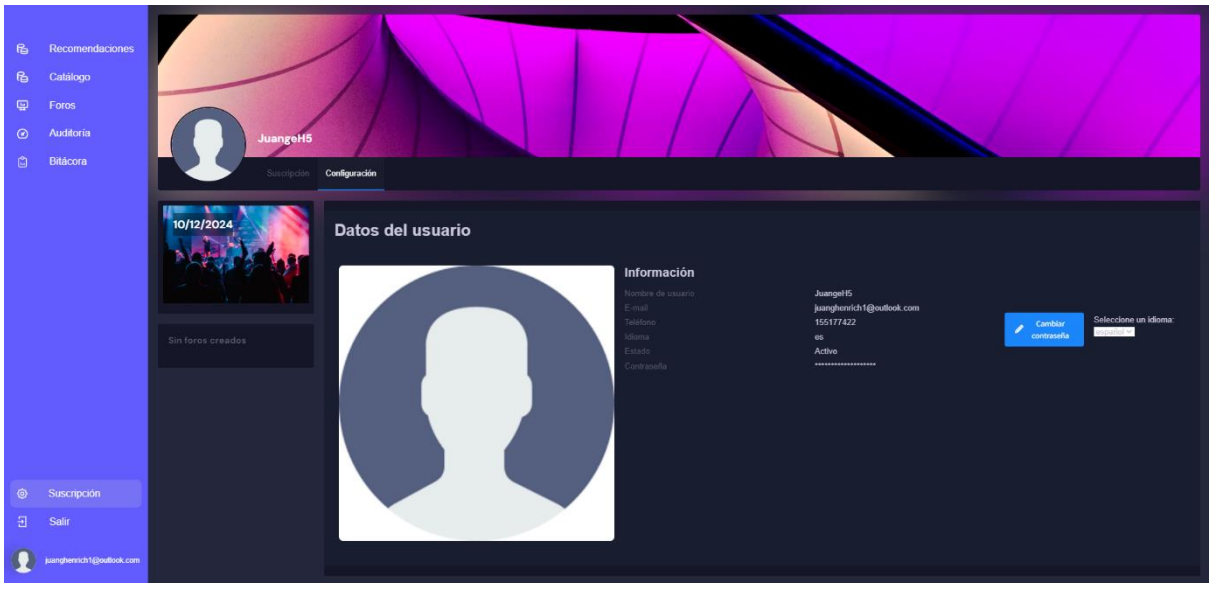
9.6.3.12. Configuración de usuario desde foros



9.6.3.13. Suscripción



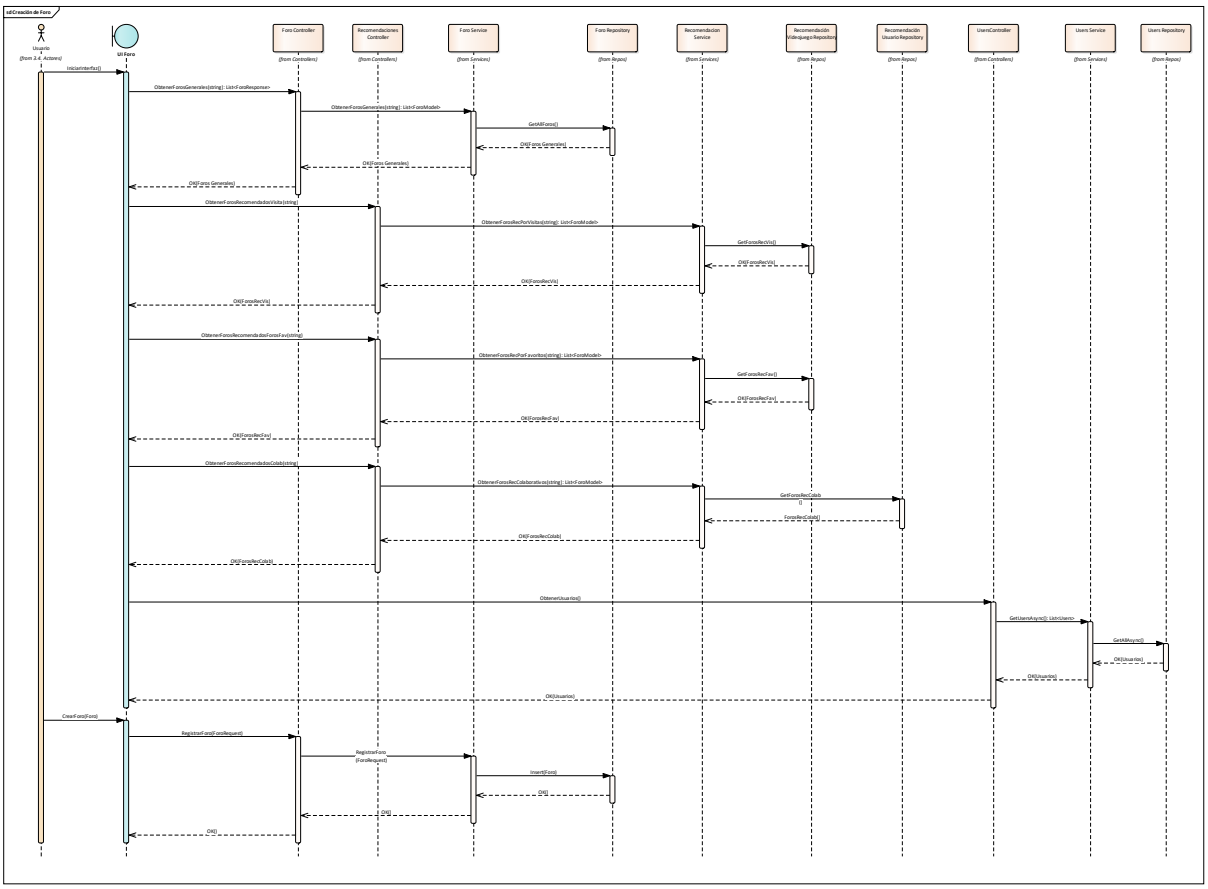
9.6.3.14. Configuración (Desde ventana de suscripción)



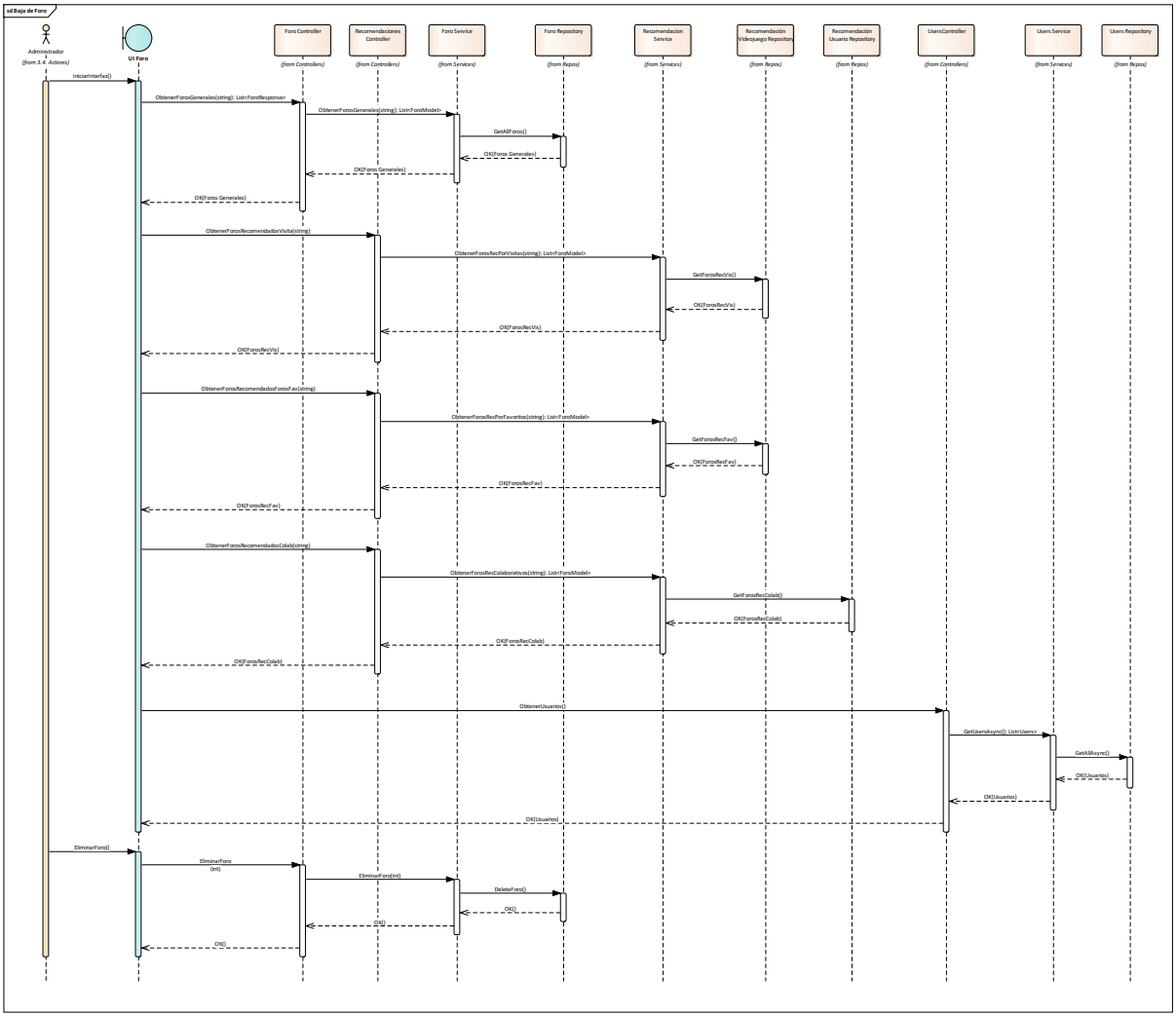
9.6.4. Diagramas de secuencia

9.6.4.1. Comunidad

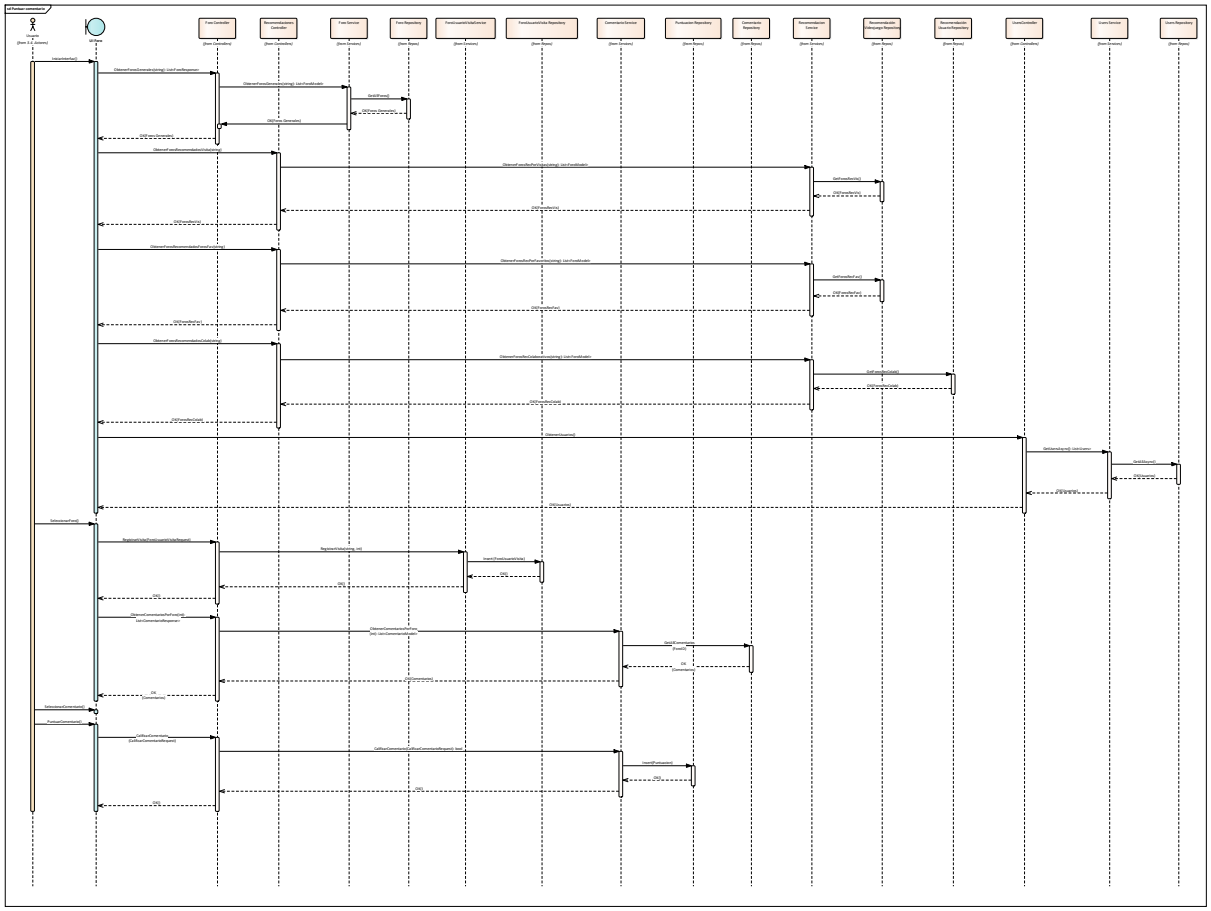
Caso de uso: CU.COMUNIDAD.001.



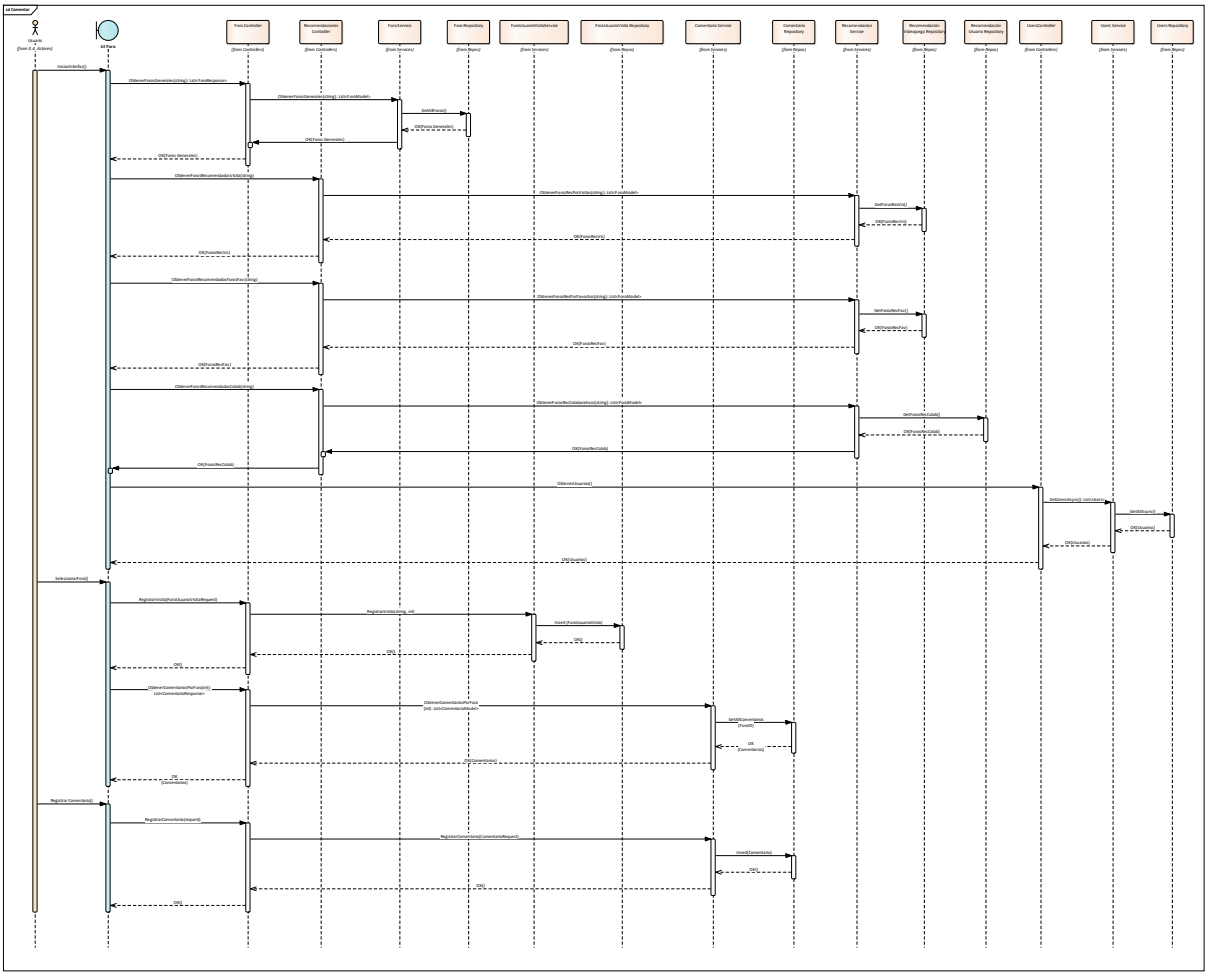
Caso de uso: CU.COMUNIDAD.002.



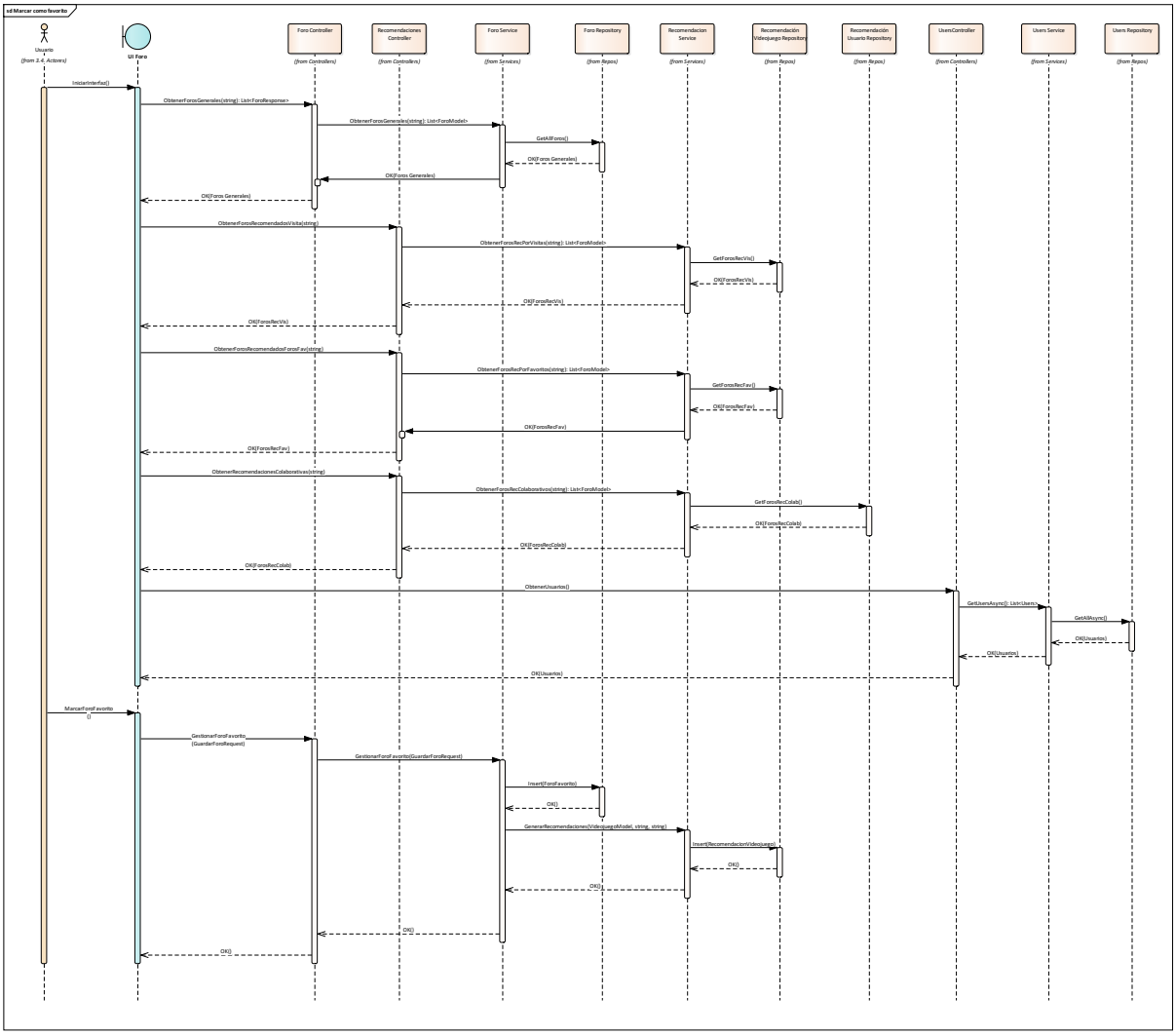
Caso de uso: CU.COMUNIDAD.003.



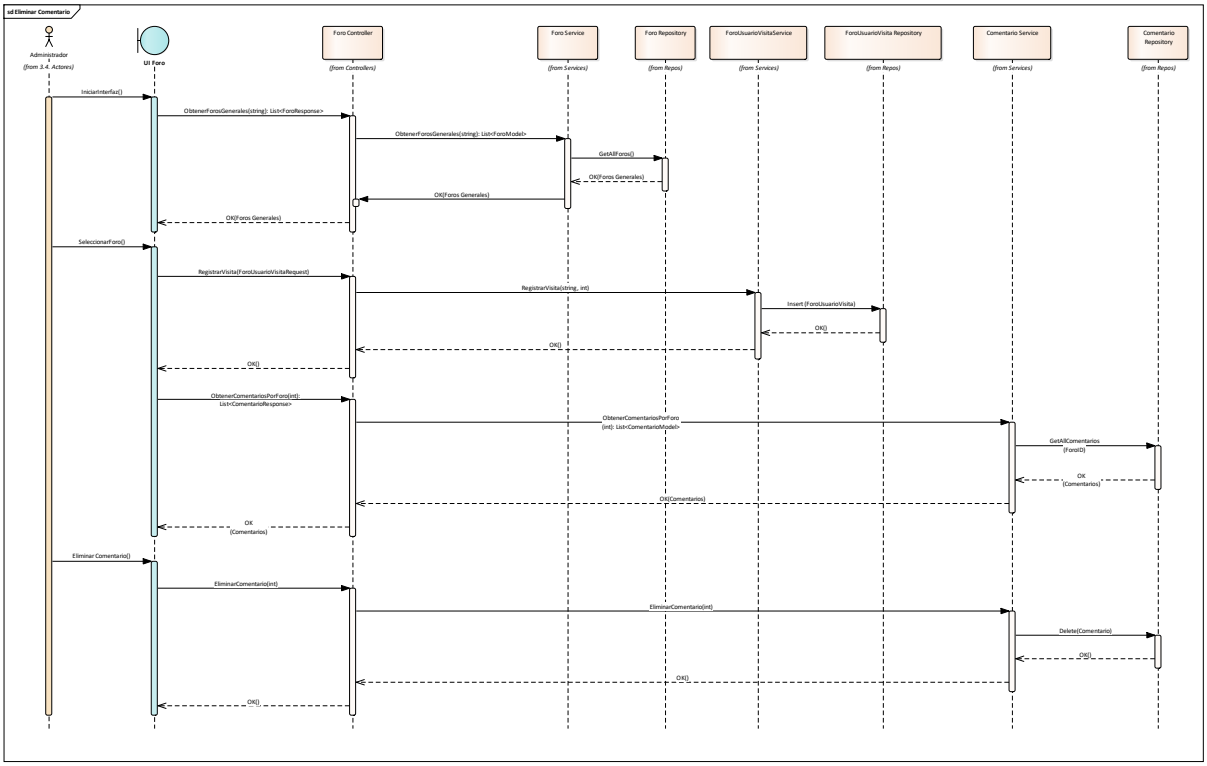
Caso de uso: CU.COMUNIDAD.004.



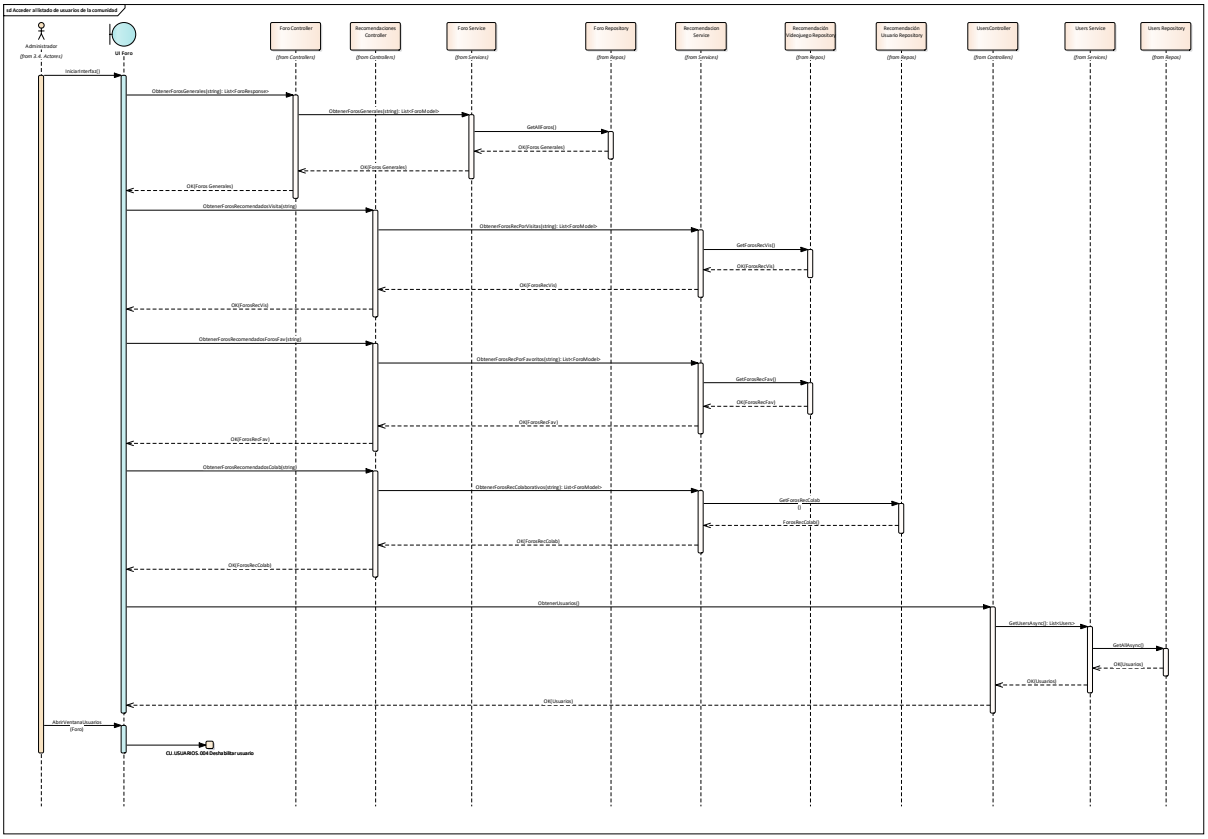
Caso de uso: CU.COMUNIDAD.005.



Caso de uso: CU.COMUNIDAD.006.

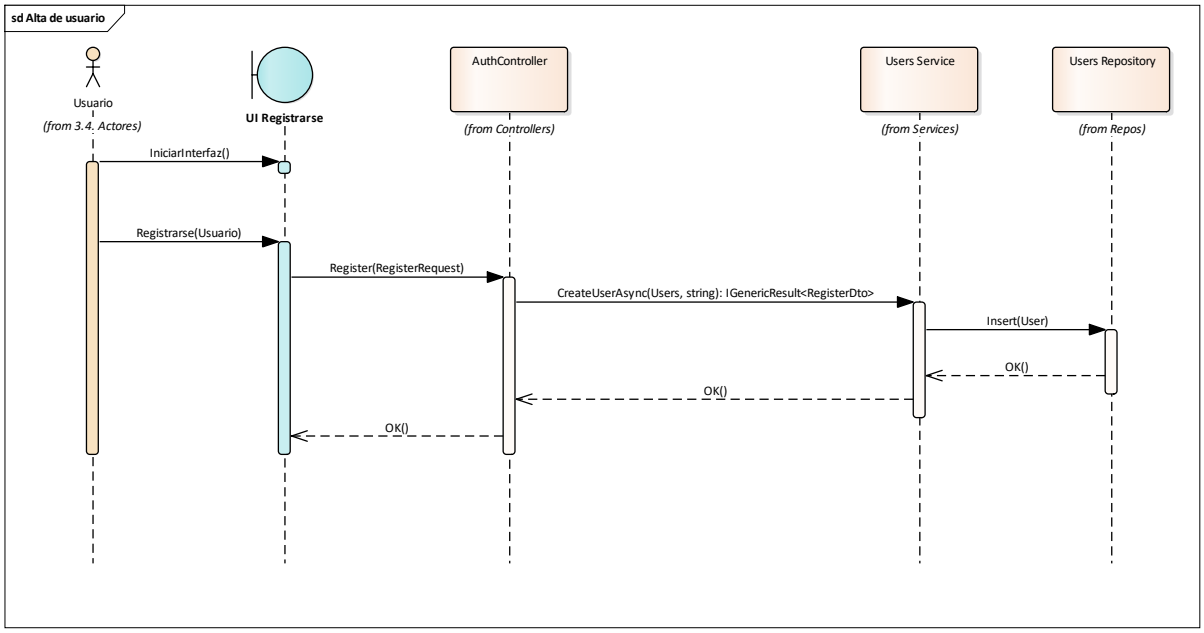


Caso de uso: CU.COMUNIDAD.007.

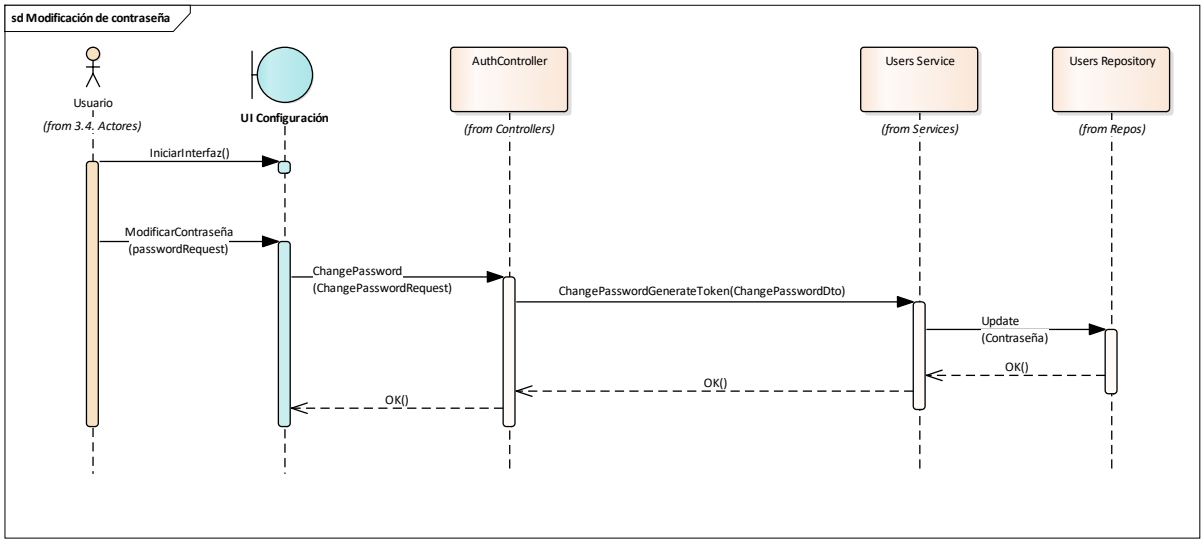


9.6.4.2. Usuarios

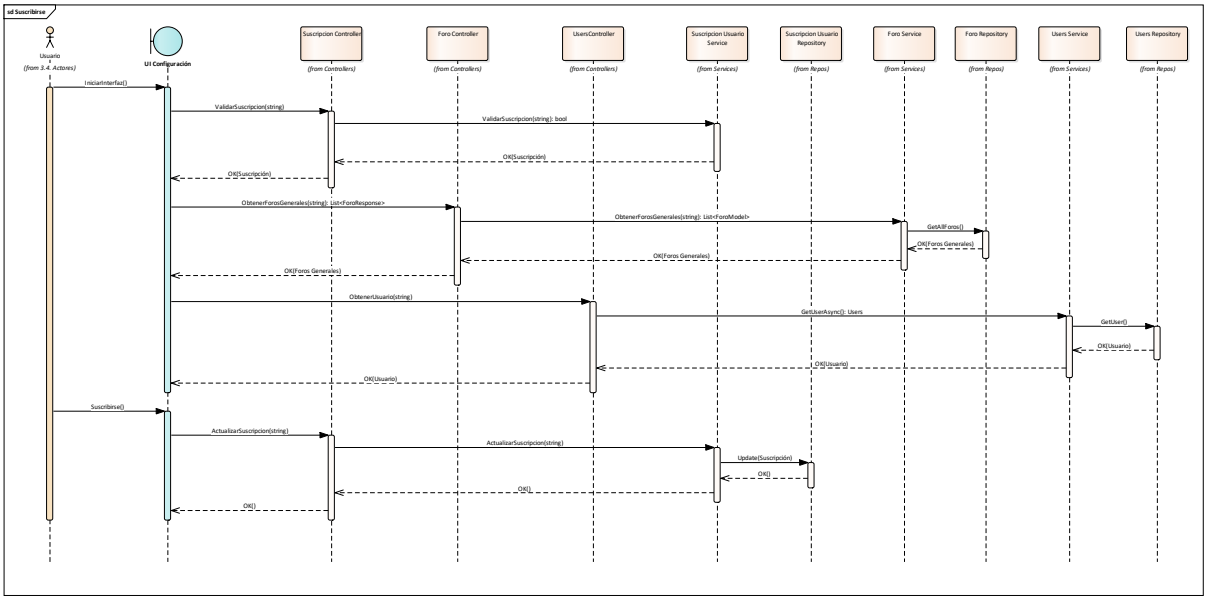
Casos de uso: CU.USUARIOS.001



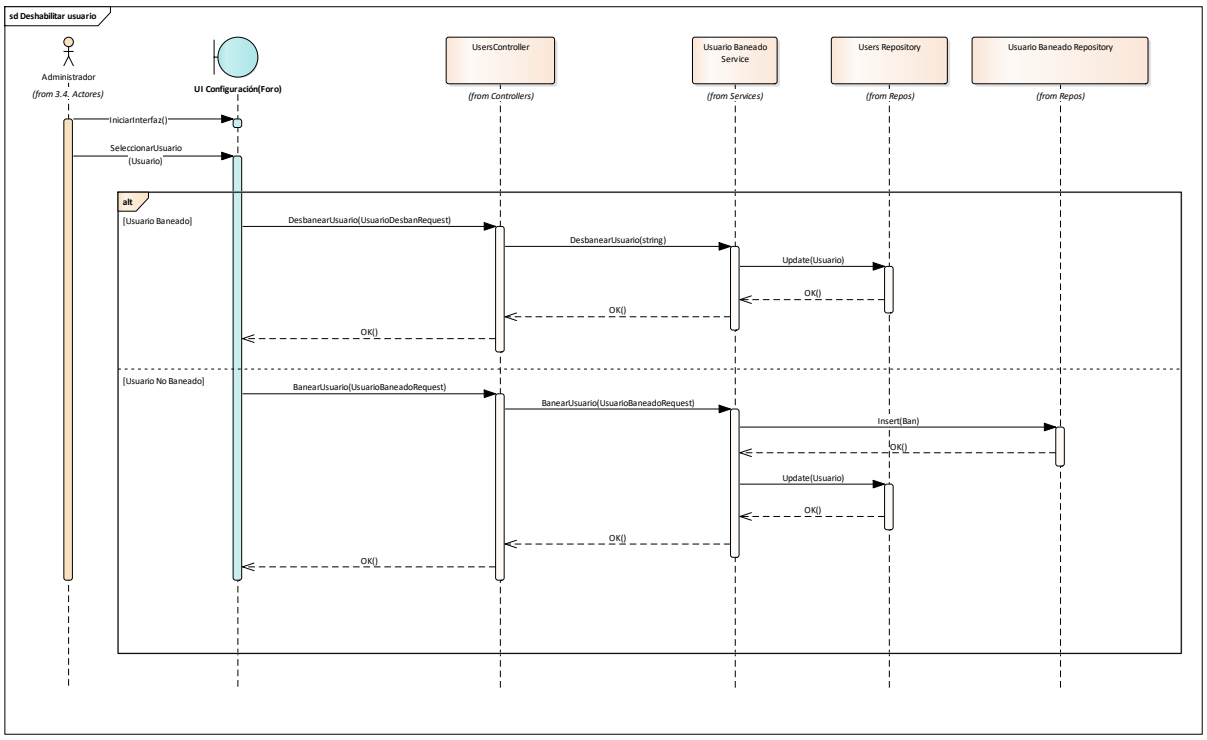
Casos de uso: CU.USUARIOS.002



Casos de uso: CU.USUARIOS.003

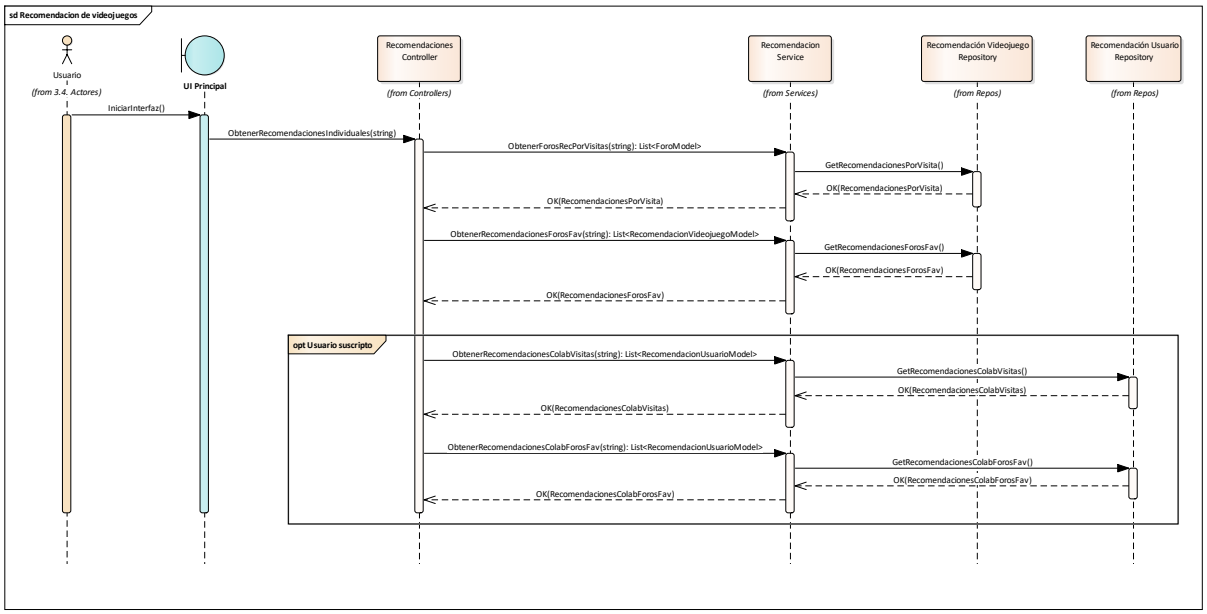


Casos de uso: CU.USUARIOS.004

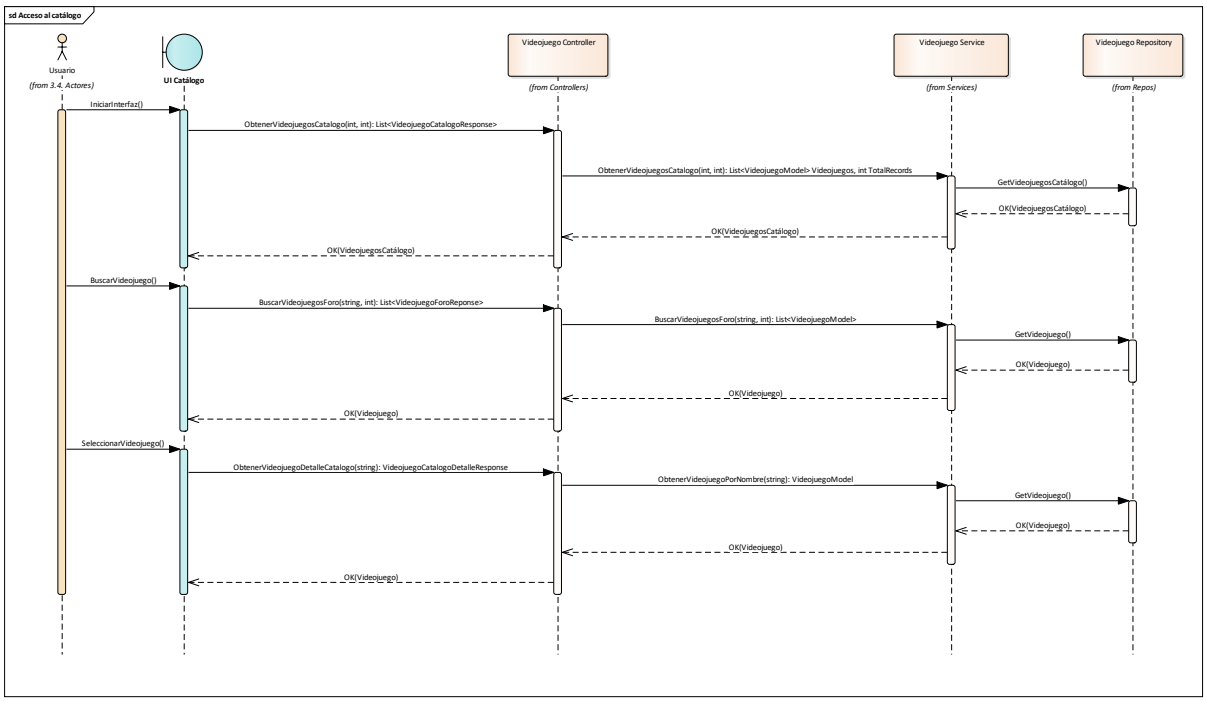


9.6.4.3. Videojuegos

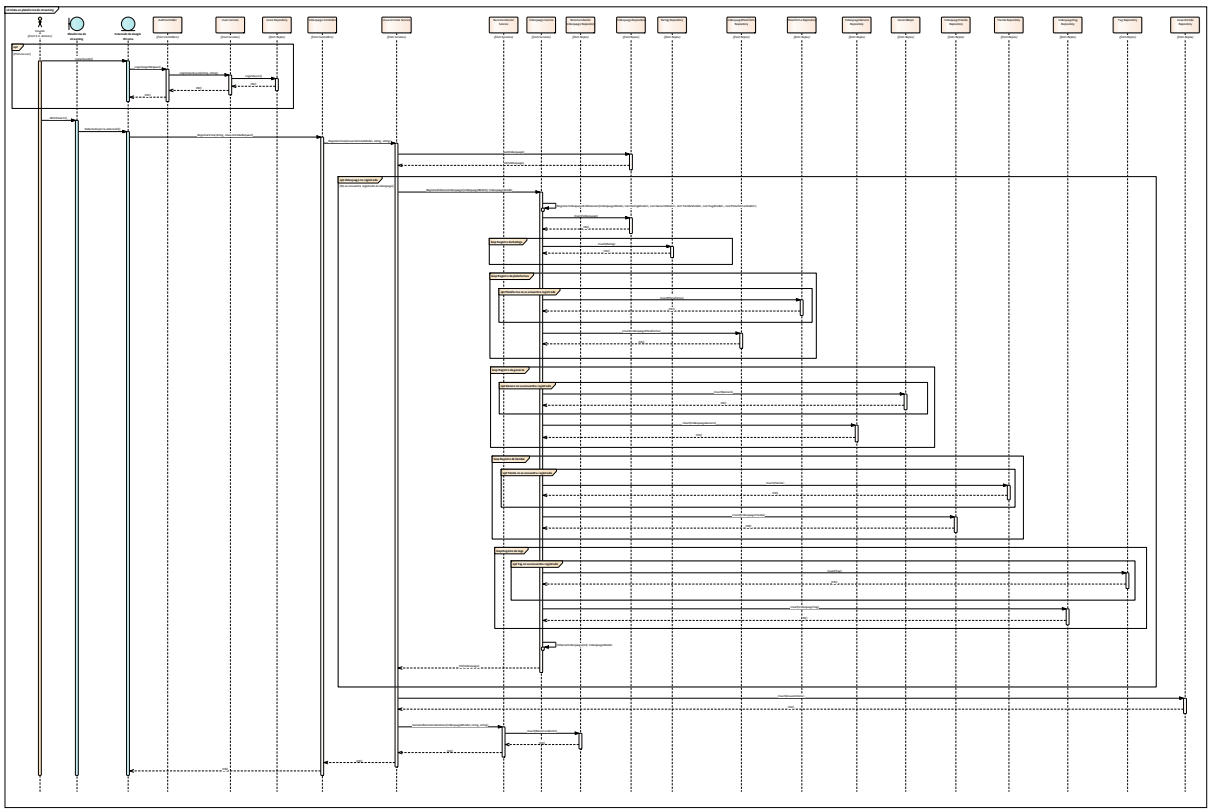
Caso de uso: CU.VIDEOJUEGOS.001



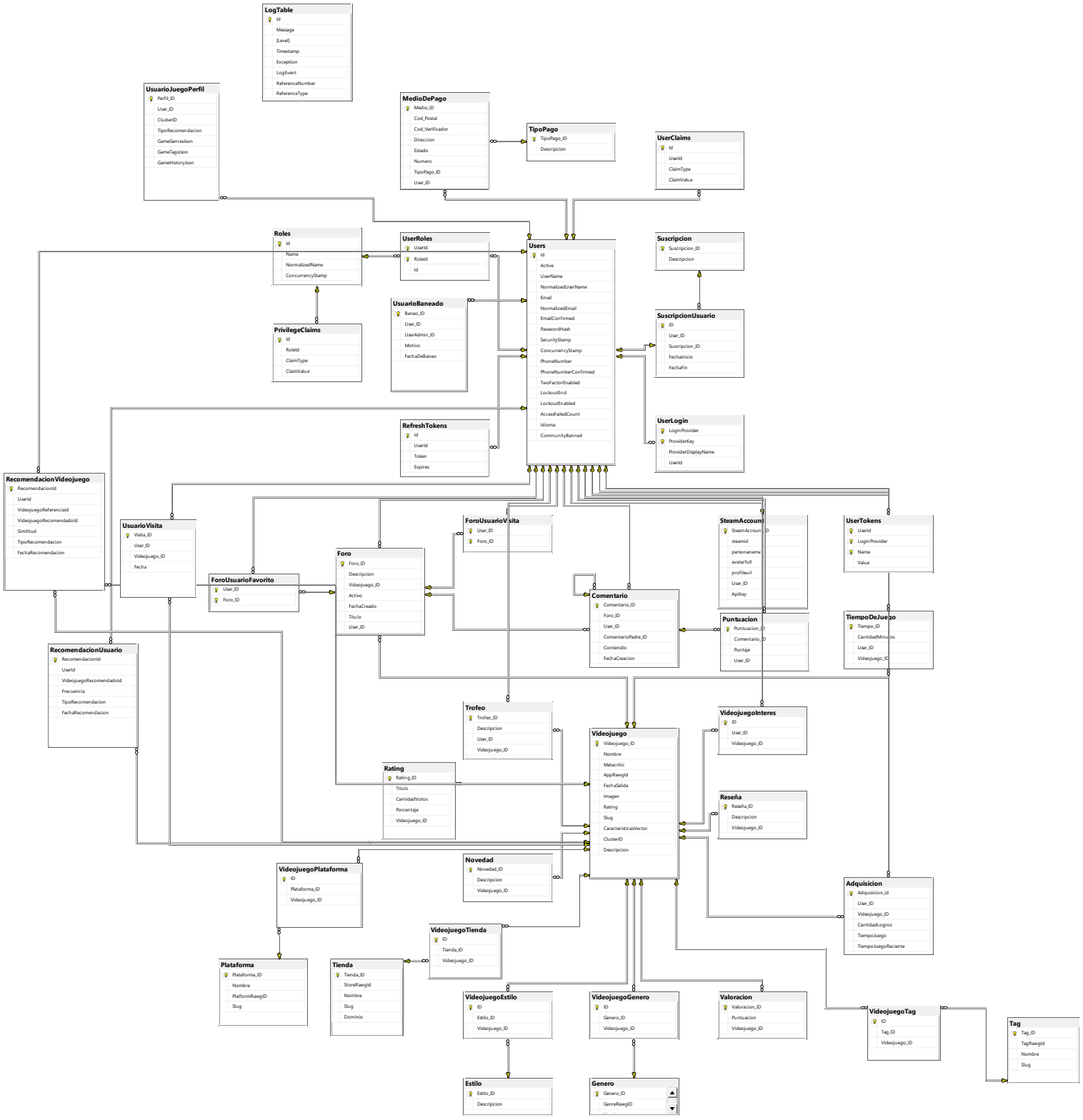
Caso de uso: CU.VIDEOJUEGOS.002

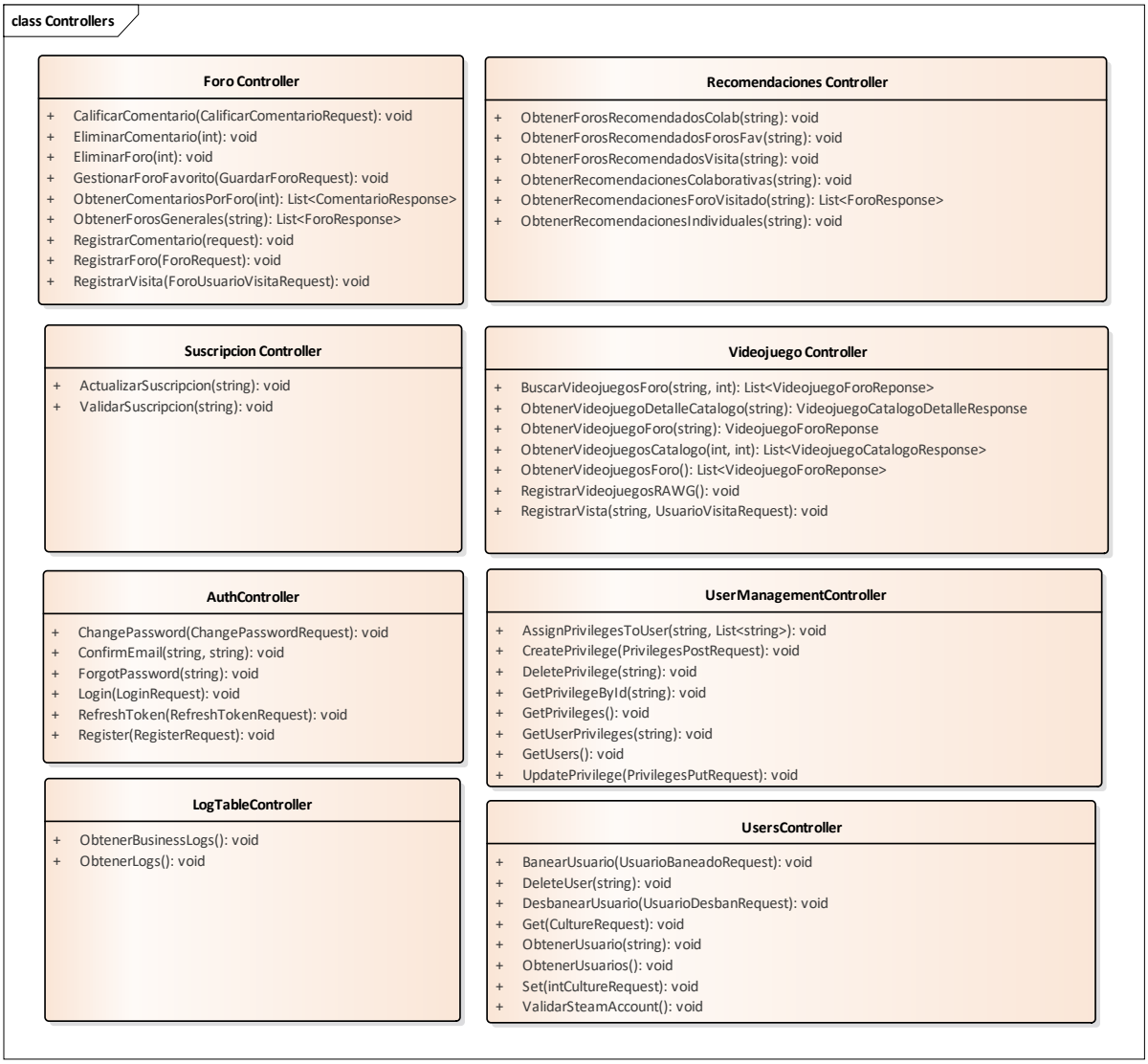


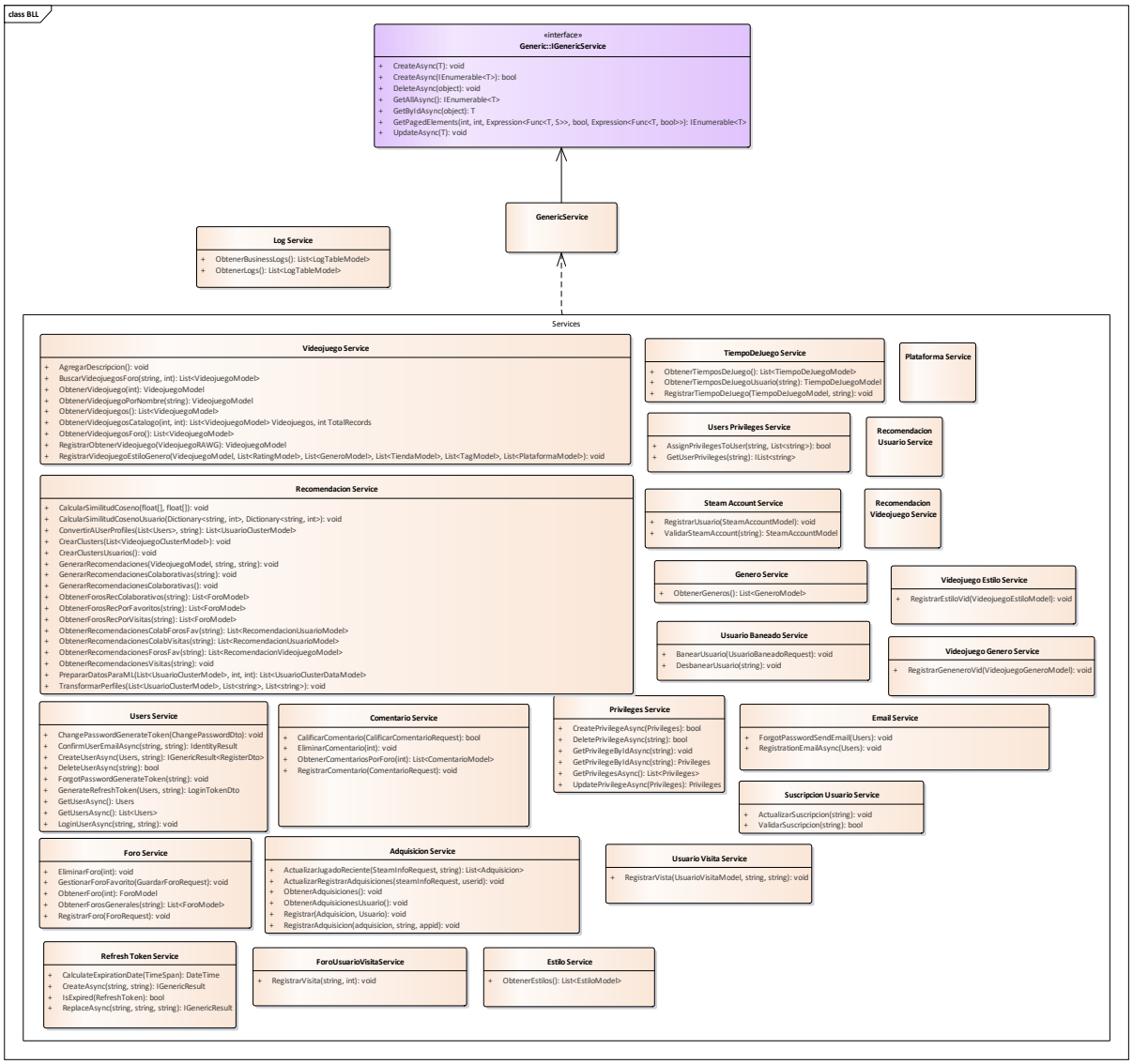
Caso de uso: CU.VIDEOJUEGOS.003

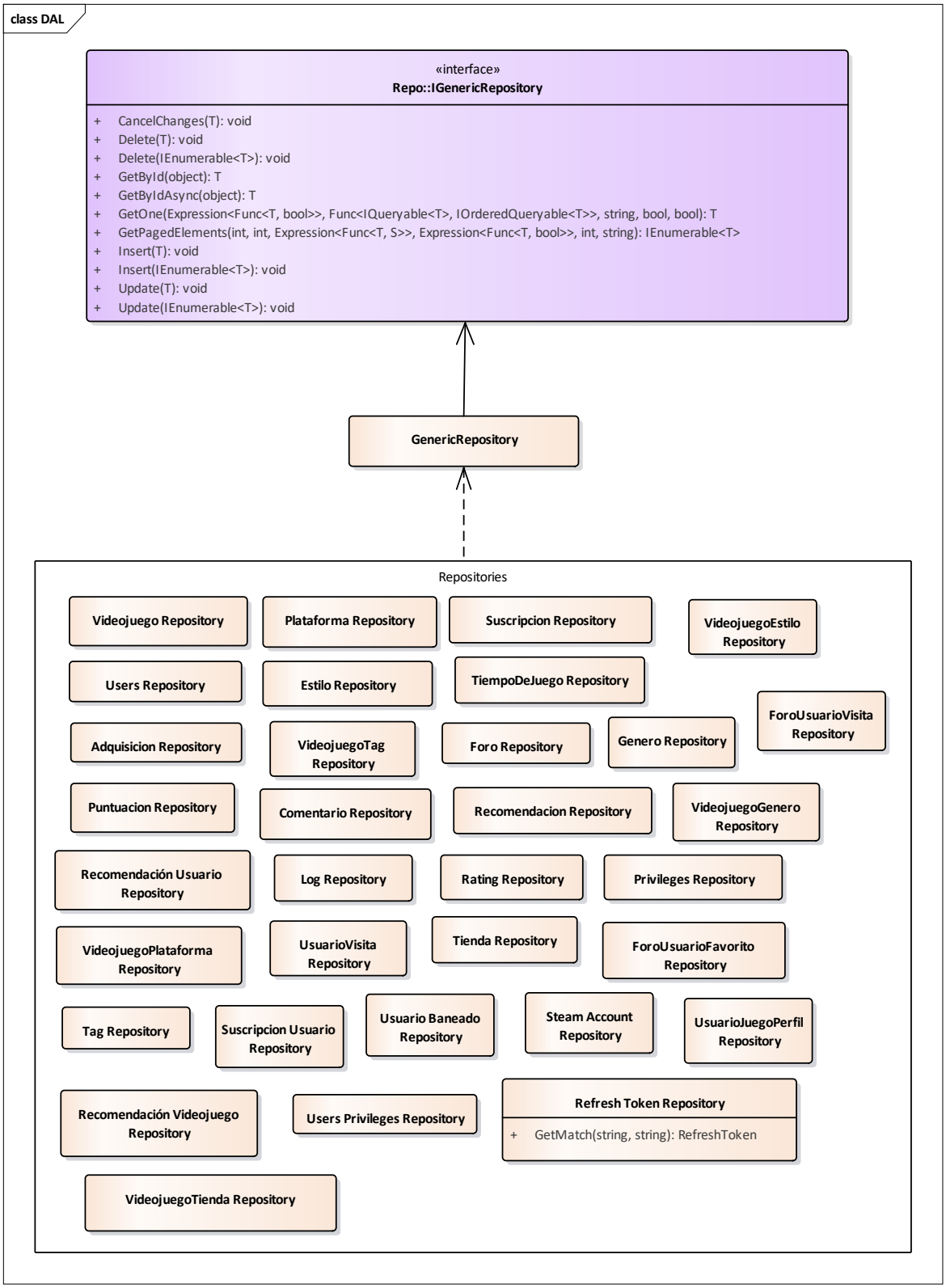


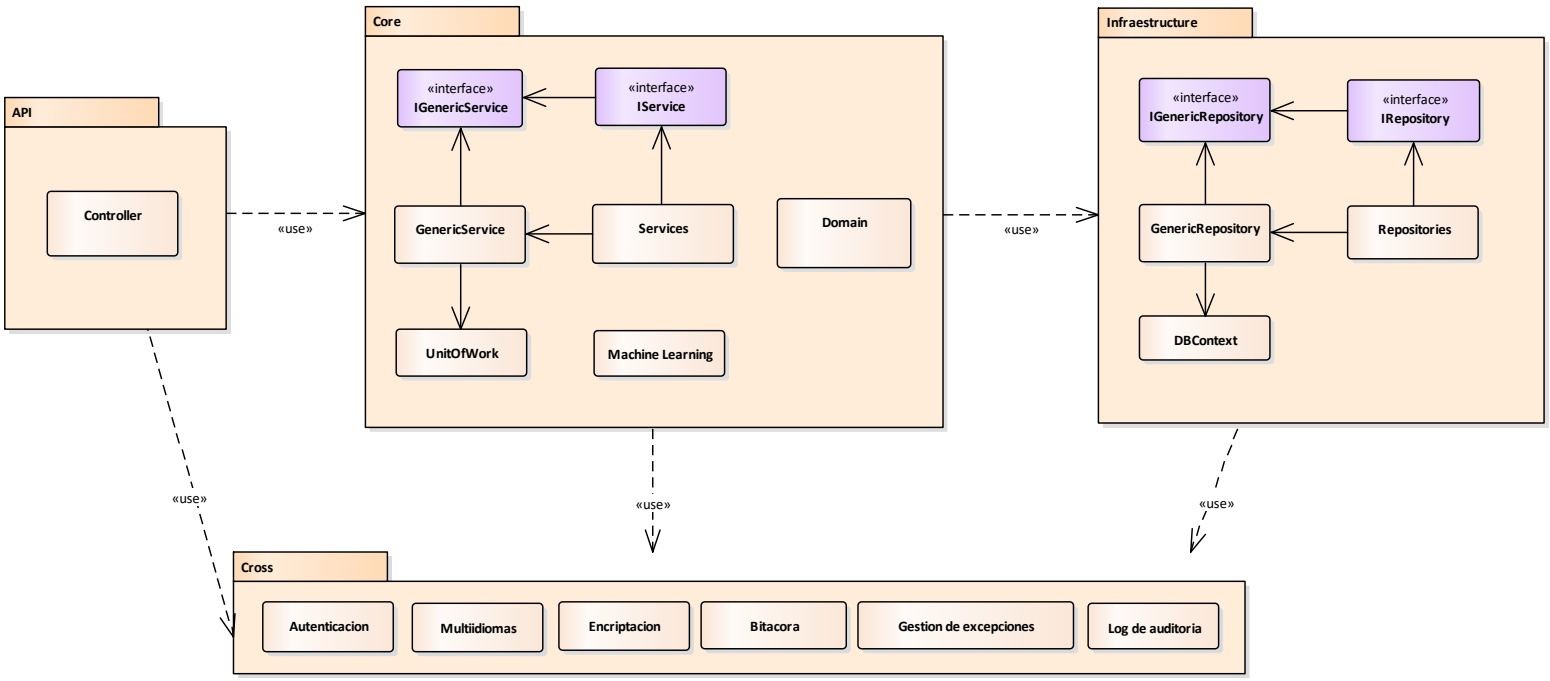
9.6.5. Diagrama de clases de toda la solución



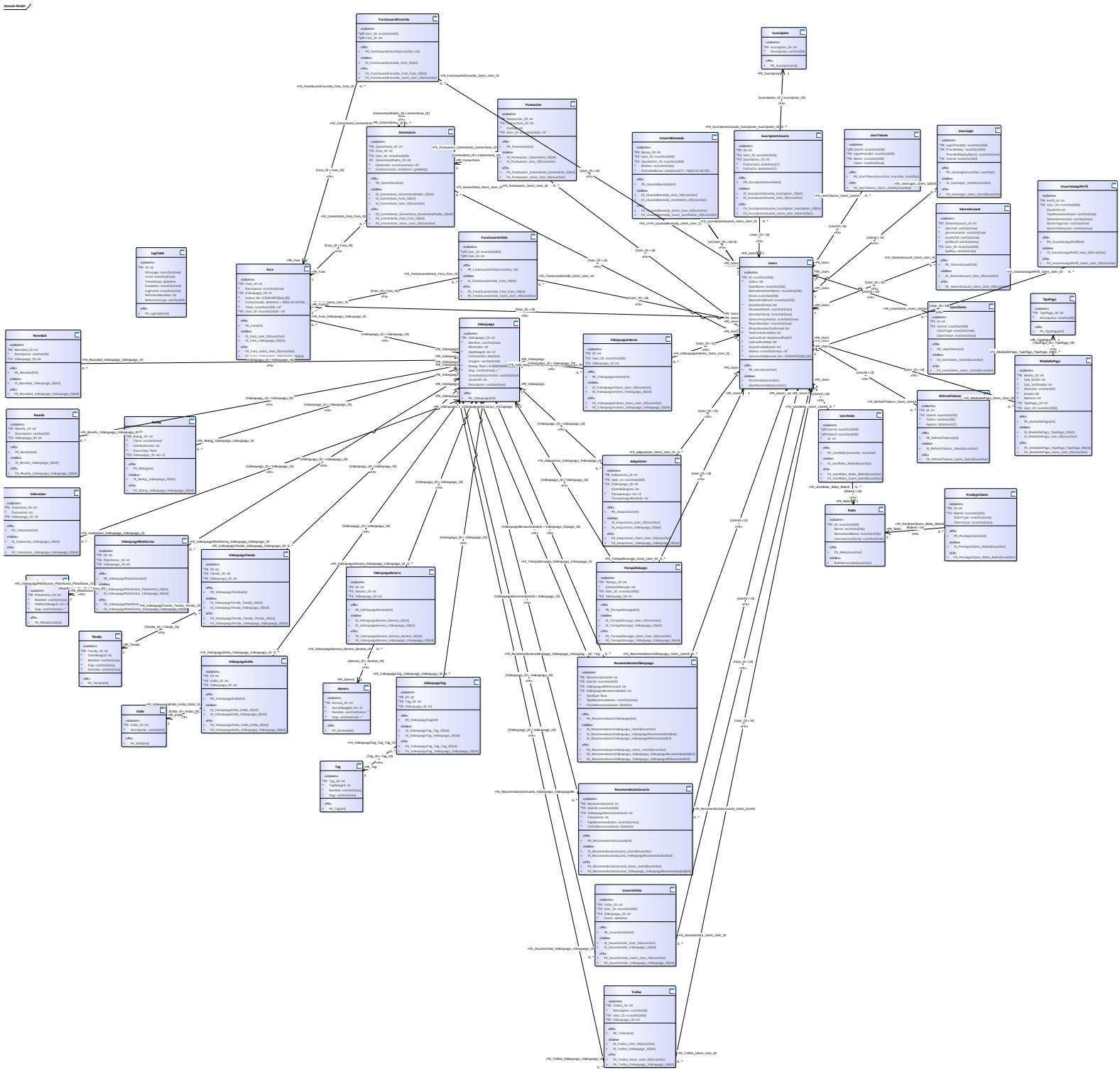

class Controllers
Foro Controller
+ CalificarComentario(CalificarComentarioRequest): void
+ EliminarComentario(int): void
+ EliminarForo(int): void
+ GestionarForoFavorito(GuardarForoRequest): void
+ ObtenerComentariosPorForo(int): List<ComentarioResponse>
+ ObtenerForosGenerales(string): List<ForoResponse>
+ RegistrarComentario(request): void
+ RegistrarForo(ForoRequest): void
+ RegistrarVisita(ForoUsuarioVisitaRequest): void
Recomendaciones Controller
+ ObtenerForosRecomendadosColab(string): void
+ ObtenerForosRecomendadosForosFav(string): void
+ ObtenerForosRecomendadosVisita(string): void
+ ObtenerRecomendacionesColaborativas(string): void
+ ObtenerRecomendacionesForoVisitado(string): List<ForoResponse>
+ ObtenerRecomendacionesIndividuales(string): void
Suscripcion Controller
+ ActualizarSuscripcion(string): void
+ ValidarSuscripcion(string): void
Videojuego Controller
+ BuscarVideojuegosForo(string, int): List<VideojuegoForoReponse>
+ ObtenerVideojuegoDetalleCatalogo(string): VideojuegoCatalogoDetalleResponse
+ ObtenerVideojuegoForo(string): VideojuegoForoReponse
+ ObtenerVideojuegosCatalogo(int, int): List<VideojuegoCatalogoResponse>
+ ObtenerVideojuegosForo(): List<VideojuegoForoReponse>
+ RegistrarVideojuegosRAWG(): void
+ RegistrarVista(string, UsuarioVisitaRequest): void
AuthController
+ ChangePassword(ChangePasswordRequest): void
+ ConfirmEmail(string, string): void
+ ForgotPassword(string): void
+ Login(LoginRequest): void
+ RefreshToken(RefreshTokenRequest): void
+ Register(RegisterRequest): void
UserManagementController
+ AssignPrivilegesToUser(string, List<string>): void
+ CreatePrivilege(PrivilegesPostRequest): void
+ DeletePrivilege(string): void
+ GetPrivilegeById(string): void
+ GetPrivileges(): void
+ GetUserPrivileges(string): void
+ GetUsers(): void
+ UpdatePrivilege(PrivilegesPutRequest): void
LogTableController
+ ObtenerBusinessLogs(): void
+ ObtenerLogs(): void
UsersController
+ BanearUsuario(UsuarioBaneadoRequest): void
+ DeleteUser(string): void
+ DesbanearUsuario(UsuarioDesbanRequest): void
+ Get(CultureRequest): void
+ ObtenerUsuario(string): void
+ ObtenerUsuarios(): void
+ Set(intCultureRequest): void
+ ValidarSteamAccount(): void


class BLL
«interface»
Generic::IGenericService
+ CreateAsync(T): void
+ CreateAsync(IEnumerable<T>): bool
+ DeleteAsync(object): void
+ GetAllAsync(): IEnumerable<T>
+ GetByIdAsync(object): T
+ GetPagedElements(int, int, Expression<Func<T, S>>, bool, Expression<Func<T, bool>>): IEnumerable<T>
+ UpdateAsync(T): void
GenericService
Log Service
+ ObtenerBusinessLogs(): List<LogTableModel>
+ ObtenerLogs(): List<LogTableModel>
Services
Videojuego Service
+ AgregarDescripcion(): void
+ BuscarVideojuegosForo(string, int): List<VideojuegoModel>
+ ObtenerVideojuego(int): VideojuegoModel
+ ObtenerVideojuegoPorNombre(string): VideojuegoModel
+ ObtenerVideojuegos(): List<VideojuegoModel>
+ ObtenerVideojuegosCatalogo(int, int): List<VideojuegoModel> Videojuegos, int TotalRecords
+ ObtenerVideojuegosForo(): List<VideojuegoModel>
+ RegistrarObtenerVideojuego(VideojuegoRAWG): VideojuegoModel
+ RegistrarVideojuegoEstiloGenero(VideojuegoModel, List<RatingModel>, List<GeneroModel>, List<TiendaModel>, List<TagModel>, List<PlataformaModel>): void
TiempoDeJuego Service
+ ObtenerTiemposDeJuego(): List<TiempoDeJuegoModel>
+ ObtenerTiemposDeJuegoUsuario(string): TiempoDeJuegoModel
+ RegistrarTiempoDeJuego(TiempoDeJuegoModel, string): void
Plataforma Service
Users Privileges Service
+ AssignPrivilegesToUser(string, List<string>): bool
+ GetUserPrivileges(string): IList<string>
Recomendacion Usuario Service
Recomendacion Service
+ CalcularSimilitudCoseno(float[], float[]): void
+ CalcularSimilitudCosenoUsuario(Dictionary<string, int>, Dictionary<string, int>): void
+ ConvertirAUserProfiles(List<Users>, string): List<UsuarioClusterModel>
+ CrearClusters(List<VideojuegoClusterModel>): void
+ CrearClustersUsuarios(): void
+ GenerarRecomendaciones(VideojuegoModel, string, string): void
+ GenerarRecomendacionesColaborativas(string): void
+ GenerarRecomendacionesColaborativas(): void
+ ObtenerForosRecColaborativos(string): List<ForoModel>
+ ObtenerForosRecPorFavoritos(string): List<ForoModel>
+ ObtenerForosRecPorVisitas(string): List<ForoModel>
+ ObtenerRecomendacionesColabForosFav(string): List<RecomendacionUsuarioModel>
+ ObtenerRecomendacionesColabVisitas(string): List<RecomendacionUsuarioModel>
+ ObtenerRecomendacionesForosFav(string): List<RecomendacionVideojuegoModel>
+ ObtenerRecomendacionesVisitas(string): void
+ PrepararDatosParaML(List<UsuarioClusterModel>, int, int): List<UsuarioClusterDataModel>
+ TransformarPerfiles(List<UsuarioClusterModel>, List<string>, List<string>): void
Steam Account Service
+ RegistrarUsuario(SteamAccountModel): void
+ ValidarSteamAccount(string): SteamAccountModel
Recomendacion Videojuego Service
Genero Service
+ ObtenerGeneros(): List<GeneroModel>
Videojuego Estilo Service
+ RegistrarEstiloVid(VideojuegoEstiloModel): void
Usuario Baneado Service
+ BanearUsuario(UsuarioBaneadoRequest): void
+ DesbanearUsuario(string): void
Videojuego Genero Service
+ RegistrarGeneneroVid(VideojuegoGeneroModel): void
Users Service
+ ChangePasswordGenerateToken(ChangePasswordDto): void
+ ConfirmUserEmailAsync(string, string): IdentityResult
+ CreateUserAsync(Users, string): IGenericResult<RegisterDto>
+ DeleteUserAsync(string): bool
+ ForgotPasswordGenerateToken(string): void
+ GenerateRefreshToken(Users, string): LoginTokenDto
+ GetUserAsync(): Users
+ GetUsersAsync(): List<Users>
+ LoginUserAsync(string, string): void
Comentario Service
+ CalificarComentario(CalificarComentarioRequest): bool
+ EliminarComentario(int): void
+ ObtenerComentariosPorForo(int): List<ComentarioModel>
+ RegistrarComentario(ComentarioRequest): void
Privileges Service
+ CreatePrivilegeAsync(Privileges): bool
+ DeletePrivilegeAsync(string): bool
+ GetPrivilegeByIdAsync(string): void
+ GetPrivilegeByIdAsync(string): Privileges
+ GetPrivilegesAsync(): List<Privileges>
+ UpdatePrivilegeAsync(Privileges): Privileges
Email Service
+ ForgotPasswordSendEmail(Users): void
+ RegistrationEmailAsync(Users): void
Suscripcion Usuario Service
+ ActualizarSuscripcion(string): void
+ ValidarSuscripcion(string): bool
Foro Service
+ EliminarForo(int): void
+ GestionarForoFavorito(GuardarForoRequest): void
+ ObtenerForo(int): ForoModel
+ ObtenerForosGenerales(string): List<ForoModel>
+ RegistrarForo(ForoRequest): void
Adquisicion Service
+ ActualizarJugadoReciente(SteamInfoRequest, string): List<Adquisicion>
+ ActualizarRegistrarAdquisiciones(steamInfoRequest, userid): void
+ ObtenerAdquisiciones(): void
+ ObtenerAdquisicionesUsuario(): void
+ Registrar(Adquisicion, Usuario): void
+ RegistrarAdquisicion(adquisicion, string, appid): void
Usuario Visita Service
+ RegistrarVista(UsuarioVisitaModel, string, string): void
Refresh Token Service
+ CalculateExpirationDate(TimeSpan): DateTime
+ CreateAsync(string, string): IGenericResult
+ IsExpired(RefreshToken): bool
+ ReplaceAsync(string, string, string): IGenericResult
ForoUsuarioVisitaService
+ RegistrarVisita(string, int): void
Estilo Service
+ ObtenerEstilos(): List<EstiloModel>

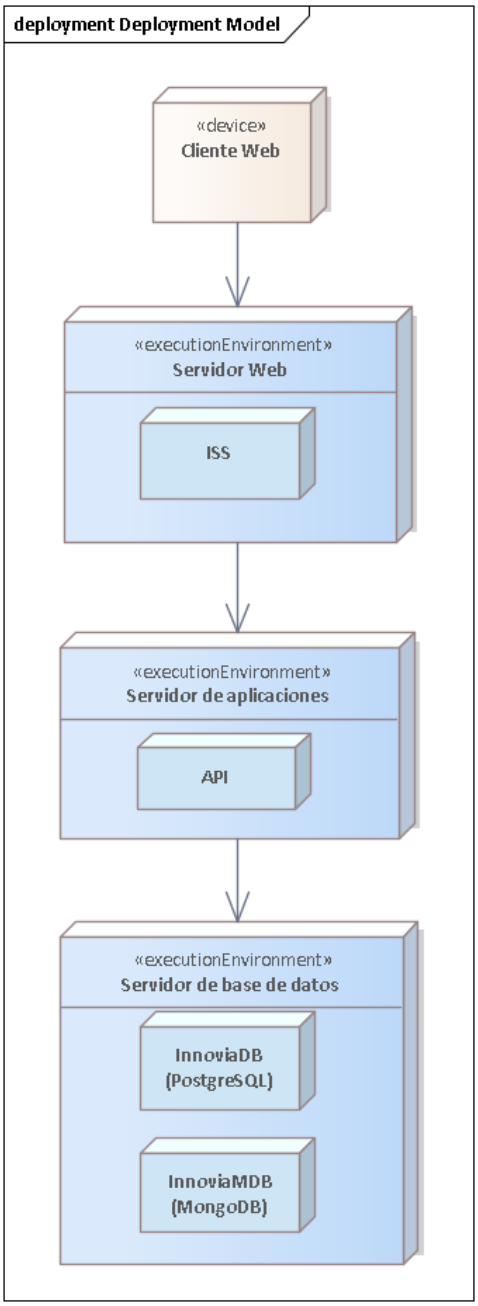

class DAL
«interface»
Repo::IGenericRepository
+ CancelChanges(T): void
+ Delete(T): void
+ Delete(IEnumerable<T>): void
+ GetById(object): T
+ GetByIdAsync(object): T
+ GetOne(Expression<Func<T, bool>>, Func<IQueryable<T>, IOrderedQueryable<T>>, string, bool, bool): T
+ GetPagedElements(int, int, Expression<Func<T, S>>, Expression<Func<T, bool>>, int, string): IEnumerable<T>
+ Insert(T): void
+ Insert(IEnumerable<T>): void
+ Update(T): void
+ Update(IEnumerable<T>): void
GenericRepository
Repositories
Videojuego Repository
Plataforma Repository
Suscripcion Repository
VideojuegoEstilo Repository
Users Repository
Estilo Repository
TiempoDeJuego Repository
ForoUsuarioVisita Repository
Adquisicion Repository
VideojuegoTag Repository
Foro Repository
Genero Repository
Puntuacion Repository
Comentario Repository
Recomendacion Repository
VideojuegoGenero Repository
Recomendación Usuario Repository
Log Repository
Rating Repository
Privileges Repository
VideojuegoPlataforma Repository
UsuarioVisita Repository
Tienda Repository
ForoUsuarioFavorito Repository
Tag Repository
Suscripcion Usuario Repository
Usuario Baneado Repository
Steam Account Repository
UsuarioJuegoPerfil Repository
Recomendación Videojuego Repository
Users Privileges Repository
Refresh Token Repository
+ GetMatch(string, string): RefreshToken
VideojuegoTienda Repository


API
Controller
«use»
Core
«interface»
IGenericService
«interface»
IService
GenericService
Services
Domain
UnitOfWork
Machine Learning
«use»
Infraestructure
«interface»
IGenericRepository
«interface»
IRepository
GenericRepository
Repositories
DBContext
«use»
«use»
«use»
Cross
Autenticacion
Multiidiomas
Encriptacion
Bitacora
Gestion de excepciones
Log de auditoria

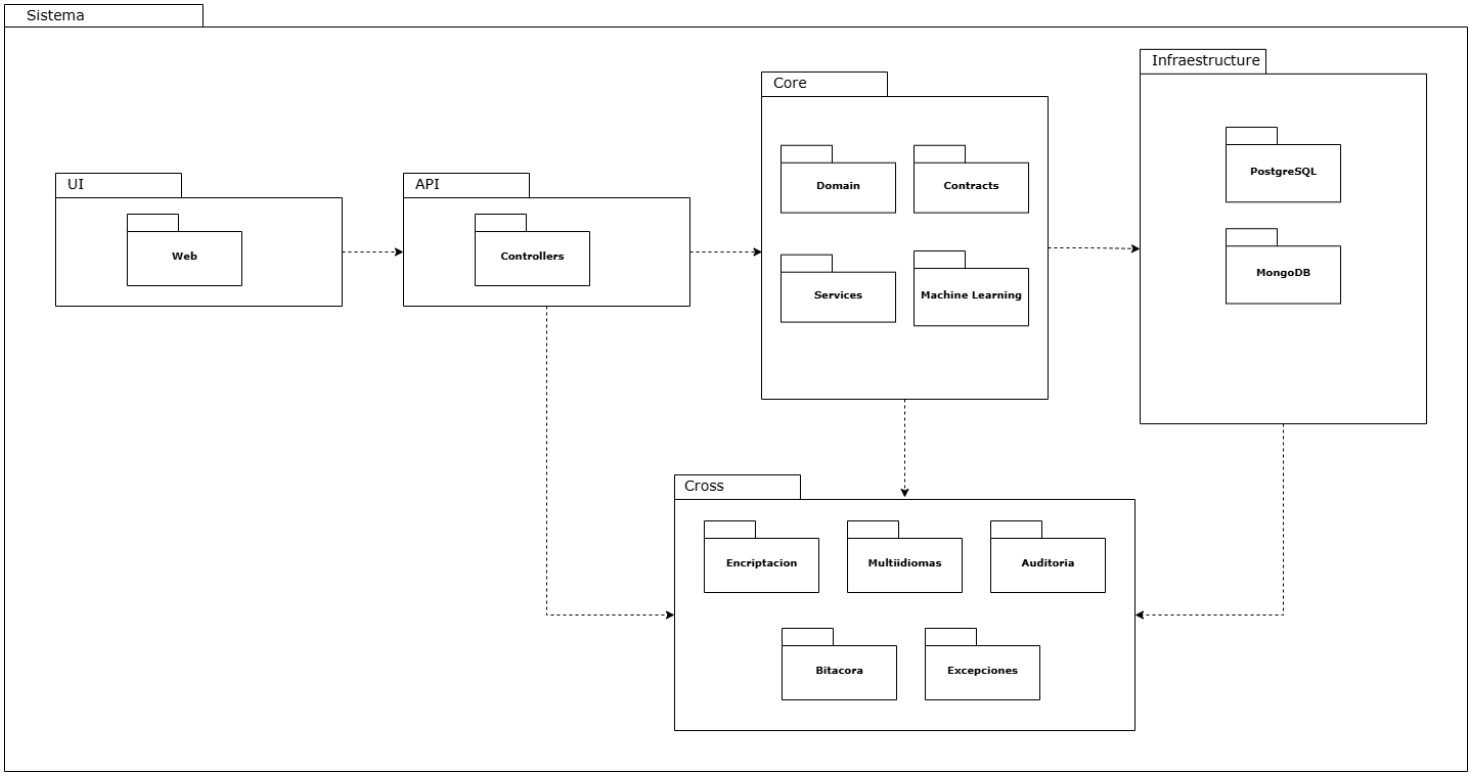
9.6.6. Diagrama Entidad Relación



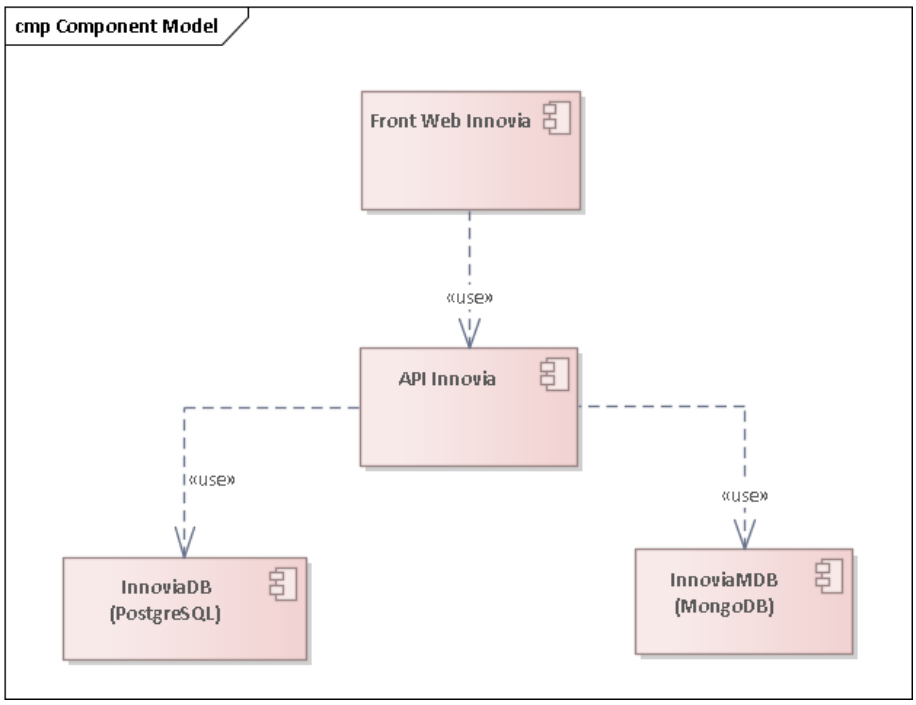
9.6.7. Diagrama de despliegue



9.6.8. Diagrama de paquetes



9.6.9. Diagrama de componentes



Anexo

Estrategias para el Liderazgo Competitivo – Hax
Marketing - Lamb
https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-games/argentina
https://www.cronista.com/infotechnology/actualidad/mercado-gamer-argentina-ya-tiene-mas-de-26-millones-de-jugadores/
https://www.infobae.com/tendencias/2024/09/24/stephan-loerke-ceo-de-la-federacion-mundial-de-anunciantes-la-sostenibilidad-deberia-ser-parte-de-las-estrategias-de-marketing/
https://elpais.com/argentina/2024-11-12/el-gobierno-de-milei-baja-la-inflacion-al-27-mensual-en-argentina.html
http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/60000-64999/64790/norma.htm
https://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/340000-344999/343520/norma.htm
https://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/texact.htm
https://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/42755/texact.htm
https://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/25000-29999/25552/texact.htm
https://www.merca20.com/4-anos-despues-de-pandemia-asi-cambio-el-mundo-del-marketing/
https://www.3djuegos.com/
https://www.metacritic.com/
https://www.gamespot.com/
https://www.forbesargentina.com/negocios/dia-gamer-referentes-analizan-industria-argentina-n58443
https://www.cancilleria.gob.ar/es/actualidad/noticias/presentacion-de-empresas-argentinas-en-la-conferencia-de-desarrolladores-de