



“Universidad del Sureste”

Turno matutino.

Desarrollo Empresarial

Proyecto Integrador.

Presenta:

Omar Isaí de la Cruz Paredes

Sexto Cuatrimestre ‘U’.

Medicina Veterinaria y Zootecnia.

Catedrático:

Lic. Víctor Antonio González Salas

05 de julio de 2020

Tapachula, Chiapas, México.

Videojuegos “Stadium”

Objetivos del Marketing.

Dentro de los objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

Corto Plazo (6 meses)

Escalar en la primer sección de venta de videojuegos en la obtención de un local específico en una zona céntrica, cerca de tiendas departamentales o en una zona aledaña a universidades y escuelas de educación media-superior, instalando por inicio el uso de máquinas recreativas de juegos arcade, y un par de consolas de antigua generación para atraer público fácil, buscando ganancias que cubran los pagos de servicio que requerirá el negocio y asimismo obtener una cantidad destinada a uso personal y ahorro post modernización en un total de al menos 70 horas por semana cubiertas en el uso recreativo, finalizando en un aproximado de 2100 horas al mes cubiertas como meta.

Mediano Plazo (1 año)

Una vez alcanzada la meta ya fijada, y con los ingresos obtenidos, permitirse la extensión del negocio de local pequeño a uno más avanzado adquiriendo un centro de ventas dentro del mismo donde, además de la venta de videojuegos, también se puedan realizar rentas de estos iniciando la expansión territorial cubriendo más zonas de la ciudad e incluso en otros municipios del estado para dar a conocer la marca. Hacer un cambio de una simple zona de renta de consolas a un área social añadiendo una zona de bar y snacks en barra, con preparación de alimentos de comida rápida con bonus por horas compradas o juegos adquiridos. Extender el repertorio de alcance incluyendo más diversidad en máquinas recreativas, consolas diferentes y accesibilidad a usuarios con membresías premium, etc.

Largo Plazo (2 años)

Con las ganancias generadas, imponer la marca a varios estados de la República y quizá a otros lados del mundo iniciando desde el paso uno, esperando encontrar el mismo éxito. De ser así, también firmar con varias industrias en el sector de videojuegos que accedan a proporcionar publicidad a cambio de patrocinio, incrementando la fama del negocio, ya convertido en una empresa compleja, buscando que me distribuyan también empresas de juguetes de colección y artículos especializados en videojuegos y equipos de PC gaming, y consolas para su venta, añadiendo nuevamente un área más a nuestros locales donde se encuentre la zona de compra manejando distintos tipos de cobro brindando utilidad completa al bolsillo de nuestros compradores, estableciendo una franquicia que busque ser entre las número uno en la venta, renta, distribución en videojuegos y todos sus derivados, como mejores salas de máquinas recreativas y zonas sociales, aunque tal vez dos años sean muy poco tiempo...

Consumo aparente.

El número de clientes potenciales es de: 144 personas potenciales al día, cubriendo un total mensual de 4320 personas al mes de un solo local.

El consumo unitario aparente por cliente es de: 3 horas de renta en consolas al día

El consumo mensual aparente del mercado es de: 90 horas al mes de forma individual si el cliente es frecuente y diario.

Demanda Potencial.

Corto Plazo:

Si se busca el éxito, la empresa debe convertirse en la zona de videojuegos número 1 en la ciudad, siendo el lugar por excelencia de Tapachula para la búsqueda de centrales de videojuegos, cubriendo al menos un 90% del mercado involucrado.

Mediano Plazo:

Se espera que la empresa prospere como lo esperado logrando el crecimiento inmediato a más del 50% cuando sea distribuida como marca en más estados de la república, reconocido por su desempeño en su origen.

Largo Plazo

Al competir contra titanes en la empresa de los videojuegos como Gamer, Game Planet y demás, se espera lograr un éxito en mercado del 80% haciendo frente a empresas de este nivel por alta variedad, consiguiendo un consumo total de más de 3000 copias de videojuegos vendidas en el mes POR local.

Participación de la competencia en el mercado

Competidores en el mercado potenciales resultan ser inicialmente:

Gamers y Go Games.

Ambos poseen la distribución de artículos de videojuegos y las copias como tal, sin embargo, ninguno posee áreas recreativas como tal, mostrando esto como ventaja para mi empresa.

Publicidad y Promoción.

La radio, confiable y eficaz, además de centrarse principalmente en redes sociales como negocio de apertura otorgando bonificaciones, tal vez iniciando con un local dentro de una plaza como Galerías o Crystal, resulte clave para darse a conocer fácilmente.