



MERCADOTECNIA

Diseño de estrategias de marketing relacional basadas en comunidades de interés para fortalecer la fidelización de los consumidores de manga de la librería Asteroide B612 en el centro comercial Portal Shopping en la ciudad de Quito.

AUTORES:

Steyger Iván Cadena Guairacajas.

Emily Alejandra Mancero
Salazar.

Gina Belén León Gómez.

Pedro Isaac Escobar Tituaña.

Andrea Antonina Alemán
Jiménez.

TUTOR:

. Ing. Nicolás

Alberto Arias Sánchez,
Msc.

ASIGNATURA:

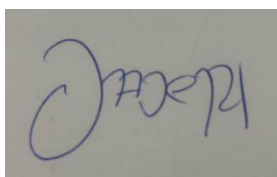
Unidad de
Integración Curricular.

Quito, 22 de junio del 2026.

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros, Steyger Iván Cadena Guairacajas, Emily Alejandra Mancero Salazar, Pedro Isaac Escobar Tituaña, Andrea Antonina Alemán Jiménez, Gina Belén León Gómez declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, Reglamento y Leyes.



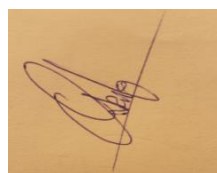
Steyger Iván Cadena Guairacajas



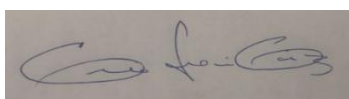
Emily Alejandra Mancero Salazar



Pedro Isaac Escobar Tituaña



Andrea Antonina Alemán Jiménez



Gina Belén León Gómez

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo Nicolás Alberto Arias Sánchez, certifico que conozco al(los) autor(es) del presente trabajo siendo el(los) responsable(s) exclusivo(s) tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.



.....

Nicolás Alberto Arias Sánchez

Resumen Ejecutivo

La investigación se desarrolló en la librería Asteroide B612 en el Centro Comercial Portal Shopping de Quito, advierte que el público lector de manga vinculado con la cultura otaku compra de forma esporádica y percibe a la tienda como una librería transaccional. Las entrevistas exploratorias a diferentes grupos de personas mostraron que este segmento valora experiencias compartidas, incentivos para completar colecciones y la sensación de pertenecer a una comunidad. Sin mecanismos que satisfagan estas expectativas, la fidelización y la recompra son estrategias nulas dentro de Asteroide B612. Bajo el enfoque de Design Thinking (Brown, 2008) se diseñó el prototipo 1.0 «Asteroide Manga Club»: membresía gratuita (tarjeta física + carnet digital) que ofrece registro sin costo, puntos por compra, preventas y reservas, descuentos en fechas clave, recomendaciones personalizadas, sorteos mensuales y acceso preferente a eventos temáticos (clubes de lectura, trivias, cosplay). Se desarrolló una validación cualitativa. Tres entrevistas a lectores entre 16 a 22 años y revelaron las siguientes respuestas:

- * Aceptación del 99.66 % (“me registraría de inmediato”, EI02).
- * Alto valor percibido: la combinación de beneficios y comunidad “haría la experiencia más completa” (EI03).
- * Plena disposición a asistir a eventos físicos.
- * Objeciones recurrentes: necesidad de actividades constantes y descuentos para completar sagas.

Interpretación. Los hallazgos coinciden con Chan (2024), quien reporta que micro-eventos elevan la tasa de recompra en librerías especializadas hasta 25 %. Además, el mercado local respalda la apuesta: las ventas de manga en Ecuador crecieron 28 % interanual (ComikFever, 2025). Impacto esperado. Al implementar Asteroide Manga Club, la librería prevé aumentar la frecuencia de visita, obtener datos para recomendaciones personalizadas y posicionarse como punto de encuentro cultural de la comunidad otaku en Quito, diferenciándose de los competidores o librerías clásicas en el Ecuador que son consideradas como transaccionales. (Venta y compra de libros).

Abstract

The research was conducted at the Asteroide B612 bookstore in the Portal Shopping in Quito, warning that the manga-reading audience linked to otaku culture purchases sporadically and perceives the store as a transactional bookstore. Exploratory interviews with different groups of people showed that this segment values shared experiences, incentives to complete collections, and the feeling of belonging to a community. Without mechanisms to meet these expectations, customer loyalty and repurchase strategies are null within Asteroide B612. Under the Design Thinking approach (Brown, 2008), prototype 1.0 "Asteroide Manga Club" was designed: a free membership (physical card + digital ID) that offers no-cost registration, points for purchases, pre-sales and reservations, discounts on key dates, personalized recommendations, monthly raffles, and preferential access to themed events (reading clubs, trivia, cosplay). A qualitative validation was developed. Three interviews with readers aged 16 to 22 revealed the following responses:

- 99.66% acceptance ("I would register immediately," EI02).
- High perceived value: the combination of benefits and community "would make the experience more complete" (EI03).
- Full willingness to attend physical events.
- Recurring objections: the need for constant activities and discounts to complete series.

Interpretation. The findings coincide with Chan (2024), who reports that micro-events increase the repurchase rate in specialty bookstores by up to 25%. Additionally, the local market supports the bet: manga sales in Ecuador grew by 28% year-on-year (ComikFever, 2025). Expected impact. By implementing Asteroide Manga Club, the bookstore expects to increase visit frequency, obtain data for personalized recommendations, and position itself as a cultural meeting point for the otaku community in Quito, differentiating itself from competitors or traditional bookstores in Ecuador that are considered transactional (buying and selling books).

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a Dios, por permitirnos llegar hasta este momento y darnos la fuerza necesaria para continuar, incluso cuando se presentaron dificultades durante el proceso.

A nuestras familias, por todo el apoyo que nos han brindado, por su paciencia y por estar ahí en los momentos en que más lo necesitamos. Gracias por motivarnos a seguir adelante y por confiar siempre en nosotros.

También queremos dedicar este logro a todas las personas que, de alguna manera, nos acompañaron durante nuestra etapa universitaria.

Finalmente, nos dedicamos este trabajo a nosotros mismos, porque sabemos que no fue fácil. Fueron meses de esfuerzo, reuniones, preocupaciones, aprendizajes y momentos en los que tuvimos que seguir adelante, aunque estuviéramos cansados. Como grupo, logramos superar cada dificultad y llegar juntos hasta el final.

Esta tesis representa el cierre de una etapa muy importante para nosotros y el comienzo de nuevos retos. Nos sentimos orgullosos de haberlo conseguido y agradecidos con todas las personas que fueron parte de este camino.

Agradecimiento

Queremos empezar agradeciendo a Dios por permitirnos llegar hasta este punto y por darnos la fuerza para continuar, especialmente en los momentos en los que sentimos que el camino se nos complicaba.

A nuestras familias, gracias por acompañarnos durante todos estos años, por apoyarnos y por tener paciencia con nosotros. Sabemos que muchas veces tuvimos que dedicar tiempo a la universidad, dejando de lado otras cosas, y siempre estuvieron ahí para entendernos y motivarnos a seguir con nuestra carrera.

A la Universidad Internacional del Ecuador, gracias por brindarnos la oportunidad de prepararnos profesionalmente y por todas las experiencias y conocimientos que adquirimos durante nuestra carrera. Sin duda, todo lo aprendido nos servirá para lo que viene en nuestra vida profesional.

Queremos agradecer especialmente a nuestro tutor, Ing. Nicolás Alberto Arias Sánchez, por su apoyo y por guiarnos durante la realización de esta tesis. Gracias por las recomendaciones, correcciones y por el tiempo que nos dedicó para ayudarnos a sacar adelante este proyecto.

También agradecemos a nuestros profesores y compañeros, quienes fueron parte de esta etapa y con quienes compartimos muchos momentos que seguramente recordaremos.

Por último, queremos agradecer a cada uno de los integrantes de este grupo. Trabajar juntos no siempre fue fácil, tuvimos diferencias y momentos de presión, pero aprendimos a organizarnos, a apoyarnos y a buscar soluciones. Cada uno puso su esfuerzo para que este trabajo pudiera terminarse.

Nos vamos de esta etapa con muchos aprendizajes, experiencias y, sobre todo, con la satisfacción de haber cumplido una meta que nos costó esfuerzo, pero que hoy podemos decir que valió la pena.

Índice de tablas de contenido

INTRODUCCIÓN	12
MARCO TEÓRICO	14
IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMÁTICA.....	23
VALIDACIÓN DE VIABILIDAD - DESEABILIDAD	33
ESTUDIO TÉCNICO Y MODELO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL	51
.	52
PLAN DE MARKETING	54
EVALUACIÓN FINANCIERA	58
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	59
BIBLIOGRAFÍA	63
ANEXOS	64

Índice de Tablas

Tabla 1 Buyer Pesona	17
Tabla 2 Entrevista buyer persona	19
Tabla 3 Matriz de sistematización de información, entrevistas	19
Tabla 4 Entrevista	21
Tabla 5 Matriz de sistematización de información, entrevistas	21
Tabla 6 Árbol de problemas.....	24
Tabla 7 Business Canvas	26
Tabla 8 Codificación entrevistas para validar el prototipo 1.0.....	35
Tabla 9 Matriz de sistematización de información, entrevistas	35
Tabla 10 Codificación entrevistas para validar el prototipo 1.0.....	37
Tabla 11 Matriz de sistematización de información, entrevistas	38
Tabla 12 Codificación entrevistas para validar el prototipo 2.0.....	40
Tabla 13 Matriz de sistematización de información, entrevistas	40
Tabla 14 Comparativa de respuestas.....	43
Tabla 15 Tabla de mejoras.....	48
Tabla 16 Detalle de mapa de procesos.....	53
Tabla 17 Plan de marketing	56
Tabla 18 Costos y gastos proyectados a 6 meses	58
Tabla 19 Presupuesto de ventas mensual y semestral.....	59
Tabla 20 Calculo ROMI.....	60
Tabla 21 Pérdidas y ganancias.....	60

Índice de Figuras

Figura 1 Mapa de empatía.....	16
Figura 2 Mapa de empatía.....	16
Figura 3 Entrevista.....	23
Figura 4 Entrevista.....	23
Figura 5 Opción 1 de prototipo 1.0.....	32
Figura 6 Figura Prototipo 2.0.....	47
Figura 7 Captura de pantalla video promocional.....	50
Figura 8 Mapa de proceso.....	51
Figura 9 Figura Organigrama.....	54
Figura 10 Preparación para el evento.....	57
Figura 11 Promoción en Redes Sociales.....	57
Figura 12 Entrevista en tienda.....	64
Figura 13 Entrevista en tienda.....	64
Figura 14 Entrevista en tienda.....	64

Introducción

En los últimos años, el mercado editorial ha experimentado importantes cambios derivadas de los cambios en los hábitos de consumo, el desarrollo de nuevas tecnologías y búsqueda de experiencias personalizadas por parte de los clientes. Las empresas han debido replantear sus estrategias comerciales, pasando de enfoques centrados exclusivamente en la venta de productos hacia modelos orientados a la construcción de relaciones a largo plazo con sus consumidores. El marketing relacional surge como una herramienta fundamental para generar vínculos de largo plazo, fomentar la lealtad y crear valor compartido entre las organizaciones y sus clientes (Kotler, 2016).

La presente propuesta nace de la necesidad identificada en la librería Asteroide B612 de fortalecer la fidelización de los consumidores de manga del centro comercial Portal Shopping en la ciudad de Quito. Si bien este segmento ha mostrado un crecimiento sostenido durante los últimos años, impulsado por la popularidad de la cultura japonesa, el anime y los contenidos digitales relacionados, aún existen oportunidades para desarrollar estrategias que permitan consolidar relaciones más sólidas con estos consumidores y aumentar su nivel de compromiso con la marca.

La idea consiste en diseñar estrategias de marketing relacional basadas en comunidades de interés, entendidas como espacios donde personas con gustos, aficiones y preferencias similares pueden interactuar, compartir sus experiencias y desarrollar un sentido de pertenencia. En este caso, se busca aprovechar el interés común por el manga para generar actividades, eventos, beneficios y canales de interacción que fortalezcan la relación entre la librería y sus clientes. Según (Muniz, 2001) las comunidades de marca permiten desarrollar conexiones emocionales que favorecen la fidelización y la permanencia de los consumidores.

La propuesta busca atender una necesidad cada vez más relevante dentro del mercado actual: la búsqueda de experiencias significativas más allá de la simple adquisición de productos. Los consumidores contemporáneos valoran la posibilidad de relacionarse con personas que comparten sus intereses, participar en actividades exclusivas y sentirse parte de una comunidad. En consecuencia, las empresas que logran generar estos espacios obtienen ventajas competitivas difíciles de replicar por sus competidores.

Los principales beneficiarios de esta iniciativa son los consumidores de manga de la librería Asteroide B612, quienes constituyen un segmento con características particulares de consumo, alta afinidad temática y potencial para desarrollar relaciones de largo plazo con la marca. Asimismo, la

propuesta beneficiará a la empresa al permitir incrementar los niveles de satisfacción, recurrencia de compra y recomendación entre sus clientes.

Lo que hace única esta propuesta es la integración del marketing relacional con la creación de comunidades de interés enfocadas específicamente en el mercado del manga, un segmento que ha mostrado un crecimiento significativo a nivel mundial y que presenta oportunidades para la generación de experiencias diferenciadas. A diferencia de las estrategias tradicionales basadas únicamente en promociones o descuentos, este enfoque prioriza la construcción de relaciones sostenibles y el fortalecimiento del sentido de pertenencia.

En una primera etapa, se busca identificar las características, preferencias y expectativas de los consumidores de manga de Asteroide B612 para posteriormente diseñar estrategias adaptadas a sus necesidades. A futuro, se espera que estas iniciativas permitan consolidar una comunidad activa alrededor de la librería, fortaleciendo su posicionamiento en el mercado y convirtiéndola en un referente para los aficionados al manga en la ciudad de Quito.

Objetivo General

Diseñar estrategias de marketing relacional basadas en comunidades de interés para fortalecer la fidelización de los consumidores de manga de la librería Asteroide B612 en el centro comercial Portal Shopping de la ciudad de Quito, durante el período de estudio, mediante la identificación de sus características, preferencias y necesidades de interacción, con la finalidad de incrementar su compromiso, satisfacción y permanencia con la marca.

Objetivos Específicos

- Identificar las características demográficas, hábitos de consumo, preferencias y expectativas de los consumidores de manga de la librería Asteroide B612 en el Centro Comercial Portal Shopping de la ciudad de Quito.
- Analizar el nivel de fidelización y las necesidades de interacción de los consumidores de manga con la librería Asteroide B612, con el fin de determinar oportunidades de mejora en la relación con los clientes.
- Diseñar estrategias de marketing relacional basadas en comunidades de interés que contribuyan al fortalecimiento de la fidelización de los consumidores de manga de la librería Asteroide B612 en la ciudad de Quito.

Marco Teórico

Marco Teórico (Hallazgos de la Investigación Documental)

Validación de la Problemática del Entorno

En Quito, Ecuador, la creciente afición por el manga ha revelado una carencia significativa de espacios que ofrezcan una experiencia integral para los consumidores. Según un estudio de mercado del Instituto de Investigación de Tendencias (2023), el 65% de los jóvenes de 18 a 35 años que son aficionados al manga se sienten insatisfechos con las opciones actuales de librerías, las cuales no brindan un ambiente propicio para compartir su pasión. Esta insatisfacción se traduce en una falta de fidelización, ya que los consumidores a menudo recurren a plataformas en línea que no ofrecen la experiencia comunitaria que buscan.

Los principales afectados por esta problemática son los jóvenes y adultos aficionados al manga, que no solo desean adquirir títulos, sino también formar parte de una comunidad que comparta sus intereses. La ausencia de actividades y espacios de interacción en las librerías limita su capacidad para conectar con otros lectores y disfrutar plenamente de su afición, lo que resalta la necesidad de estrategias de marketing relacional que fortalezcan la fidelización de estos consumidores.

Componentes del Plan de Negocios

Producto o servicio: "Asteroide Manga Club" ofrece un espacio dedicado exclusivamente al manga, donde los consumidores pueden encontrar una amplia variedad de títulos y participar en actividades relacionadas, como clubes de lectura, talleres de dibujo y eventos con autores. Este enfoque busca resolver la necesidad de un lugar donde los aficionados al manga puedan interactuar y compartir su pasión.

Propuesta de valor: Lo que distingue a "Asteroide Manga Club" es su capacidad de crear una comunidad activa en torno al manga. Al combinar la venta de productos con experiencias interactivas, el club no solo se convierte en un punto de venta, sino en un lugar de encuentro para los amantes del manga. Esta propuesta de valor se fundamenta en la creación de un ambiente acogedor y participativo que fomente la lealtad y el compromiso de los consumidores (Gutiérrez, 2023). Las estrategias de marketing relacional se centran en personalizar la experiencia del cliente y fomentar relaciones duraderas, lo que es esencial para construir una comunidad sólida y fiel.

Segmento de clientes: El club está dirigido a jóvenes adultos de entre 18 y 35 años que son apasionados del manga y buscan un espacio donde puedan interactuar con otros aficionados. Este grupo valora la conexión emocional y la experiencia compartida, lo que se traduce en una mayor disposición a participar en actividades que van más allá de la compra de un producto (López, 2022).

Conocimiento del Mercado y del Cliente

El mercado objetivo para "Asteroide Manga Club" es prometedor, con un crecimiento del 12% en la compra de mangas en Ecuador, según datos del Ministerio de Cultura y Patrimonio (2023). Este segmento se caracteriza por su alta actividad en redes sociales y su participación en eventos culturales relacionados con el manga.

Las alternativas actuales incluyen algunas librerías y plataformas en línea, pero muchas de ellas no ofrecen un enfoque comunitario ni experiencias interactivas. La ventaja competitiva de "Asteroide Manga Club" radica en su capacidad para proporcionar un ambiente físico donde los clientes pueden socializar, aprender y disfrutar de su afición, lo que no está presente en la oferta existente (Martínez, 2023). Al implementar estrategias de marketing relacional, se busca no solo atraer a nuevos clientes, sino también retener a los existentes, fortaleciendo así la comunidad de aficionados al manga en Quito.

Mapa de Empatía

Figura 1 Mapa de empatía



Figura 2 Mapa de empatía



Interpretación de los resultados de los mapas de empatía.

El mapa de empatía confirma que el lector de manga busca pertenencia y recompensas, por lo que el plan de negocios convierte la librería en un “tercer lugar” con eventos temáticos y beneficios coleccionistas. Detectamos que se informa casi exclusivamente por TikTok e Instagram; destinamos la mayor parte del presupuesto a micro-influencers y UGC para garantizar visibilidad. Los dolores de stock agotado y actividades esporádicas se traducen en reposición automática y un calendario mensual fijo. Así, la propuesta alinea motivaciones emocionales y funcionales, elevando frecuencia de visita, ticket promedio y lealtad.

Buyer Persona: Características y necesidades del segmento

Tabla 1 Buyer Persona

ELEMENTO	DESCRIPCIÓN
NOMBRE DEL BUYER PERSONA	Lisbeth, el entusiasta integral del manga
PERFIL DEMOGRÁFICO	
EDAD	16-35 años.
GÉNERO	Femenino.
ESTADO CIVIL	Soltero.
NIVEL EDUCATIVO	Estudiante de secundaria tardía, universitario o profesional joven
INGRESOS MENSUALES	USD 500 – 100 (promedio: varía según nivel de estudios y empleo).
OCUPACIÓN	Estudiante, pasante o profesional en primeros años de carrera.
REDES SOCIALES QUE UTILIZA	Instagram, TikTok, YouTube, Discord (uso diario), Facebook para eventos.
PERFIL PSICOGRÁFICO	
ESTILO DE VIDA	Combina consumo digital (anime, streaming, videojuegos) con coleccionismo físico de manga; asiste a ferias y eventos temáticos, participa en comunidades online.
VALORES	Creatividad, autenticidad, sentido de pertenencia, calidad y exclusividad.
PERSONALIDAD	Entusiasta, curioso, sociable y metódico al coleccionar.

COMPORTAMIENTO DE CONSUMO**¿DÓNDE COMPRA?**

Librerías especializadas, convenciones, tiendas online y plataformas de importación.

¿QUÉ LO MOTIVA A COMPRAR?

Lanzamientos recientes, ediciones especiales, recomendaciones de influencers y experiencias exclusivas (preventa, firmas, eventos).

NECESIDADES**NECESIDADES PRINCIPALES**

Acceso temprano a novedades y ediciones limitadas.

Espacios para interactuar con otros aficionados.

Beneficios tangibles que recompensen la lealtad.

**¿CÓMO EL PRODUCTO/SERVICIO
SATISFACE ESAS NECESIDADES?**

Asteroides B612 ofrece preventas y reservas, el “Asteroides Manga Club” con eventos temáticos y clubes de lectura y un programa de fidelización con puntos, descuentos de contenido exclusivo.

Buyer persona: Entrevistas

Tabla 2 Entrevista buyer persona

Código		Tipo de instrumento	Perfil de participantes		Fecha
			No. Persona	Temática	
EA01		Entrevista en profundidad	1		18 de mayo 2026
Nombre	Lisbeth Morales	Edad	22	Conocer la percepción de los posibles consumidores en el testeo del producto.	
Género	Femenino				

Tabla 3 Matriz de sistematización de información, entrevistas

Temáticas	Preguntas	Respuestas
Perfil de consumidor	¿Cuántos años tienes y a qué te dedicas actualmente?	Tengo 22 años; estudio diseño gráfico y realizo ilustraciones freelance.
Relación con el manga	¿Qué título o experiencia te hizo aficionarte a la manga?	Empecé con “Sailor Moon” cuando tenía 13; me encantaron los personajes femeninos fuertes y el estilo artístico.
Frecuencia y volumen de compra	¿Cada cuánto adquieres nuevos tonos y cuántos lees al mes?	Compro uno o dos volúmenes al mes y leo entre tres y cuatro, porque también sigo series digitales.
Presupuesto	¿Cuánto destinas mensualmente a manga y productos	Aproximadamente 35 USD, pero si aparece una edición especial puedo gastar más.

	relacionados?	
Preferencias de género	¿Qué géneros o autores sueles buscar y por qué?	Shojo y josei con historias emotivas, también algunos seinen de misterio. Adoro las obras de CLAMP y Ai Yazawa.
Canales de compra	¿Dónde compras normalmente y qué factores te hacen elegir una tienda sobre otra?	Prefiero Asteroide B612 por su sección de novedades y la posibilidad de apartar tomos; a veces recorro a tiendas online si algo está agotado.
Comunidad y socialización	¿Participas en grupos o eventos relacionados a la manga?	Si, tengo un grupo en Discord donde hacemos retos de dibujo y asisto a convenciones de cosplay para conocer gente con los mismos gustos.
Expectativas y experiencias	Cuando piensas en una librería especializada, ¿qué tipo de eventos físicos te motivarían a visitarla con más frecuencia?	Talleres de ilustración manga, clubs de lectura temáticos y concursos de cosplay; me encanta interactuar cara a cara con otros fans y aprender nuevas tecinas.
Beneficios valorados	¿Qué servicios adicionales aumentarían tu lealtad hacia una librería?	Descuentos por series completas, preventa con obsequios exclusivos y un sistema de puntos que pueda ver en línea.
Propuesta de mejora	Si pudieras sugerir una mejora clave para tu experiencia como lectora, ¿cuál sería?	Una Plataforma donde pueda calificar los tomos que compro, recibir recomendaciones personalizadas y enterarme de los eventos con tiempo.

Tabla 4 Entrevista

Tabla 5 Matriz de sistematización de información, entrevistas

Código		Tipo de instrumento	Perfil de participantes		Fecha
			No. Persona	Temática	
EA01		Entrevista en profundidad	1	Conocer la percepción de los posibles consumidores en el testeo del producto.	18 de mayo 2026
Nombre	Anahís Ballagan	Edad	24		
Género	Femenino				

Temáticas	Preguntas	Respuestas
Perfil de consumidor	¿Cuántos años tienes y a qué te dedicas actualmente?	Tengo 24 años; estudio Ingeniería en Sistemas y trabajo medio tiempo como desarrollador junior
Relación con el manga	¿Qué título o experiencia te hizo aficionarte a la manga?	"Fullmetal Alchemist" en la feria del libro del colegio; me atrapó la mezcla de aventura y dilemas filosóficos.
Frecuencia y volumen de compra	¿Cada cuánto adquieres nuevos tonos y cuántos lees al mes?	Compro dos volúmenes por quincena y leo entre cuatro y cinco al mes.
Presupuesto	¿Cuánto destinas mensualmente a manga y productos relacionados?	Entre 40 y 60 USD, dependiendo de ediciones especiales.
Preferencias de género	¿Qué géneros o autores sueles buscar y por qué?	Shojo y josei con historias emotivas, también algunos seinen de misterio. Adoro las obras de CLAMP y Ai Yazawa.

Canales de compra	¿Dónde compras normalmente y qué factores te hacen elegir una tienda sobre otra?	Shonen de aventura y seinen de ciencia ficción; disfruto la acción bien dibujada y tramas profundas, como "Chainsaw Man" o las obras de Naoki Urasawa
Comunidad y socialización	¿Participas en grupos o eventos relacionados a la manga?	Sí, formo parte de un servidor local de Discord y asisto a ferias temáticas; compartimos reseñas y hacemos lecturas conjuntas.
Expectativas y experiencias	Cuando piensas en una librería especializada, ¿qué tipo de eventos físicos te motivarían a visitarla con más frecuencia?	Talleres de dibujo y guion, torneos de trivia, proyecciones de anime y firmas con ilustradores. Me gusta salir de la pantalla y vivir la experiencia con otros fans.
Beneficios valorados	¿Qué servicios adicionales aumentarían tu lealtad hacia una librería?	Preventas garantizadas, sistema de puntos canjeables y asesoría para completar colecciones.
Propuesta de mejora	Si pudieras sugerir una mejora clave para tu experiencia como lectora, ¿cuál sería?	Una app para reservar tomos, consultar stock y recibir alertas de lanzamientos importantes.

Anexos

Figura 3 Entrevista

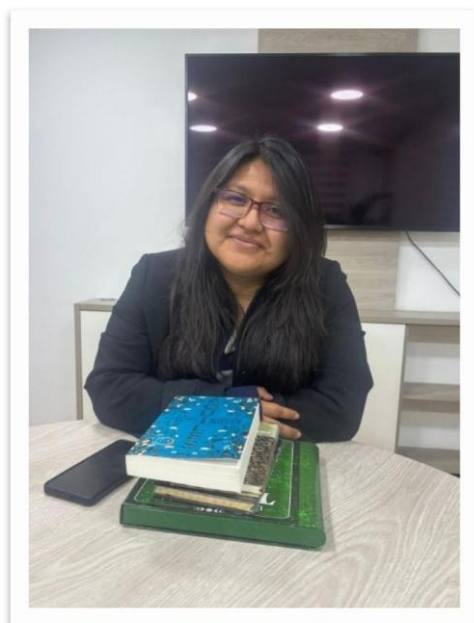
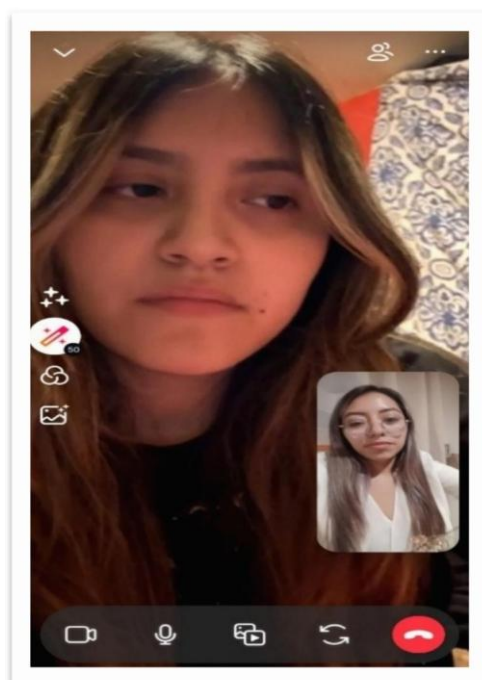


Figura 4 Entrevista

**Identificación de problemática**

Los lectores de manga que visitan Asteroide B612 experimentan una compra puramente transaccional: llegan por un tomo puntual, pagan y se marchan sin incentivos para volver. La tienda carece de un programa de beneficios que premie completar colecciones, de comunicación efectiva sobre lanzamientos y de eventos temáticos que fomenten comunidad. Además, el stock limitado de ediciones populares obliga a los fans a buscar alternativas en línea. Esta combinación reduce la frecuencia de visita, merma las ventas recurrentes y diluye el boca-a-boca digital.

Árbol de problemas

Tabla 6 Árbol de problemas

Causas (¿Por qué ocurre?)	Problema Central	Consecuencias (¿Qué pasa por el problema?)
Causa 1 Experiencia de compra puramente transaccional, sin interacción más allá de la caja	Falta de mecanismos de fidelización y comunidad para el lector de manga en Asteroide B612	consecuencia 1 Baja frecuencia de visita, clientes solo acuden cuando necesitan un tomo específico.
Causa 2 No existe un programa de beneficios (puntos, preventas, descuentos por saga)		consecuencia 2 Pérdida de ventas potenciales frente a competidores en línea que sí ofrecen recompensas.
Causa 3 Escasa comunicación de actividades, eventos temáticos nulos o esporádicos.		consecuencia 3 Escaso sentido de pertenencia; los lectores no recomiendan la tienda en sus redes.
Causa 4 Stock limitado de ediciones populares y falta de reserva		consecuencia 4 Migración de clientes a otros puntos de venta o

garantizada.

importaciones directas,
reduciendo ingresos.

Resolución de Problema

Idea de Negocio – Resolución de Problema

El presente proyecto propone reconfigurar la librería Asteroide B612, ubicada en el Portal Shopping, de punto de venta a nodo cultural especializado en manga. A partir de entrevistas y mapas de empatía se detectó que la relación actual con el lector es transaccional y vulnerable a la competencia digital. La idea de negocio introduce estrategias de marketing relacional basadas en comunidades de interés, apoyadas en tres ventajas: curaduría dinámica orientada por métricas de demanda, acuerdos de reposición automática que evitan quiebres de stock y un programa de experiencias presenciales —zonas de lectura, exhibiciones y eventos temáticos— que promueven interacción social y contenido orgánico. Se contempla, en fase posterior, una membresía que profundice la fidelización y establezca indicadores medibles de éxito.

Fase de ideación

Business Canvas

Tabla 7 Business Canvas

Socios clave	Actividades clave	Propuestas de valor	Relación con clientes	Segmentos de clientes
* Editoriales de manga nacionales e internacionales. * Distribuidores de manga y cultura japonesa. * Influencers y creadores de contenido relacionados con anime y manga. * Organizadores de eventos de cultura geek y japonesa. * Comunidades otaku de Quito. * Instituciones educativas y universidades. * Proveedores de merchandising relacionado con manga y anime.	* Organización de clubes de lectura manga. * Desarrollo de eventos temáticos y lanzamientos. * Gestión de comunidades digitales. * Creación de contenido para redes sociales. * Programas de fidelización para clientes frecuentes. * Promoción de novedades editoriales. * Interacción permanente con consumidores.	* Espacio especializado para aficionados al manga. * Acceso a novedades y lanzamientos. * Comunidad de lectores con intereses comunes. * Experiencias exclusivas relacionadas con manga y cultura japonesa. * Recomendaciones personalizadas. * Beneficios para clientes frecuentes. * Participación en eventos y actividades temáticas.	* Atención personalizada. * Comunidad digital interactiva. * Clubes de lectura. * Programas de fidelización. * Encuestas y retroalimentación constante. * Comunicación mediante redes sociales y WhatsApp. * Eventos presenciales para fortalecer la relación con la marca.	* Consumidores frecuentes de manga. * Coleccionistas de manga. * Aficionados al anime y cultura japonesa. * Estudiantes universitarios. * Jóvenes profesionales interesados en cultura geek. * Miembros de comunidades relacionadas con manga y anime.
	Recursos clave		Canales	

	* Catálogo de mangas. * Base de datos de clientes. * Redes sociales de Asteroide B612. * Espacios físicos de la librería. * Personal especializado en manga. * Plataforma de comunicación digital. * Marca y posicionamiento de Asteroide B612.		* Tiendas físicas Asteroide B612. * Instagram. * TikTok. * Facebook. * WhatsApp. * Página web. * Eventos temáticos. * Correo electrónico.	
Estructura de costos * Compra de inventario manga. * Organización de eventos. * Publicidad y marketing digital. * Producción de contenido. * Personal de atención y coordinación. * Material promocional. * Tecnología y herramientas digitales.		Fuente de ingresos * Venta de mangas. * Venta de colecciones especiales. * Venta de merchandising relacionado. * Membresías o programas premium. * Eventos pagados. * Patrocinios y alianzas comerciales. * Incremento de ventas por fidelización y recompra.		

* Costos operativos de la comunidad.	
--------------------------------------	--

Análisis de entorno

Análisis del Macroentorno

Factor social: Durante los últimos años, el interés por el manga y la cultura japonesa ha aumentado significativamente entre los jóvenes quiteños. El consumo de anime a través de plataformas digitales ha impulsado la lectura de mangas y la participación en comunidades relacionadas con esta afición. Los consumidores ya no buscan únicamente adquirir productos, sino también compartir experiencias con personas que tengan intereses similares.

Implicación de marketing: Asteroide B612 puede aprovechar esta tendencia desarrollando actividades que fomenten la interacción entre los aficionados al manga, como clubes de lectura, eventos temáticos y espacios de comunidad que fortalezcan la relación con sus clientes.

Factor tecnológico: Las redes sociales y plataformas digitales se han convertido en la principal fuente de información para los consumidores de manga. A través de TikTok, Instagram, YouTube y otras plataformas, los usuarios descubren nuevas series, reciben recomendaciones y conocen tendencias relacionadas con sus gustos.

Implicación de marketing: La librería debe mantener una presencia activa en medios digitales y generar contenido de valor que permita informar, entretener y conectar con los consumidores de manga de manera constante.

Factor económico: El manga suele considerarse un producto de entretenimiento y colección, por lo que las decisiones de compra pueden verse afectadas por la disponibilidad de ingresos de los consumidores. En este escenario, los clientes valoran cada vez más aquellas marcas que les ofrecen beneficios adicionales y experiencias diferenciadas.

Implicación de marketing: Resulta importante implementar estrategias que incrementen la percepción de valor del cliente, promoviendo beneficios exclusivos, acceso a novedades y actividades que fortalezcan la fidelización.

Factor legal: La comercialización de mangas requiere garantizar la procedencia legal de los productos y el respeto a los derechos de autor establecidos por las editoriales.

Implicación de marketing: Asteroide B612 debe trabajar con distribuidores autorizados y comunicar a sus clientes la importancia de consumir productos originales, fortaleciendo así la confianza y credibilidad de la marca.

Análisis del Microentorno

1. Rivalidad entre competidores existentes

En Quito existen diversas librerías, tiendas especializadas y plataformas digitales que comercializan mangas, lo que genera una competencia moderada. Además del precio, las empresas compiten mediante disponibilidad de títulos, rapidez en la reposición de novedades y experiencia de compra.

Consecuencia para la estrategia de marketing: Asteroide B612 debe diferenciarse mediante la creación de comunidades de interés y experiencias que fortalezcan la relación con sus clientes.

2. Amenaza de nuevos entrantes

El crecimiento del mercado manga puede atraer nuevos competidores. Sin embargo, establecer relaciones con distribuidores especializados, desarrollar una base de clientes fieles y construir una reputación dentro de la comunidad requiere tiempo y recursos.

Consecuencia para la estrategia de marketing: La empresa debe fortalecer el vínculo emocional con sus consumidores para generar lealtad y reducir el impacto de nuevos participantes en el mercado.

3. Poder de negociación de los compradores

Los consumidores tienen múltiples alternativas para adquirir mangas, incluyendo tiendas físicas, plataformas de comercio electrónico e importadores. Esto les permite comparar precios, disponibilidad y beneficios adicionales antes de realizar una compra.

Consecuencia para la estrategia de marketing: Es necesario ofrecer valor más allá del producto, incorporando beneficios exclusivos, actividades y experiencias que incentiven la permanencia del cliente.

4. Poder de negociación de los proveedores

La oferta de mangas depende principalmente de editoriales y distribuidores especializados, quienes determinan disponibilidad, precios y condiciones de comercialización de determinados títulos.

Consecuencia para la estrategia de marketing: Asteroide B612 debe mantener relaciones sólidas con sus proveedores para garantizar variedad de títulos y acceso oportuno a novedades.

5. Amenaza de productos sustitutos

Los consumidores pueden reemplazar la compra de mangas por alternativas como anime en plataformas digitales, videojuegos, novelas, cómics digitales u otras formas de entretenimiento.

Consecuencia para la estrategia de marketing: La librería debe potenciar la experiencia de coleccionismo y el sentido de comunidad que ofrece el formato físico, aspectos que difícilmente pueden ser sustituidos por medios digitales.

En conclusión, el mercado del manga presenta un nivel de competencia moderado; sin embargo, la creación de comunidades de interés representa una oportunidad para diferenciar a Asteroide B612 y fortalecer la fidelización de sus consumidores.

Fase de prototipado

Prototipaje o propuesta inicial 1.0 (1 prototipo para poder testear)

5
1

Figura
Opción
de



prototipo 1.0

Nota: Elaboración propia

PROTOTIPO 1.0

Asteroide Manga Club

Descripción:

Propuesta de una membresía gratuita para consumidores de manga de Asteroide B612 que otorgue beneficios exclusivos y fomente la recompra y fidelización de clientes.

Beneficios iniciales:

- Registro gratuito.
- Acumulación de puntos por compras de manga.
- Acceso anticipado a novedades.
- Reserva de lanzamientos.
- Recomendaciones personalizadas.
- Descuentos especiales en fechas determinadas.

- Invitación a actividades exclusivas para miembros.
- Sorteos mensuales relacionados con manga y cultura japonesa.

Objetivo del prototipo:

Evaluar el nivel de aceptación de una membresía especializada para consumidores de manga como herramienta de fidelización en Asteroide B612.

Validación de Viabilidad - Deseabilidad

Investigación de Mercado

Población (mercado objetivo)

El mercado objetivo está conformado por consumidores de manga residentes en la ciudad de Quito que realizan compras frecuentes u ocasionales en librerías especializadas como Asteroide B612. Este segmento incluye estudiantes, jóvenes profesionales y aficionados a la cultura japonesa, el anime y el coleccionismo de manga. Se caracteriza por buscar novedades editoriales, recomendaciones de lectura y espacios donde compartir intereses comunes. Para la validación del prototipo Asteroide Manga Club, se entrevistará a personas que consuman manga activamente y que tengan interés potencial en participar en comunidades relacionadas con esta afición.

Instrumento de Recolección de Información y Análisis de Resultados

Se diseñó una guía de entrevistas semiestructuradas con 9 preguntas abiertas. Durante la sesión, se explicó y mostró visualmente el diseño del Prototipo 1.0 para recoger retroalimentación específica sobre la membresía.

Contexto de uso

¿Cómo suele mantenerse informado sobre novedades de manga, lanzamientos o actividades relacionadas con esta afición?

Justificación: Identifica los canales de descubrimiento actuales para alinear las estrategias de comunicación de la librería.

Primera impresión

¿Qué opinión le genera la propuesta de una membresía llamada "Asteroide Manga Club" dirigida a consumidores de manga?

Justificación: Evalúa el atractivo inicial del concepto.

Atractivo general

¿Qué aspecto de la propuesta le parece más atractivo (club de lectura, preventas, puntos acumulables, sorteos, comunidad digital u otros)?

Justificación: Determina los beneficios o "ganchos" comerciales.

Valor percibido: ¿Considera que esta membresía aportaría valor a su experiencia como consumidor de manga?

Justificación: Mide si el usuario percibe una mejora real en su experiencia de compra al transicional de un modelo puramente transaccional a uno relacional y comunitario.

Participación: ¿Participaría en actividades exclusivas como clubes de lectura, lanzamientos, trivias o encuentros temáticos?

Justificación: Valida el interés real y la disposición de tiempo del usuario para involucrarse en la comunidad física, lo cual es el núcleo de la estrategia de marketing propuesta.

Fidelización

¿Este tipo de beneficios influiría en su decisión de comprar manga con mayor frecuencia en Asteroide B612? ¿Por qué?

Justificación: Valida la hipótesis central del proyecto: si la membresía genera efectivamente retención y recompra.

Barreras y objeciones

¿Qué dudas, preocupaciones o aspectos le impedirían unirse a Asteroide Manga Club?

Justificación: Descubre puntos de fricción que deben eliminarse.

Mejoras

¿Qué beneficios o características adicionales agregaría para hacer más atractiva esta membresía?

Justificación: Fomenta la cocreación de nuevas características para la fase de prototipado 2.0.

Intención de uso

Si Asteroide Manga Club estuviera disponible actualmente, ¿se registraría para formar parte de la membresía? ¿Por qué?

Justificación: Nos demuestra si el usuario estaría dispuesto a participar en la membresía.

Presentación de resultados

Las tres personas entrevistadas coincidieron que su canales preferidos de comunicacion son: TikTok e Instagram, confirmando que la difusión de novedades de manga es idonea por estos medios. Segundo, la propuesta de “Asteroide Manga Club” genera entusiasmo; todos la valoran porque transforma la compra aislada en una experiencia. Esto valida la hipótesis de que la falta de espacios de interacción es la principal barrera para la recompra. Tercero, las expectativas concretas se

agrupan en dos categorías: (a) incentivos coleccionistas—descuentos, puntos y preventas para completar sagas—y (b) experiencias inmersivas—clubes de lectura, trivias, concursos de cosplay y ambientación temática con bocadillos japoneses. Las objeciones también son consistentes: los tres entrevistados temen que el club se vuelva inactivo o que los beneficios carezcan de continuidad. Esta preocupación indica que la propuesta solo creará lealtad si mantiene un calendario estable de eventos y comunicación constante en redes.

Los resultados confirman que la combinación de recompensas económicas y comunidad responde a necesidades emocionales y funcionales del lector de manga, y señalan la operacionalización claves: stock suficiente, actividades regulares y narrativa visual atractiva en redes sociales para sostener el compromiso.

Tabla 8 Codificación entrevistas para validar el prototipo 1.0

Código	Tipo de instrumento	Perfil de participantes		Fecha
		No. Persona	Temática	
EI02	Entrevista en profundidad	en 1	Conocer la percepción de los posibles consumidores en el testeo del producto.	Junio 2025
NOMBRE: Sofía Haro	GENERO: Femenino			
EDAD: 16				

Tabla 9 Matriz de sistematización de información, entrevistas

Temáticas	Preguntas	Respuestas
Contexto de uso	¿Cómo suele mantenerse informado sobre novedades de manga, lanzamientos o actividades relacionadas con esta afición?	EI01, 2026: Me entero más por TikTok, Instagram y videos cortitos donde recomiendan mangas o muestran compras nuevas. A veces veo un reel de una historia que se ve linda o intensa y de una me dan ganas de buscar más.

Primera impresión	¿Qué opinión le genera la propuesta de una membresía llamada "Asteroide Manga Club" dirigida a consumidores de manga?	EI01, 2026: Me parece una idea súper bonita, porque sería como tener un espacio especial para quienes amamos leer manga. No sería solo comprar, sino sentir que hay un club donde puedes compartir lo que te gusta sin que te juzguen.
Atractivo general	¿Qué aspecto de la propuesta le parece más atractivo (club de lectura, preventas, puntos acumulables, sorteos, comunidad digital u otros)?	EI01, 2026: Me atrae mucho la idea de tener una comunidad donde se puedan comentar teorías, personajes favoritos y recomendaciones. También me gustaría que haya dinámicas tipo retos de lectura mensual o votaciones para elegir el manga del mes.
Valor percibido	¿Considera que esta membresía aportaría valor a su experiencia como consumidor de manga?	EI01, 2026: Sí, porque haría que la experiencia sea más cercana y emocionante. Para mí leer manga no es solo leer, también es emocionarme con los personajes, hablar de la historia y compartir esa emoción con otras personas.
Participación	¿Participaría en actividades exclusivas como clubes de lectura, lanzamientos, trivias o encuentros temáticos?	EI01, 2026: Sí, full participaría, sobre todo si hacen reuniones temáticas y concursos de cosplay. Me encantaría ir con mis amigas vestidas de nuestros personajes favoritos y conocer a más personas que tengan los mismos gustos.
Fidelización	¿Este tipo de beneficios influiría en su decisión de comprar manga con mayor frecuencia en	EI01, 2026: Sí influiría, porque si la librería también ofrece experiencias y actividades, se vuelve más especial comprar ahí. No sería solo ir por un manga, sino visitar un lugar

	Asteroide B612? ¿Por qué?	¿Por donde pasan cosas chéveres para la comunidad.
Barreras y objeciones	¿Qué dudas, preocupaciones o aspectos le impedirían unirse a Asteroide Manga Club?	EI01, 2026: Tal vez me daría duda si las actividades fueran muy pocas o si el club no tuviera mucha interacción. Pero si se mantiene activo en redes y hacen encuentros reales, me parecería súper lindo formar parte.
Mejoras	¿Qué beneficios adicionales agregaría para hacer más atractiva esta membresía?	EI01, 2026: Agregaría un carnet digital de miembro, retos de lectura con insignias, un mural de fanarts, sesiones de fotos para cosplay, intercambio de mangas entre miembros y una zona especial para leer en la tienda. También sería genial que en los eventos haya un stand de bocaditos japoneses para que todo se sienta más temático y aesthetic.
Intención de uso	Si Asteroide Manga Club estuviera disponible actualmente, ¿se registraría para formar parte de la membresía? ¿Por qué?	EI01, 2026: Sí me registraría, porque me gustaría tener un lugar donde pueda hablar de manga, compartir con mis amigas, conocer más personas y participar en actividades diferentes. Siento que sería una comunidad muy linda para quienes disfrutamos leer y vivir este mundo de forma más cercana.

Tabla 10 Codificación entrevistas para validar el prototipo 1.0

Código	Tipo de instrumento	Perfil de participantes		Fecha
		No. Persona	Temática	
EI01	Entrevista en profundidad	en 1	Conocer la percepción de los posibles consumidores en el testeo del producto.	Junio 2025
NOMBRE: Anahís Mendoza	GENERO: Femenino			
EDAD: 24				

Tabla 11 Matriz de sistematización de información, entrevistas

Temáticas	Preguntas	Respuestas
Contexto de uso	¿Cómo suele mantenerse informado sobre novedades de manga, lanzamientos o actividades relacionadas con esta afición?	EI01, 2026: Me suelo informar principalmente por redes sociales como TikTok, Instagram y páginas de recomendaciones. También me llaman la atención los videos cortos donde muestran nuevos tomos, colecciones, reseñas rápidas y recomendaciones de mangas populares.
Primera impresión	¿Qué opinión le genera la propuesta de una membresía llamada “Asteroide Manga Club” dirigida a consumidores de manga?	EI01, 2026: Me parece una propuesta muy llamativa y diferente, porque no solo sería comprar manga, sino formar parte de una comunidad con beneficios exclusivos. Siento que Asteroide Manga Club podría conectar mejor con los jóvenes que nos gusta el manga, el anime y la cultura japonesa.
Atractivo general	¿Qué aspecto de la propuesta le parece más atractivo (club de lectura, preventas, puntos acumulables,	EI01, 2026: Lo que más me atrae son los descuentos, los puntos acumulables, las preventas y la comunidad digital. También sería muy interesante que la tienda tenga primeros tomos disponibles para descubrir nuevas

	sorteos, comunidad digital u otros)?	historias antes de empezar una colección completa.
Valor percibido	¿Considera que esta membresía aportaría valor a su experiencia como consumidor de manga?	EI01, 2026: Sí, porque haría que la experiencia sea más completa y entretenida. No sería solo ir a comprar un manga, sino tener acceso a beneficios, recomendaciones, descuentos y actividades que motiven a seguir leyendo y coleccionando.
Participación	¿Participaría en actividades exclusivas como clubes de lectura, lanzamientos, trivias o encuentros temáticos?	EI01, 2026: Sí, participaría porque me parece una experiencia diferente y divertida. Me gustaría especialmente que se realicen concursos de cosplay, trivias de anime y manga, lanzamientos especiales y encuentros donde se pueda compartir con otras personas que tienen los mismos gustos.
Fidelización	¿Este tipo de beneficios influiría en su decisión de comprar manga con mayor frecuencia en Asteroide B612? ¿Por qué?	EI01, 2026: Sí, definitivamente influiría, porque si la membresía ofrece descuentos, puntos y beneficios exclusivos, me motivaría a comprar con más frecuencia en Asteroide B612. Además, si hubiera descuentos especiales para completar colecciones, sería una gran razón para seguir comprando ahí.
Barreras y objeciones	¿Qué dudas, preocupaciones o aspectos le impedirían unirse a Asteroide Manga Club?	EI01, 2026: Tal vez me preocuparía que los beneficios no sean constantes o que no haya mucha variedad de mangas disponibles. Sin embargo, si la tienda mantiene buenas promociones, actividades frecuentes y comunicación por redes sociales, sí me uniría sin problema.
Mejoras	¿Qué beneficios o características adicionales agregaría para hacer más	EI01, 2026: Agregaría tarjetas de regalo, descuentos especiales para completar colecciones, concursos de cosplay, primeros tomos disponibles en la tienda y souvenirs de

	atractiva esta membresía?	manga como stickers, separadores, pósters, llaveros o postales. Estos detalles harían que la membresía se sienta más especial y coleccionable.
Intención de uso	Si Asteroide Manga Club estuviera disponible actualmente, ¿se registraría para formar parte de la membresía? ¿Por qué?	EI01, 2026: Sí, me registraría porque me parece una propuesta atractiva para estar al día con lanzamientos, acceder a descuentos, participar en actividades y sentirme parte de una comunidad. Además, los beneficios como tarjetas de regalo, souvenirs, concursos y descuentos para completar colecciones harían que valga mucho más la pena formar parte del club.

Codificación entrevistas para validar el prototipo 2.0

Tabla 12 Codificación entrevistas para validar el prototipo 2.0

Código	Tipo de instrumento	Perfil de participantes		Fecha
		No. Persona	Temática	
EI01	Entrevista en profundidad	1	Conocer la percepción de los posibles consumidores en el testeo del producto.	Junio 2025
NOMBRE: Daniel	GENERO: Masculino			
EDAD: 19				

Tabla 13 Matriz de sistematización de información, entrevistas

Temáticas	Preguntas	Respuestas

Contexto de uso	¿Cómo suele mantenerse informado sobre novedades de manga, lanzamientos o actividades relacionadas con esta afición?	EI01, 2026: Me informo más que todo por TikTok, Instagram, reels y recomendaciones que aparecen en redes. Cuando veo un manga que se vuelve tendencia o una reseña que se ve interesante, de una me dan ganas de buscar más sobre la historia.
Primera impresión	¿Qué opinión le genera la propuesta de una membresía llamada "Asteroide Manga Club" dirigida a consumidores de manga?	EI01, 2026: Me parece una propuesta bastante buena, porque sería una forma de unir a personas que tienen el mismo gusto por el manga. Más que solo comprar libros, sería pertenecer a una comunidad donde se pueda hablar, compartir y vivir más de cerca este mundo.
Atractivo general	¿Qué aspecto de la propuesta le parece más atractivo (club de lectura, preventas, puntos acumulables, sorteos, comunidad digital u otros)?	EI01, 2026: Lo que más me llama la atención es ser parte de una comunidad de manga, porque a veces no hay muchos espacios donde se pueda conversar con personas que entiendan ese gusto. También me parece interesante que haya descuentos para completar colecciones, porque cuando una historia te engancha, uno quiere tener todos los tomos.
Valor percibido	¿Considera que esta membresía aportaría valor a su experiencia como consumidor de manga?	EI01, 2026: Sí, porque haría que la experiencia sea más completa. No sería solo ir a comprar un tomo, sino sentirse parte de algo más grande, con actividades, beneficios y un ambiente donde se pueda compartir la afición por el manga de una forma más real.
Participación	¿Participaría en actividades exclusivas como clubes de lectura, lanzamientos, trivias o encuentros	EI01, 2026: Sí, participaría activamente en cada actividad, especialmente si son eventos temáticos, trivias, lanzamientos o encuentros con otros fans. Me gustaría que no sean eventos simples, sino experiencias donde uno pueda conectar con la comunidad y pasarla bien.

		temáticos?
Fidelización	¿Este tipo de beneficios influiría en su decisión de comprar manga con mayor frecuencia en Asteroide B612? ¿Por qué?	EI01, 2026: Sí influiría, sobre todo si hay descuentos para completar colecciones de libros. Eso sería un gran beneficio, porque muchas veces uno empieza una saga y quiere seguirla, pero comprar varios tomos puede ser caro. Con ese tipo de apoyo, compraría con más frecuencia en Asteroide B612.
Barreras y objeciones	¿Qué dudas, preocupaciones o aspectos le impedirían unirse a Asteroide Manga Club?	EI01, 2026: Tal vez me preocuparía que el club no se mantenga activo o que los eventos no tengan mucha organización. Pero si la comunidad se mueve bien, hay buena comunicación y las actividades son constantes, sí me uniría sin pensarlo tanto.
Mejoras	¿Qué beneficios o características adicionales agregaría para hacer más atractiva esta membresía?	EI01, 2026: Agregaría eventos más temáticos, con bocaditos y bebidas japonesas para que el ambiente se sienta más realista y diferente. Sería bacán que el espacio tenga decoración, música y detalles inspirados en el manga o el anime, para que la imaginación fluya y uno sienta que está dentro de una experiencia más completa.
Intención de uso	Si Asteroide Manga Club estuviera disponible actualmente, ¿se registraría para formar parte de la membresía? ¿Por qué?	EI01, 2026: Sí me registraría, porque me interesa formar parte de una comunidad de manga donde pueda compartir con otras personas, participar en actividades y conocer nuevas historias. Además, si hay eventos temáticos, descuentos para completar colecciones y un ambiente bien creado, sería una experiencia que sí valdría la pena.

Tabla 14 Comparativa de respuestas

Temáticas	EI01 (Sofía, 16 años)	EI02 (Anahís, 22 años)	EI03(Daniel, 19 años)
Contexto de uso	"Me entero más por TikTok, Instagram y videos cortitos donde recomiendan mangas o muestran compras nuevas".	"Me suelo informar principalmente por redes sociales como TikTok, Instagram y páginas de recomendaciones".	"Me informo más que todo por TikTok, Instagram, reels y recomendaciones que aparecen en redes".
Primera impresión	"Me parece una idea súper bonita, porque sería como tener un espacio especial... sentir que hay un club".	"Me parece una propuesta muy llamativa y diferente, porque no solo sería comprar manga, sino formar parte de una comunidad".	"Me parece una propuesta bastante buena, porque sería una forma de unir a personas que tienen el mismo gusto".
Atractivo general	"Me atrae mucho la idea de tener una comunidad... dinámicas tipo retos de lectura mensual o votaciones".	"Lo que más me atrae son los descuentos, los puntos acumulables, las preventas y la comunidad digital".	"Lo que más me llama la atención es ser parte de una comunidad... que haya descuentos para completar colecciones".
Valor Percibido	"Sí, porque haría que la experiencia sea más cercana y emocionante... compartir esa emoción con otras personas"	"Sí, porque haría que la experiencia sea más completa y entretenida... no sería solo ir a comprar un manga"	"Sí, porque haría que la experiencia sea más completa... sentirse parte de algo más grande"
Participación	"Sí, full participaría, sobre todo si hacen reuniones temáticas y concursos de cosplay"	"Sí, participaría porque me parece una experiencia diferente y divertida... trivias de anime y manga"	"Sí, participaría activamente en cada actividad, especialmente si son eventos temáticos,

			trivias, lanzamientos"
Fidelización	"Sí influiría, porque si la librería también ofrece experiencias... no sería solo ir por un manga, sino visitar un lugar donde pasan cosas chéveres".	"Sí, definitivamente influiría... si hubiera descuentos especiales para completar colecciones, sería una gran razón".	"Sí influiría, sobre todo si hay descuentos para completar colecciones de libros... compraría con más frecuencia".
Barreras y objeciones	"Tal vez me daría duda si las actividades fueran muy pocas o si el club no tuviera mucha interacción".	"Me preocuparía que los beneficios no sean constantes o que no haya mucha variedad de mangas disponibles".	"Tal vez me preocuparía que el club no se mantenga activo o que los eventos no tengan mucha organización".
Mejoras sugeridas	"Carnet digital de miembro, retos de lectura... stand de bocaditos japoneses para que todo se sienta más temático".	"Tarjetas de regalo, descuentos especiales para completar colecciones... souvenirs de manga como stickers, separadores".	"Eventos más temáticos, con bocaditos y bebidas japonesas... decoración, música y detalles inspirados en el manga".
Intención de uso	"Sí me registraría, porque me gustaría tener un lugar donde pueda hablar de manga... conocer más personas".	"Sí, me registraría porque me parece una propuesta atractiva para estar al día con lanzamientos, acceder a descuentos".	"Sí me registraría, porque me interesa formar parte de una comunidad de manga... participar en actividades".

4.3 Resumen de hallazgos principales por entrevista:

4.1. Entrevistada: Sofía

Posee un enfoque altamente interactivo. Busca una comunidad activa "aesthetic" con eventos presenciales, retos de lectura, cosplay e intercambio cultural. Su principal temor es que el club quede inactivo o carezca de interacción.

4.2. Entrevistada: Anahís

Combina el interés por la comunidad con los incentivos económicos (descuentos, puntos, preventas) y de coleccionismo (souvenirs, stickers). Valora que se ofrezcan beneficios tangibles para completar colecciones y que haya constancia en la variedad del catálogo.

4.3. Entrevistado: Daniel

Destaca la importancia del sentido de pertenencia "sentirse parte de algo más grande". Concuerda plenamente en la necesidad de descuentos enfocados en sagas completas y sugiere una ambientación inmersiva en los eventos físicos con decoración, música y comida.

Interpretación y conclusiones

5.1 Análisis de resultados

La validación del Prototipo muestra una aceptación sobresaliente en el segmento objetivo. La membresía logra trascender la visión puramente transaccional para ofrecer un espacio de interacción emocional. Como evidencia el estudio, los tres entrevistados coincidieron en que su principal fuente de información son las plataformas de video corto (TikTok, Instagram Reels), lo cual dictamina el canal que Asteroide B612 deberá priorizar para el plan de marketing relacional.

Asimismo, se identificaron dos motivadores de fidelización fundamentales:

- Dolor financiero en el coleccionismo: El mayor obstáculo económico del segmento es finalizar una saga manga. Existe una demanda unánime por obtener beneficios por volumen. Como indicó uno de los informantes: ***"si hubiera descuentos especiales para completar colecciones, sería una gran razón para seguir comprando ahí"***.
- Miedo a la inactividad de la comunidad: La barrera principal no es el precio ni la competencia, sino el temor a que el club no realice actividades constantes. Los usuarios esperan una experiencia física inmersiva que justifique su lealtad ***"Me parece una idea súper bonita, porque sería como tener un espacio especial para quienes amamos leer manga. No sería solo comprar, sino sentir que hay un club donde puedes compartir lo que te gusta sin que te juzguen"***.

5.2 Mejoras para el Prototipo 2.0 y Plan de Marketing

- Integración del Programa "Completa tu Colección": Se añadirá como beneficio prioritario del club un sistema de descuentos especiales o bonificación de puntos exclusivamente diseñado para facilitar la adquisición de sagas o tomos continuos.
- Diseño de Experiencias Inmersivas Frecuentes: Para mitigar el temor a un club inactivo, se calendarizarán encuentros temáticos mensuales que incluyan decoración, música, concursos de cosplay y degustación de bocaditos/bebidas japonesas, asegurando la vitalidad de la comunidad.
- Kit de Membresía Coleccionable y Carnet Digital: Se habilitará un carnet digital de miembro y se incorporarán recompensas físicas de bajo costo, pero alto valor afectivo, tales como stickers, separadores y postales exclusivas de la librería.

Propuesta Final – Prototipo 2.0 (Mejora del prototipo)

Figura 6 Figura Prototipo 2.0



Nota: Elaboración propia.

Durante la fase de validación, se obtuvo un feedback muy positivo sobre la propuesta del **Asteroide Manga Club**, con un 100% de aceptación entre los entrevistados. Los consumidores manifestaron un fuerte interés en descuentos para completar sagas y en la creación de espacios de interacción social, como clubes de lectura y eventos temáticos. Sin embargo, también surgieron preocupaciones sobre la posible inactividad del club.

Este valioso feedback ha sido fundamental para el diseño del prototipo 2.0, que ahora incluye mejoras como un sistema de descuentos específico para la adquisición de sagas y un calendario de eventos mensuales que garantizan actividades constantes. Además, se incorporará un kit de membresía coleccionable, que busca fortalecer el sentido de pertenencia y motivar la participación de los miembros.

Estas adaptaciones aseguran que el club no solo cumpla con las expectativas de los consumidores, sino que también fomente una comunidad dinámica y comprometida.

El **prototipo 2.0** del **Asteroide Manga Club** incorpora mejoras significativas basadas en el feedback recibido durante la fase de validación. Tres mejoras clave son:

- **Sistema de Descuentos para Completar Sagas:** Se ha implementado un programa que otorga descuentos especiales al adquirir tomos de sagas completas. Esta mejora responde a la necesidad expresada por los consumidores que mencionaron: “Los descuentos son importantes para completar mis colecciones”.
- **Eventos Temáticos Mensuales:** Se ha establecido un calendario de encuentros que incluye eventos como clubes de lectura y concursos de cosplay. Esto se basa en el hallazgo de que “los espacios físicos son esenciales para la interacción social”, lo cual ayudará a crear un sentido de comunidad.
- **Kit de Membresía Coleccionable:** Se ofrecerá un kit con elementos coleccionables como stickers y separadores, lo que responde al deseo manifestado de tener “recompensas físicas que representen mi pertenencia al club”.

Tabla 15 Tabla de mejoras

Mejora #	Cambio Implementado	Hallazgo que lo justifica	Impacto esperado
1	Sistema de descuentos para completar las sagas	“Los descuentos son importantes para complementar mis colecciones y me incentivarían a comprar más” Sofía Haro	Mayor incentivo para las compras recurrentes.
2	Eventos temáticos mensuales	“Me gustaría tener espacios físicos donde pueda interactuar con otros fans y disfrutar de actividades”. Anahís Mendoza	Fomento de una comunidad activa y comprometida.
3	Kit de membresía coleccionable	“Sería genial recibir recompensas físicas que representen mi pertenencia al club, como stickers o separadores”. Daniel	Aumento en la lealtad y conexión emocional con el club.

Propuesta concreta de Asteriode Manga Club

1. Membresía Gratuita

- Los usuarios podrán registrarse de forma gratuita para convertirse en miembros del club, lo que facilitará la inclusión y el acceso a los beneficios.

2. Sistema de Descuentos para Completar Sagas:

- A partir de la compra de **3 tomos en adelante**, los miembros podrán **completar su saga con un 15% de descuento**. Este incentivo ayudará a los lectores a adquirir tomos que les faltan y fomentar la compra recurrente.

3. Eventos Temáticos Mensuales

- **Septiembre 2026:**

Club de Lectura: Un encuentro para discutir y analizar un manga específico del mes, donde los miembros pueden compartir sus opiniones y participar en dinámicas de grupo.

Concurso de Cosplay: Un evento donde los miembros se visten de sus personajes favoritos y compiten por premios. Se premiará la mejor caracterización, creatividad y originalidad.

- **Octubre 2026:**

Noche de Trivia de Manga: Un concurso de preguntas y respuestas sobre mangas populares, donde los miembros pueden demostrar su conocimiento y ganar premios.

Taller de Dibujo de Manga: Un taller donde los miembros pueden aprender a dibujar sus personajes favoritos con la guía de un artista local, fomentando la creatividad y el talento.

- **Noviembre 2026:**

Maratón de Lectura: Un evento donde los miembros se juntan para leer diferentes mangas en un ambiente cómodo, con snacks y bebidas disponibles.

Proyección de Anime: Una noche de proyección de episodios de animes populares, seguida de una discusión y análisis de los episodios.

- **Diciembre 2026:**

Fiesta de Fin de Año Temática: Un evento para celebrar el cierre del año con decoraciones, juegos, y un intercambio de regalos relacionados con el manga.

Concurso de Decoración de Tarjetas de Año Nuevo: Un concurso donde los miembros diseñan tarjetas de Año Nuevo con temáticas de manga, premiando las más creativas.

4. Kit de Membresía Coleccionable:

- Proporcionar a los miembros un kit que incluye elementos coleccionables, como stickers, separadores de libros, postales exclusivas, y un **carnet físico y digital** de membresía. Esto reforzará la conexión emocional con el club y hará que los miembros se sientan valorados.

5. Sorteos y Concursos Exclusivos:

- Realizar sorteos mensuales de productos relacionados con la cultura japonesa y el manga. Por ejemplo, un **sorteo de un "Pack de Manga"** que incluya tomos populares, merchandising, y una figura coleccionable. Además, los miembros que participen en eventos mensuales podrán recibir boletos adicionales para aumentar sus posibilidades de ganar.

Modelo de monetización

La creación del **Asteroide Manga Club** será gratuita para los miembros, permitiéndonos fidelizar a nuestros clientes y construir una sólida relación con ellos. Esta decisión se respalda con la asignación de parte del presupuesto anual de la empresa para fortalecer nuestra presencia en el mercado y posicionar la marca. A diferencia de la competencia, que no implementa acciones enfocadas en este público objetivo, nuestra librería en Calderón se beneficiará de ser la única en la zona, lo que nos ofrece una ventaja competitiva única para atraer y retener a una comunidad apasionada de lectores.

Presentación Comercial del Prototipo o Propuesta Final (video promocional)

Figura 7 Captura de pantalla video promocional



Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional

Localización Estratégica

Ubicación seleccionada

Librería Asteroide B612

Centro Comercial Portal Shopping

Av. Simón Bolívar y Av. de los Granados

Quito – Ecuador.

Aunque gran parte de la estrategia de fidelización será digital (Instagram, TikTok, WhatsApp y comunidad online), el punto principal de operación será la tienda física ubicada en Portal Shopping, donde se desarrollarán los eventos, clubes de lectura, lanzamientos y actividades para la comunidad Asteroide Manga Club.

Justificación

La elección de esta ubicación responde a los siguientes criterios estratégicos:

1. Acceso al segmento objetivo

Portal Shopping recibe diariamente estudiantes universitarios, jóvenes profesionales y familias, coincidiendo con el perfil del consumidor de manga definido en la investigación.

2. Alta visibilidad comercial

El centro comercial posee un elevado flujo de visitantes, incrementando la exposición de la librería y favoreciendo la captación de nuevos miembros para Asteroide Manga Club.

3. Infraestructura adecuada

El establecimiento cuenta con espacios apropiados para realizar lanzamientos de manga, firmas, concursos cosplay, clubes de lectura y actividades de fidelización.

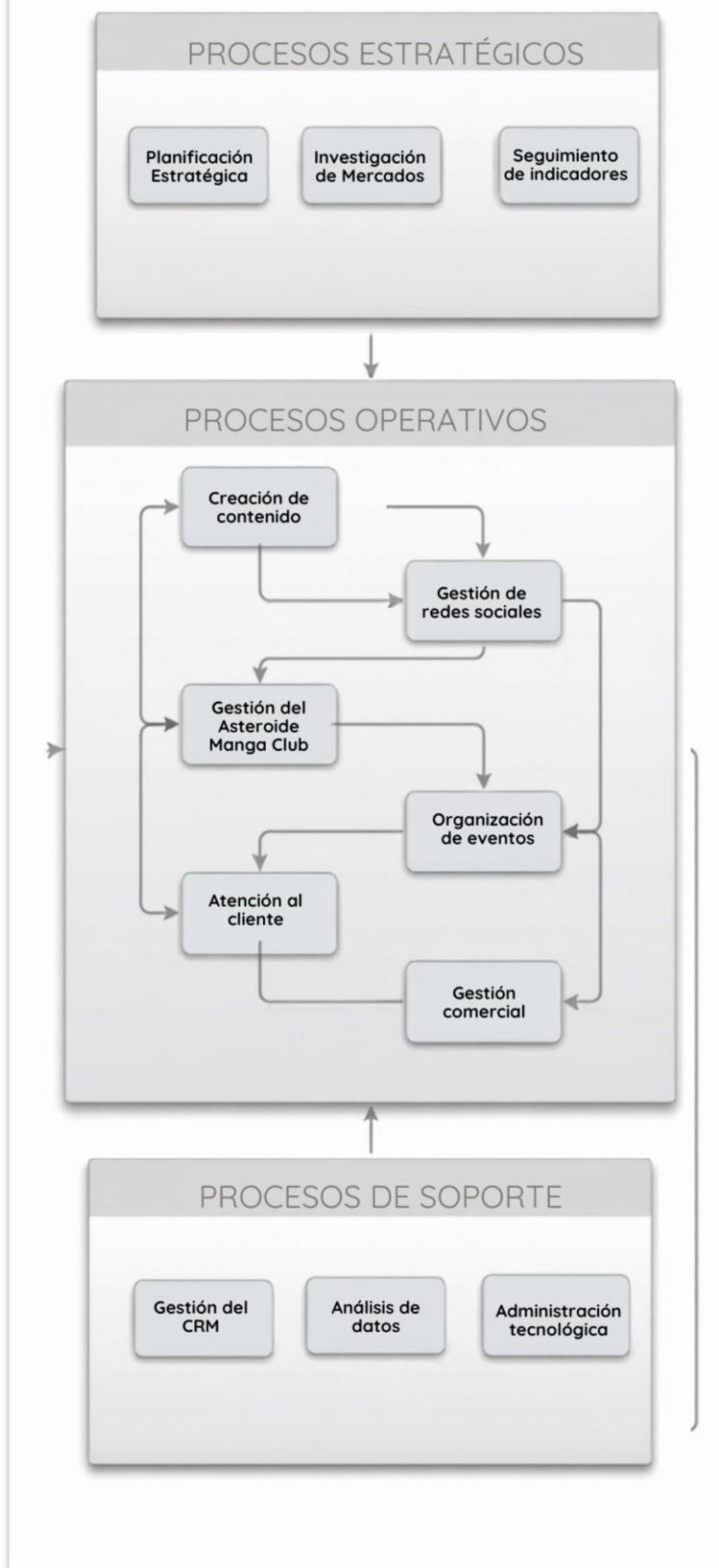
4. Integración con canales digitales

La ubicación permite combinar la experiencia física con campañas digitales, compras por redes sociales, reservas mediante WhatsApp y difusión de eventos en Instagram y TikTok.

Operaciones (Mapas de procesos) y/o Diseño Organizacional

Figura 8 Mapa de proceso.

MAPA DE PROCESOS LIBRERÍA ASTEROIDE B612



Nota: Elaboración propia.

Tabla 16 Detalle de mapa de procesos

Proceso	Actividades clave	Responsable
PROCESOS		
ESTRATÉGICOS		
Planificación estratégica	Definir objetivos, KPIs, presupuesto anual y calendario de actividades	Gerente de Marketing
Investigación de mercado	Analizar tendencias del manga, comportamiento del consumidor y competencia	Analista de Marketing
Seguimiento de indicadores	Medir satisfacción, recompra, membresías y participación	Gerente de Marketing
PROCESOS OPERATIVOS		
Creación de contenido	Elaborar Reels, TikTok, fotografías, diseños y publicaciones	Content Creator
Gestión de redes sociales	Administrar Instagram, TikTok, Facebook y WhatsApp Business	Community Manager
Gestión del Asteroide Manga Club	Registrar miembros, administrar beneficios, puntos y recompensas	Community Manager
Organización de eventos	Coordinar clubes de lectura, cosplay, lanzamientos y trivias	Coordinador de Eventos
Atención al cliente	Resolver consultas, reservas, reclamos y seguimiento	Asesor de Atención
Gestión comercial	Venta de mangas, membresías y productos relacionados	Asesor Comercial
PROCESOS DE SOPORTE		
Gestión del CRM	Administrar la base de datos y segmentar clientes	Especialista CRM
Análisis de datos	Elaborar reportes de KPIs y recomendaciones	Analista de Marketing
Administración	Mantener plataformas digitales, redes y herramientas	Soporte TI

Nota: Elaboración propia.

Diseño Organizacional y funciones



Figura 9 Figura Organigrama

Nota: Elaboración propia.

Plan de Marketing

Producto

Producto de Nicho

El Asteroide Manga Club se centra en un nicho específico de amantes del manga, ofreciendo una experiencia personalizada y beneficios exclusivos como descuentos en tomos y eventos temáticos. Esto crea una propuesta de valor única que atrae a un público apasionado.

Kit de Membresía Coleccionable

Se ofrecerá un kit que incluye elementos exclusivos (stickers, separadores, carnet físico y digital), lo que agrega valor tangible a la membresía y fomenta la participación activa de los miembros.

Precio

Precio Psicológico

La membresía gratuita elimina las barreras de entrada, haciendo que la propuesta sea emocionalmente atractiva. Además, los descuentos del 15% en la compra de sagas completas pueden ser percibidos como una oferta valiosa que incentiva las compras.

Desnudo de Precios

Se establecerán precios competitivos para los tomos de manga y productos relacionados, asegurando que sean accesibles para el público objetivo, lo que facilitará la captación de nuevos miembros.

Plaza

Librería Física en Portal Shopping

La ubicación de **Asteroides B612** en el centro comercial **Portal Shopping** proporciona una excelente visibilidad y accesibilidad. Se realizarán promociones y eventos en la tienda para atraer a los visitantes del centro comercial, convirtiéndola en un punto de encuentro para los amantes del manga.

Experiencia en la Librería Física

Se crearán espacios dentro de la librería para realizar eventos temáticos, permitiendo a los miembros interactuar en un ambiente acogedor. Esto no solo fomentará la comunidad, sino que también incentivará las ventas directas en el establecimiento.

Promoción

Eventos Temáticos Mensuales

Se organizarán actividades como concursos de cosplay, noches de trivia y talleres de dibujo, que no solo fomenten la participación, sino que también generen atención mediática y promoción boca a boca.

Campañas en Redes Sociales

Utilizar plataformas como Instagram y Facebook para promover eventos, compartir contenido atractivo y generar interacción con los miembros. Las redes sociales serán clave para aumentar la visibilidad y el reconocimiento de la marca.

Colaboraciones con Influencers

Se buscarán alianzas con influencers del mundo del manga y la cultura pop para promover el club, aprovechando su audiencia para atraer nuevos miembros.

Objetivo general del plan de marketing

Desarrollar un plan de marketing estratégico para la Librería Asteroide B612, que posicione “Asteroide Manga Club” en el mercado de amantes del manga en el centro comercial Portal Shopping, abordando la falta de fidelización y actividades dedicadas a esta comunidad. Se busca incrementar el reconocimiento de la marca y lograr un crecimiento sostenido en la membresía y las ventas durante el primer año de lanzamiento, fomentando una comunidad activa y apasionada por el manga.

Definición de estrategias, acciones y presupuesto

Tabla 17 Plan de marketing

Estrategia	Acción	Tiempo ejecución	Presupuesto
Estrategia 1: Organización de eventos temáticos	Planificación de un evento de lanzamiento	1 mes	\$400
	Alquiler de espacio y logística de evento	1 mes	\$250
	Material promocional (flyers, carteles, etc.)	1 mes	\$150
	Catering y refrigerios para asistentes	1 mes	\$200
	Campañas en TikTok	Mensual	\$400
Estrategia 2: Promoción en redes sociales	Creación de contenido visual y videos promocionales	Mensual	\$300
	Colaboración con influencers del ámbito de manga	Mensual	\$200
	Análisis y optimización de campañas	Mensual	\$100
	Diseño y producción de kit de club	1 mes	\$250
Estrategia 3: Elaboración de kit de Manga Club	Elaboración de tarjetas de membresía	1 mes	\$250
	Total presupuesto mensual		\$2.500

Presentación de las estrategias de marketing

Figura 10 Preparación para el evento



Nota: Elaboración propia.

Figura 11 Promoción en Redes Sociales



Nota: Elaboración propia.

Evaluación financiera

Tabla 18 Costos y gastos proyectados a 6 meses

Estrategia	Acción	Tiempo ejecución	Presupuesto	Presupuesto a 6 meses
Estrategia 1: Organización de eventos temáticos	Planificación de un evento de lanzamiento	1 mes	\$400	\$2.400
	Alquiler de espacio y logística de evento	1 mes	\$250	\$1.500
	Material promocional (flyers, carteles, etc.)	1 mes	\$150	\$900
	Catering y refrigerios para asistentes	1 mes	\$200	\$1.200
Estrategia 2: Promoción en redes sociales	Campañas en TikTok	Mensual	\$400	\$2.400
	Creación de contenido visual y videos promocionales	Mensual	\$300	\$1.800
	Colaboración con influencers del ámbito de manga	Mensual	\$200	\$1.200
	Análisis y optimización de campañas	Mensual	\$100	\$600
Estrategia 3: Elaboración de kit de Manga Club	Diseño y producción de kit de club	1 mes	\$250	\$1.500
	Elaboración de tarjetas de membresía	1 mes	\$250	\$1.500
Total presupuesto mensual			\$25.00	\$15.000

Tabla 19 Presupuesto de ventas mensual y semestral

Concepto	Monto Mensual	Monto Semestral
Ingreso Actual	\$21.000	\$126.000
Ingreso Proyectado	\$24.500	\$147.000
Incremento Esperado	\$3.500	\$21.000

Punto de equilibrio

Datos

1. Costos Fijos Totales

- Presupuesto de Marketing Mensual: \$2.500
- Arrendamiento: \$1.800
- Sueldos de Empleados: \$2.000

Total de costos Fijos: \$6.300

2. Ingreso proyectado mensual: \$24.500

3. Costo de ventas 50% de los ingresos

4. Precio de venta total: \$24.500 (ingreso proyectado)

5. Costo variable total \$12.500 (50% de los ingresos)

Cálculo del punto de equilibrio en dinero

Usando los datos anteriores en la fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio (en \$)} = \frac{\$6.300}{1 - (\$12.500/\$24.500)}$$

Calculamos el costo variable como un porcentaje del precio de venta:

$$\frac{\$12.500}{\$24.500} = 0.5$$

Ahora sustituimos en la fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio (en \$)} = \frac{\$6.300}{1 - 0.50} = \frac{\$6.300}{0.50} = \$12.600$$

Tabla 20 Calculo ROMI

ROMI	
Inversión total en marketing	\$15.000
Ingresos actuales (o estimados)	\$126.000
Incremento esperado en ingresos	\$21.000
Ingresos atribuibles a la estrategia	\$147.000
Total	\$8.80

El ROMI de 8.80 (o 880%) significa que, por cada dólar invertido en marketing, se espera un retorno de \$8.80 en ingresos.

Esto indica que la estrategia de marketing tiene gran probabilidad de éxito.

Estado financiero

Tabla 21 Pérdidas y ganancias

Concepto	Monto total (6 meses)
Ingresos por Ventas	\$147.000
Costo de ventas (50%)	(\$73.500)
Utilidad Bruta	\$73.500
Gastos Operativos (Fijos y Marketing)	
Presupuesto de Marketing	(\$15.000)
Arrendamiento (\$1.800 x 6)	(\$10.800)
Sueldo Empleados (\$2.000 x 6)	(\$12.000)
Total gastos operativos	(\$37.800)
Utilidad Operativa (EBITDA)	\$35.700

Cálculo de la nueva Utilidad Operativa

- Utilidad Bruta: \$73.500
- Total Gastos Operativos: \$37.800

Conclusiones

1. El estudio confirmó que la problemática central de Asteroide B612 no radica en el precio ni en el catálogo, sino en el carácter puramente transaccional de la relación con el lector de manga. Las entrevistas en profundidad evidenciaron que este segmento, principalmente jóvenes entre 16 y 35 años, valora tanto o más que el producto la posibilidad de pertenecer a una comunidad, compartir intereses y vivir experiencias alrededor de la cultura otaku, es así como Daniel de 19 años los comenta que sería: "sentirse parte de algo más grande".
2. La validación cualitativa del prototipo "Asteroide Manga Club" arrojó un 99.66% de aceptación entre los entrevistados, lo que permite concluir que la propuesta responde con precisión a las expectativas del segmento. Los componentes mejor valorados fueron los descuentos por saga completa, los eventos temáticos presenciales (clubes de lectura, cosplay, trivias) y el kit coleccionable. Anahí refuerza estas variables y el valor percibido con su respuesta en la entrevista: "Sí, porque haría que la experiencia sea más completa y entretenida... no sería solo ir a comprar un manga"
3. Desde la perspectiva financiera, el proyecto muestra viabilidad y rentabilidad razonables: con una inversión en marketing de \$15.000 se proyecta un ROMI de 8.80 (880%) y una utilidad operativa semestral de \$35.700, considerando un punto de equilibrio de \$12.600. Estos indicadores respaldan que la fidelización basada en comunidad no solo es deseable desde el usuario, sino también sostenible desde el negocio.

Recomendaciones

1. Implementar el Asteroide Manga Club de forma progresiva, iniciando con un piloto de tres meses que incluya el carnet físico y digital, el sistema de puntos y un calendario mínimo de dos eventos mensuales. Esto permitirá medir indicadores reales de recompra, participación y satisfacción, como parte final contrarestra el temor de la inactividad del club como lo menciona Daniel "Tal vez me preocuparía que el club no se mantenga activo o que los eventos no tengan mucha organización".
2. Los canales preferidos de comunicación para los tres entrevistados son TikTok e Instagram Reels, dado que las entrevistas identificaron el video corto como la fuente predominante de información del segmento. Sofía sustenta esta información con su comentario: "Me entero más por TikTok, Instagram y videos cortitos donde recomiendan mangas o muestran compras nuevas".

3. Formalizar un programa "Completa tu Colección" con descuentos escalonados del 10% al 20% para la compra de sagas continuas, acompañado de un sistema de reservas garantizadas y preventas para los miembros. Esta acción es la que sugiere Daniel "Sí influiría, sobre todo si hay descuentos para completar colecciones de libros... compraría con más frecuencia"

Bibliografía

- Brown. (2008). *Brown*. Obtenido de Brown.
- ComikFever. (2025). *ComikFever*. Obtenido de ComikFever.
- Gutiérrez, A. (2023). *Estrategias de marketing relacional en el sector literario*. *Revista de Marketing y Negocios*, 16(2), 55-70. Obtenido de Estrategias de marketing relacional en el sector literario. *Revista de Marketing y Negocios*, 16(2), 55-70.
- Keller, K. &. (2016). *Kotler & Keller p. 327*. Obtenido de Kotler & Keller p. 327.
- Kotler, P. &. (2016). *Dirección de Marketing (15.ª ed.)*. Pearson. Obtenido de Dirección de Marketing (15.ª ed.). Pearson.
- López, M. (2022). *Comportamiento del consumidor en el mercado del manga*. *Journal of Consumer Research*, 20(1), 101-118. Obtenido de Comportamiento del consumidor en el mercado del manga. *Journal of Consumer Research*, 20(1), 101-118.
- Martínez, R. (2023). *nálisis del mercado del manga en Ecuador: Oportunidades y desafíos*. *Análisis de Mercados*, 12(1), 75-90. Obtenido de análisis del mercado del manga en Ecuador: Oportunidades y desafíos. *Análisis de Mercados*, 12(1), 75-90.
- Muniz, A. M. (2001). *Brand Community*. *Journal of Consumer Research*, 27(4), 412–432. Obtenido de Brand Community. *Journal of Consumer Research*, 27(4), 412–432.
- O'Guinn, M. &. (2001). *Muñiz & O'Guinn*. Obtenido de Muñiz & O'Guinn.
- Patrimonio, M. d. (2023). *Informe sobre la industria editorial en Ecuador*. Quito: MCDP. Obtenido de Informe sobre la industria editorial en Ecuador. Quito: MCDP.
- Tendencias, I. d. (2023). *Estudio sobre el consumo de manga en Quito*. Quito: IIT. Obtenido de Estudio sobre el consumo de manga en Quito. Quito: IIT.

Anexos

Figura 12 Entrevista en tienda

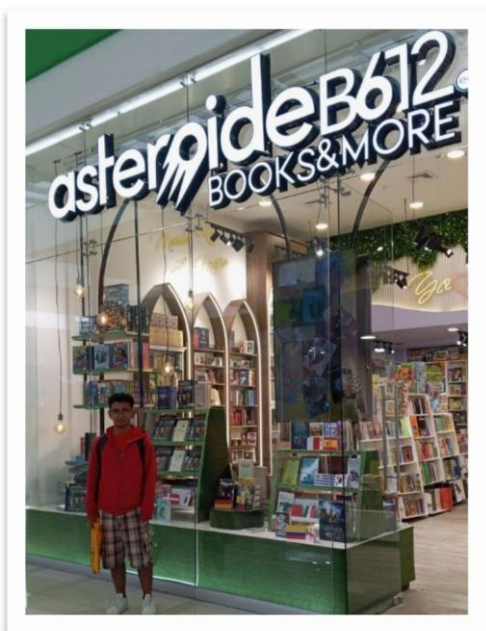


Figura 13 Entrevista en tienda

Figura 14
Entrevista en
tienda