

MARKETING

**Tesis previa a la obtención de título de
Licenciado en Marketing**

AUTORES: Juan Sebastián López Rodríguez

TUTOR: MBA. Janeth Castillo de Cáceres

TEMA: clubes de juegos de mesa para desarrollo social y de habilidades

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Juan Sebastián López Rodríguez declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis 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.



Juan Sebastián López

FIRMA AUTOR

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo Janeth Castillo de Cáceres, certifico que conozco al autor del presente trabajo de titulación “Clubes de juegos de mesa en instituciones educativas para desarrollo social y de habilidades”, Juan Sebastián López Rodríguez, siendo el responsable exclusivo tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

.....

TUTOR: MBA. Janeth Castillo de Cáceres

Resumen Ejecutivo

El proyecto consiste en la creación, implementación y validación de un modelo de negocio, "Roll & Play", enfocado en la implementación de clubes de juegos de mesa como actividades extracurriculares innovadoras en instituciones educativas privadas de Quito. La propuesta surge como respuesta a la identificada falta de opciones didácticas que fomenten habilidades socioemocionales, cognitivas y el bienestar de los estudiantes, en un contexto donde predominan actividades tradicionales y se observa un creciente desinterés escolar.

En términos de factibilidad, la factibilidad técnica es alta debido a la disponibilidad de materiales, proveedores como GameStar y Devir, y requerimientos operativos simples. La factibilidad económica es sólida, ya que la inversión inicial es moderada, los márgenes son favorables, y las instituciones educativas mostraron intención real de compra. Finalmente, la factibilidad social es muy alta.

Para garantizar el crecimiento del proyecto, se establecieron tres objetivos clave: implementar Roll & Play en al menos el 10% de instituciones del segmento objetivo, lograr la participación del 5% de estudiantes del segmento, y construir una comunidad activa mediante la realización de 12 eventos o torneos durante el primer año. El plan de marketing se enfoca en estrategias de penetración de mercado, diferenciación educativa, comunicación de valor y presencia digital constante.

Palabras clave: juegos de mesa, innovación educativa, actividades extracurriculares, habilidades socioemocionales, bienestar estudiantil.

Abstract

The project consists of the creation, implementation, and validation of a business model, "Roll & Play," focused on implementing board game clubs as innovative extracurricular activities in private educational institutions in Quito. The proposal arises in response to the identified lack of educational options that foster socio-emotional and cognitive skills, as well as student well-being, in a context where traditional activities predominate and a growing disinterest in school is observed.

In terms of feasibility, technical feasibility is high due to the availability of materials, suppliers such as GameStar and Devir, and simple operational requirements. Economic feasibility is solid, as the initial investment is moderate, margins are favorable, and educational institutions have shown a genuine intention to purchase. Finally, social feasibility is very high.

To guarantee the project's growth, three key objectives were established: to implement Roll & Play in at least 10% of the institutions in the target segment, to achieve the participation of 5% of students in the segment, and to build an active community by holding 12 events or tournaments during the first year. The marketing plan focuses on market penetration strategies, educational differentiation, value communication, and a constant digital presence.

Keywords: board games, educational innovation, extracurricular activities, socio-emotional skills, student well-being.

Dedicatoria

Dedico este proyecto a todas las personas que me apoyaron en el transcurso de la realización de la marca y todo lo que conllevó con respecto a este trabajo, tanto padres como maestros y directores.

Agradecimiento

En este proyecto, agradezco la colaboración de toda mi familia, todos los maestros que apoyaron con su información, su ayuda, su conocimiento su guía, su retroalimentación en cada aspecto y etapa del proyecto que se realizó durante este semestre final de mi periodo estudiantil en la facultad de marketing de la UIDE

Índice de Contenidos

INTRODUCCIÓN	1
FASE DE EMPATÍA INCLUYENDO MARCO TEÓRICO	2
IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.....	11
IDEA DE NEGOCIO.....	14
VALIDACIÓN DE FACTIBILIDAD - VIABILIDAD - DESEABILIDAD.....	29
ESTUDIO TÉCNICO Y MODELO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL.....	37
PLAN DE MARKETING.....	43
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	51
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	65
BIBLIOGRAFÍA.....	67
ANEXOS.....	70

Índice de Tablas

Tabla 1 Fuentes de Ingreso	17
Tabla 2 Juegos de mesa por unidad	18
Tabla 3 Ponderación de Ubicaciones	39
Tabla 4 Costo paquete estándar	46
Tabla 5 Costo paquete plus	46
Tabla 6 Inscripciones Eventos	46
Tabla 7 Costo acciones objetivo 1	48
Tabla 8 Costo acciones Objetivo 2	49
Tabla 9 Costo acciones Objetivo 3	49
Tabla 10 Presupuestó de Ventas	52
Tabla 11 Estado de costo realista.....	53
Tabla 12 pérdidas y ganancias realista.....	54
Tabla 13 Flujo realista	55
Tabla 14 Estado de Costo pesimista	56
Tabla 15 pérdidas y ganancias pesimista	57
Tabla 16 Flujo de Caja Pesimista.....	57
Tabla 17 Estado de costo optimista	58
Tabla 18 pérdidas y ganancias optimista	59
Tabla 19 Estado flujo de caja Optimista	60
Tabla 20 Punto de equilibrio	60
Tabla 21 Costo de productos.....	61
Tabla 22 Indicadores financieros realistas	62
Tabla 23 Indicadores Financieros pesimista	63
Tabla 24 Indicadores Financieros Optimista	64

Índice de Figuras

Ilustración 1 Buyer persona	9
Ilustración 2 Mapa de Empatía	10
Ilustración 3 Propuesta de Valor	16
Ilustración 4 Canal, Pagina Web de la Marca.....	17
Ilustración 5 Prototipaje Roll and Play página web.....	19
Ilustración 6 Análisis pestel	22
Ilustración 7 Fuerzas de Porter	24
Ilustración 8 Foda base	26
Ilustración 9 Foda Cruzado	29
Ilustración 10 Grupo de enfoque.....	36
Ilustración 11 Local A	37
Ilustración 12 Local B.....	38
Ilustración 13 Local C.....	38
Ilustración 14 Mapa de Procesos macroproceso 1	39
Ilustración 15 Macroprocesos 2	40
Ilustración 16 Macroprocesos 3	40
Ilustración 17 Organigrama de la empresa	41
Ilustración 18 Promoción de Red Social.....	49
Ilustración 19 Promocional de la Pagina Web Oficial de Roll and Play	50
Ilustración 20 Promocional producto.....	50
Ilustración 21 Post de Productos.....	51
Ilustración 22 pregunta ocupación	83
Ilustración 23 pregunta habilidades	83
Ilustración 24 preguntas características	83
Ilustración 25 pregunta problemática.....	84
Ilustración 26 preguntas dinámicas.....	84
Ilustración 27 pregunta opciones	84
Ilustración 28 pregunta actividades	85
Ilustración 29 Colegio Johanes	86
Ilustración 30 Colegio Gasset	86
Ilustración 31Colegio Liga	86

Introducción

Las instituciones educativas son uno de los aspectos más importantes dentro de nuestra sociedad ecuatoriana, tienen un impacto y relevancia que ha trascendido a lo largo de los años y han ido evolucionando, surgiendo y cambiando de igual manera, las ideas innovadoras para la educación, el ambiente y el desarrollo personal forman el día a día de los jóvenes Ecuatorianos que moldearan el futuro, sin embargo estas instituciones no son perfectas y tanto sus beneficios como contras se reflejan de manera simétrica en nuestra sociedad y nuestros jóvenes, pero aun imperfecciones existen oportunidades y potenciales.

En el contexto educativo actual, los procesos de enseñanza-aprendizaje enfrentan el reto de mantener la motivación, la participación activa y el desarrollo de habilidades sociales y cognitivas en niños y adolescentes. Frente a este escenario, el aprendizaje lúdico se presenta como una alternativa efectiva para complementar los métodos tradicionales, promoviendo experiencias significativas a través del juego, la interacción y el trabajo en equipo.

Esta investigación analiza la factibilidad técnica, económica y social del proyecto Roll & Play, evaluando la aceptación del mercado, la viabilidad financiera y el impacto educativo de la propuesta. De este modo, se plantea un modelo de negocio sostenible que responda a las necesidades actuales del sistema educativo y contribuya a la innovación en el ámbito formativo.

Objetivo General

- Desarrollar y validar una propuesta lúdico-educativa basada en juegos de mesa modernos en instituciones educativas de Quito, con el fin de mejorar la motivación, el aprendizaje colaborativo y las habilidades socioemocionales de los estudiantes durante el primer año de ejecución.

Objetivos Específicos

- Realizar una investigación de mercado para validar la necesidad y deseabilidad de la propuesta
- Desarrollar un plan de marketing para captar 10% de las instituciones educativas del segmento objetivo durante el primer año
- Realizar una evaluación financiera para validar la viabilidad del proyecto.

Fase de Empatía incluyendo Marco Teórico

Marco Teórico - Análisis del mercado

Dentro de la investigación documental que se realizó para el marco teórico, se encontró que estos 4 artículos tienen investigación y trabajo complementario que aporta al concepto del proyecto de mi tesis personal.

- **Nombre del proyecto:** Proyecto Metáforas y mitos: usar el juego de mesa Dixit para comprender la experiencia vivida por el autismo
- **Fecha de publicación:** diciembre 2025
- **Link directo:** <https://031092ubu-y-https-www-scopus-com.proxy.uide.edu.ec/pages/publications/105006462065>
- **DOI:** 10.1007/s44202-025-00340-9
- **Autores:** Atherton Graya; Dawson Emily; Cross Liama
- **Institución:** Department of Psychology, University of Plymouth

Proyecto Metáforas y mitos: usar el juego de mesa Dixit para comprender la experiencia vivida por el autismo

Resumen del proyecto 1

El propósito de este proyecto y su enfoque radica y gira principalmente alrededor de las personas con autismo, ya que a través de un juego de mesa se puede generar una experiencia que nos dé un punto de vista más cercano de esta condición, esto con el firme propósito de generar empatía y mejorar el trato hacia las personas que padecen esta condición. El proyecto se enfoca en profundizar en la experiencia vivida con el autismo y se plantea logarlo a través de una nueva forma de análisis cualitativo con la creación de una condición similar a un juego, para explorar diferentes espectros.

En base a este concepto es donde surge el proyecto Dixit para entrevistar a personas autistas sobre sus experiencias viviendo con la condición, logrando que se discutan temas y subtemas relacionados con los desafíos, las fortalezas y las expectativas sociales, junto con las imágenes de las tarjetas Dixit relevantes, esto logra que se llegue a conseguir una comprensión más matizada de las metáforas y los mitos que experimentan las personas autistas, así también una interacción inclusiva hacia las personas con este padecimiento, como con las personas sin el mismo.

- **Nombre del proyecto:** Mejorar la respuesta a incidentes de ciberseguridad: un enfoque colaborativo de juego de mesa
- **Fecha de publicación:** 2026
- **Link directo:** <https://031092udl-y-https-www-scopus-com.proxy.uide.edu.ec/pages/publications/105012918785>
- **DOI:** 10.1007/978-3-031-94924-1_9
- **Autores:** Seiler, Andreas; Lechner Ulrike
- **Institución:** Universität der Bundeswehr München

Mejorar la respuesta a incidentes de ciberseguridad: un enfoque colaborativo de juego de mesa

Resumen del proyecto 2

En este artículo se explora el gran potencial que tienen los juegos de mesa, y principalmente el potencial que tienen con enfoque colaborativo llamado Operación Cuervo, para lo que es la mejora en los procesos de respuesta a incidentes en infraestructuras críticas digitales.

El concepto del juego y sus materiales serían un tablero que representa la red informática de una infraestructura crítica, varias tarjetas de respuesta estructurada para simular escenarios de incidentes de ciberseguridad, dándole un enfoque estratégico que parte del conocimiento y toma de decisiones en base a ciertos escenarios, todo esto presentándose de manera que se pueda dar una base colaborativa para las acciones de respuesta. Con este juego se fomenta el pensamiento creativo, analítico y estratégico que se pueda desarrollar en varios espectros.

- **Nombre del proyecto:** Perspectivas Nórdicas sobre Sistemas Algorítmicos: Cartas como una Intervención Lúdica en la Crisis de la Imaginación
- **Fecha de publicación:** 2025
- **Link directo:** <https://031092ulk-y-https-www-scopus-com.proxy.uide.edu.ec/pages/publications/105013557985>
- **DOI:** 10.1145/3744169.3744190
- **Autores:** Blanco Cardozo Rebeca; Ferreira Pedro; Nelimarkka Matti; Haapoja Jesse; Hockenhull Michael; Ojala Mace; Pääkkönen Juho ;Cohn Marisa Leavitt; Brown Barry; Olsson Thomas; Lehmuskallio Asko; Groth Emilie Mørch; Lampinen Airi
- **Institución:** IT University of Copenhagen, Copenhagen, Denmark

Perspectivas Nórdicas sobre Sistemas Algorítmicos: Cartas como una Intervención Lúdica en la Crisis de la Imaginación

Resumen del proyecto 3

Este estudio presenta un concepto de juego de mesa muy interesante, que se plantea y conforma de la siguiente manera, el producto es una caja con cuatro barajas de cartas, diseñadas para reflexionar críticamente sobre los sistemas algorítmicos desde perspectivas nórdicas. Inspirado en la idea de que los juegos permiten explorar dinámicas complejas, se busca contrarrestar la “crisis de imaginación” frente al futuro de la IA. La herramienta se desarrolló con el fin de desestabilizar narrativas hegemónicas mediante enfoques lúdicos. Aunque no resuelve la crisis, la caja abre espacios de diálogo y reflexión compartida lo cual fomenta un desarrollo conveniente para los participantes en ciertas ramas. En suma, es un recurso tangible para imaginar alternativas más justas y situadas en torno a los sistemas algorítmicos.

- **Nombre del proyecto:** EL USO DE JUEGOS DE MESA ESTRATÉGICOS PARA LA ENSEÑANZA DE LAS CIENCIAS SOCIALES EN EDUCACIÓN SECUNDARIA. UNA EXPERIENCIA ERASMUS.
- **Fecha de publicación:** 2020
- **Link directo:** <file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-ElUsoDeJuegosDeMesaEstrategicosParaLaEnsenanzaDeLa-7762246.pdf>
- **Autor:** Alonso Mateo Gómez
- **Institución:** Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales

Resumen del proyecto 4

Quienes plantearon este proyecto tuvieron un pensamiento que los llevo a originar esta idea, esta idea consistió principalmente en una necesidad que identificaron la cual es la enseñanza efectiva de las ciencias sociales a los alumnos de educación secundaria plantea en la actualidad un desafío para los profesores, dado que según analizaron los alumnos en las instituciones educativas llegan a estar relativamente expuestos a la tecnología la cual esta influye considerablemente en su motivación por las materias escolares.

INVESTIGACIONES COMPLEMENTARIAS

Problemáticas sociales dentro del segmento

Según una investigación realizada por Camas Quito, M. A. (2020). Se identifico que existen ciertas condiciones actuales las cuales afectan a los jóvenes ecuatorianos y que han sido una de las problemáticas menos atendidas dentro de la sociedad ecuatoriana (principalmente jóvenes de diversas edades) y es el siguiente, la depresión infantil en Ecuador afecta hasta un 32.7% de niños en contextos escolares, impactando su desarrollo emocional, social y académico. Los factores de riesgo incluyen antecedentes familiares, adversidades tempranas y pobreza, mientras que los instrumentos

diagnósticos requieren adaptación cultural. Existen brechas en formación profesional y acceso a servicios de salud mental.

En una investigación realizada por el diario el comercio, Ansiedad, estrés y aislamiento: esto también viven los niños en Ecuador en 2025. Se descubrió cifras con relación a problemas psicológicos y sociales que sufren los jóvenes ecuatorianos en la actualidad:

- El 53,9% de niños menores de 5 años está libre de maltrato físico. 53,4% sufre maltrato psicológico.
- 26 906 casos de violencia sexual se registraron, entre 2014 y 2024
- 52,5% de niños entre 5 y 11 años usa internet; 48,8% tiene celular
- 25% accede a computadora; 10% a Tablet

Beneficios encontrados en investigación

En una investigación realizada por Garrido-Sánchez & Crisol-Moya, (2023). para el Education in the Knowledge Society, se evidencia que los juegos de mesa, más allá de la diversión, aportan beneficios educativos y sociales en niños y adolescentes, siendo herramientas inclusivas que pueden combinarse con otras metodologías. Estos juegos fortalecen ámbitos escolares, sociales y sanitarios, y se proponen incluso como apoyo en problemáticas actuales como la depresión infantil.

Otro estudio psicológico que se ha realizado en torno a los juegos de mesa, investigación proveída por profesionales en diversos centros de salud mental infantil juvenil, Hernández Lusilla, S., Sala Corbinos, L., & Montagut Fornós, G. (2024, 16 de enero) en Sant Joan de Déu Terres de Lleida, han identificado que los efectos más sobresalientes que tienen los juegos de mesa como herramienta psicológica en los jóvenes son:

Desarrollo emocional: ayuda a gestionar emociones y fortalecer la autoestima.

Estimulación cognitiva: fomenta pensamiento crítico, resolución de problemas y creatividad.

Habilidades sociales: mejora la comunicación, cooperación y afrontamiento de conflictos.

Interacción comunitaria: crea espacios de integración y pertenencia en sesiones grupales.

Recuperación terapéutica: contribuye al bienestar y funcionalidad de adolescentes en riesgo.

Investigación de competidores dentro del mercado y producto seleccionado

Análisis de competidores

En términos de competidores, actualmente y en los diversos segmentos de productos que ofrece el negocio de roll and play podemos encontrar marcas que se han posicionado en los últimos años en el mercado ecuatoriano, las más grandes e importantes son:

Datos obtenidos de investigación de campo sobre competidores de la marca

- TIEMPO DE JUEGOS: Es la marca más destacada en el mercado actual debido a que ha logrado establecerse como una franquicia líder en Ecuador. Cuenta con una base de compradores y una comunidad que valoran y conocen la marca.
- AKAI GAMES: Se distingue por tener uno de los niveles más altos de fidelidad por parte de sus clientes.
- BAUL DEL ENANO: Hoy por hoy es la tienda con la comunidad más extensa y cuenta con una larga trayectoria en el mercado de juegos de mesa.
- PRESIS CORP: Es la compañía más importante en el ámbito competitivo de productos TCG (Trading Card Games). Ha participado en múltiples eventos de gran envergadura a nivel internacional, como el YCS de Yu-Gi-Oh, entre otros.
- MONEKY PLANET: Esta empresa, originaria de Perú, ingresó al mercado hace poco y está en continua expansión y evolución. Se posiciona como la segunda marca en el segmento de juegos de mesa con una de las comunidades más grandes.
- DRAGONS CAVE: Constituye la marca más nueva en el sector de juegos de mesa y ya participa en eventos de variada naturaleza.
- STARLAND GAMES: Una empresa de juegos de mesa ya establecida en el mercado. Actualmente, es reconocida como una de las marcas con mayor antigüedad en este sector en Ecuador.

Información e investigación de Elaboración propia (2025)

Soluciones actuales a la problemática:

Actividades artísticas y culturales

Escuelas como Innova Schools han integrado actividades como música, danza, teatro, pintura y escritura, promoviendo la creatividad, la expresión personal y la comunicación efectiva entre los estudiantes.

Metodologías activas

Docentes en diversas instituciones han implementado metodologías como el aula invertida, donde los estudiantes participan activamente en su aprendizaje, promoviendo la colaboración y la resolución de problemas en entornos dinámicos.

Clubes tradicionales

Varias instituciones educativas implementan actividades deportivas y artísticas como actividades extracurriculares para ofrecer opciones que mantengan a los jóvenes activos.

Resultados de investigación de campo

Para sacar datos más concisos y tener una aproximación a la vez de una perspectiva más clara de las necesidades de nuestro segmento y sus problemáticas, se realizaron investigaciones con el formato de entrevistas a un total de 6 alumnos de diferentes niveles académicos e instituciones educativas (para más información consultar la sección de anexos A)

Donde se pudo sacar resultados convenientes para la investigación los cuales son los siguientes:

Hobbies y tiempo libre

- Los entrevistados disfrutan de actividades diversas: videojuegos, lectura, deportes, manualidades, gimnasia, música y juegos de mesa/cartas.
- Coinciden en que los hobbies son muy importantes para relajarse, aprender cosas nuevas y salir de la rutina.

Actividades grupales vs individuales

- En grupo prefieren actividades sociales y dinámicas: salir, conversar, jugar cartas, juegos de mesa.
- En solitario disfrutan de actividades tranquilas: leer, ver series, colecionar, escribir o tocar instrumentos.

Gasto en hobbies

- La mayoría invierte dinero en sus pasatiempos (videojuegos, cartas, libros, gimnasio, colecciones, materiales de manualidades).

Valor social de los pasatiempos

- Los hobbies son vistos como espacios de conexión con amigos y familia, que fortalecen lazos y ayudan a conocer nuevas personas con intereses similares.

Percepción de actividades extracurriculares

- Existe una falta de variedad en las instituciones educativas: predominan los deportes tradicionales y se perciben como repetitivos o poco atractivos.
- Los jóvenes están abiertos a nuevas alternativas extracurriculares siempre que sean dinámicas, innovadoras, divertidas y fomenten la interacción social.

Problemáticas sociales identificadas

- En varios casos mencionan rechazo o poca integración entre grupos dentro de sus instituciones.
- También señalan falta de espacios que realmente relajen o aporten experiencias nuevas.

Necesidades detectadas

- Actividades que combinen **diversión, aprendizaje, novedad y socialización**.
- Opciones extracurriculares **más inclusivas y variadas**, que no se limiten solo a deportes tradicionales.

Resultados de Investigación cuantitativa

Para complementar la investigación se realizó aparte una serie de preguntas de encuesta a un total de 30 estudiantes de diferentes niveles académicos (preguntas de la encuesta en la sección de anexos, anexos A), las preguntas de las encuestas estaban enfocadas en la percepción del ambiente educativo de los estudiantes y la innovación que hay presente en las instituciones educativas junto con las dinámicas de aprendizaje, los resultados fueron los siguientes:

Perfil de los encuestados: Mayoría universitarios (53.3%), con representación de escolares y bachilleres.

Habilidades débiles: Interacción social (39.3%) y trabajo en equipo (25%) son las más señaladas.

Intereses en nuevas actividades: Aprender de forma entretenida (50%), divertirse (30%) y accesibilidad económica (20%).

Problemáticas educativas: Falta de actividades extracurriculares innovadoras (34.5%) y desinterés/motivación escolar (34.5%).

Percepción sobre innovación educativa: 90% considera que la falta de innovación afecta su interés y desempeño.

Necesidad de innovación: Más del 96% cree que las instituciones deben implementar actividades didácticas e innovadoras.

Apertura a nuevas actividades: 93% estaría dispuesto a probar nuevas actividades extracurriculares, especialmente si son atractivas y dinámicas.

INNOVACION DEL PROYECTO

La innovación y aspecto diferenciador que destaca de nuestro negocio en comparación con otros competidores dentro de nuestro mercado radica en aprovechar el mercado de los estudiantes y actividades extracurriculares innovadoras todo esto gracias a los juegos de mesa y la creación de clubes dentro de las instituciones educativas, esto con el fin de ofrecer una experiencia nueva y diferente para los jóvenes estudiantes y que puedan aprovechar nuevas actividades didácticas fuera de las opciones más tradicionales.

Buyer Persona



Ilustración 1 Buyer persona

Para la creación de un buyer persona claro y concisos de nuestro segmento de clientes (estudiantes de grado de instituciones educativas privadas 172.230) seleccionados tener una aproximación a la vez de una perspectiva más clara de las necesidades de nuestro segmento y sus

problemáticas, se realizaron investigaciones con el formato de entrevistas a un total de 5 alumnos anónimos de diferentes niveles académicos e instituciones educativas (para más información consultar la sección de anexos) los cuales aportaron datos relevantes con respecto a gustos personales, aficiones, situación escolar, dificultades en el ambiente escolar, formas de relajación y punto de vista sobre su ambiente educacional.

Mapa de Empatía

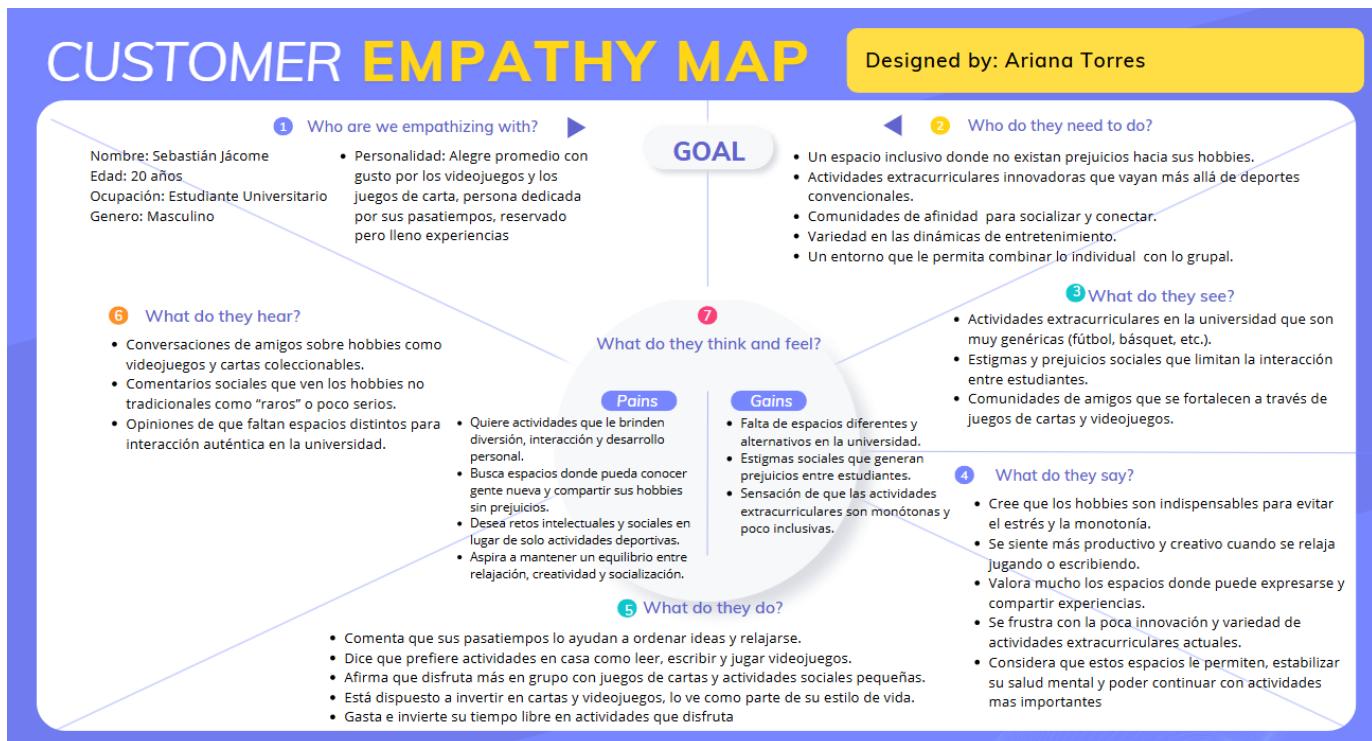


Ilustración 2 Mapa de Empatía

En base a la investigación de campo realizada a una serie de estudiantes de distintas instituciones educativas, los cuales forman parte de nuestro segmento (jóvenes estudiantes bachilleres y estudiantes de grado de instituciones educativas privadas en el sector de Quito) pudimos identificar las necesidades y problemáticas que presenta nuestro segmento, el cual en una serie de entrevistas (para más información de las entrevistas completas revisar la sección de anexos) explicaron que la falta de espacios de interacción y la monotonía que presentan las instituciones educativas en sus opciones de actividades extracurriculares evita que exista un interés hacia estas aparte de complicaciones varias que pueden presentar para estos alumnos estar en actividades que no son de su agrado junto con la dificultad de integración que existe por parte de miembros de estas actividades extracurriculares.

Identificación de la Problemática

5 POR QUE DEL PROBLEMA

Segmento seleccionado: Instituciones educativas (Privadas) del Sector de Quito (875 actuales). Jóvenes estudiantes de edad entre 6 a 17 años (172.230 estudiantes)

Datos Abiertos del Ministerio de Educación del Ecuador

La relevancia identificada de este problema radica en la falta de métodos educativos innovadores que hay en las Instituciones educativas de Ecuador, en este caso de nuestro segmento de Instituciones del sector privado, actualmente en Ecuador según una investigación realizada por La Hora. (2025, 25 de julio). Ecuador se ubica entre los peores países en libertad educativa, debido a que las escuelas privadas deben aplicar al menos el 80 % del currículo oficial, dejando solo un 20 % de flexibilidad institucional para innovación educativa o metodología alternativa lo cual implica que la innovación en nuevos métodos educativos que realmente innoven o implementen métodos alternativos.

Al atender esta necesidad se mejora motivación, desempeño académico y habilidades sociales y cognitivas, ofreciendo alternativas educativas más atractivas y efectivas.

5 Por ques de la problemática seleccionada

1. ¿Por qué los niños presentan depresión infantil en contextos escolares?

Porque existen altos niveles de estrés, ansiedad y presión académica, junto con una falta de espacios de socialización y expresión emocional.

2. ¿Por qué hay falta de espacios de socialización y expresión emocional?

Porque el sistema educativo tradicional se enfoca principalmente en el rendimiento académico, dejando de lado el desarrollo socioemocional y las actividades lúdicas o colaborativas.

3. ¿Por qué el sistema educativo prioriza el rendimiento académico?

Porque los colegios miden el éxito a través de calificaciones y resultados estandarizados, sin incluir programas que integren el bienestar emocional o psicológico de los estudiantes.

4. ¿Por qué no se implementan suficientes programas de bienestar emocional?

Porque hay escasez de formación en salud mental para docentes y poca inversión en metodologías innovadoras que integren el juego, la creatividad y la convivencia dentro del aula.

5. ¿Por qué existe poca inversión y formación en salud mental escolar?

Porque las políticas educativas y presupuestos públicos priorizan infraestructura y currículos académicos, más que el bienestar socioemocional de los estudiantes.

Problemas identificados

- **Acceso desigual a la educación y recursos**

Se ha visto actualmente que muchos estudiantes no cuentan con materiales didácticos, conectividad a internet o espacios adecuados de estudio, lo que afecta su rendimiento.

- **Falta de opciones didácticas y actividades extracurriculares**

Se ha visto que una gran parte de las escuelas priorizan deportes o refuerzo académico, dejando poco espacio a actividades culturales, artísticas o lúdicas.

- **Problemas de motivación y desinterés escolar**

Existen algunos jóvenes que sienten que los contenidos y materiales académicos son aburridos o poco interesantes, lo que da como resultado un bajo compromiso con el aprendizaje.

- **Presión social y falta de integración**

Quienes no disfrutan de actividades tradicionales como los deportes pueden sentirse excluidos, limitando sus oportunidades de socialización y pertenencia.

- **Estrés y salud mental**

Debido a la sobrecarga de trabajos, deberes y actividades de las cuales deben estar constantemente pendientes

Selección del Problema con Mayor Oportunidad de Negocio

Problemática principal del segmento identificada

Falta de opciones de didácticas y actividades extracurriculares

5 porques de la problemática

1. Es una problemática que no ha tenido una gran variedad de soluciones alternativas o innovadoras en tiempos recientes
2. Esta problemática afecta a varios jóvenes en el Ecuador y abarca una gran cantidad de perfiles de estudiantes
3. Afecta a la salud mental de varios estudiantes en las instituciones educativas privadas al no tener opciones alternativas a las ya establecidas

4. Existe una falta de interés en los jóvenes a las actuales actividades y opciones ofrecidas por las instituciones educativas
5. Los jóvenes enfocan demasiado de su tiempo en entornos digitales dentro y fuera de las instituciones educativas generando problemas de comunicación e interacción social

Propuesta Inicial Innovación e Impacto Social BOSQUEJO

10 ideas para la problemática

1. Plataforma de Apoyo Psicológico Juvenil

- **Idea:** App confidencial con recursos, chats guiados por profesionales y talleres en línea sobre salud mental.
- **Impacto social:** Previene ansiedad, bullying y problemas emocionales en estudiantes.

2. Foro Escolar Comunitario

- **Idea:** Programar ciclos de cine educativo en colegios con debates guiados sobre valores, ciencia o cultura local.
- **Impacto social:** Promueve pensamiento crítico y fortalece la identidad cultural.

3. Programa “Recreo Digital responsable”

- **Idea:** Espacios en los recreos donde se enseña a usar redes sociales, edición de videos o robótica de manera positiva.
- **Impacto social:** Reduce adicción digital y convierte la tecnología en una herramienta de aprendizaje.

4. Rutas Escolares de Lectura al Aire Libre

- **Idea:** Instalar puntos de lectura en parques o espacios comunitarios cercanos a las escuelas, con dinámicas guiadas.
- **Impacto social:** Estimula el hábito lector y la apropiación del espacio público.

5. Torneos de Innovación Social Juvenil

- **Idea:** Competencias donde estudiantes proponen soluciones creativas a problemas locales (reciclaje, seguridad, transporte).
- **Impacto social:** Forma líderes jóvenes y conecta escuela con comunidad.

6. Club de Finanzas Divertidas para Niños y Jóvenes

- **Idea:** Talleres prácticos con dinámicas y simulaciones sobre ahorro, inversión y emprendimiento.
- **Impacto social:** Prepara a los estudiantes para la vida financiera real desde pequeños.

7. Aplicación “Mi Voz Escolar”

- **Idea:** App segura donde estudiantes dan retroalimentación sobre su experiencia escolar, propuestas y problemáticas.
- **Impacto social:** Empodera a los jóvenes y facilita a colegios detectar necesidades reales.

8. Club de Juegos de mesa

- **Idea:** Clubes de juegos de mesa de diferentes géneros y dinámicas dentro de las instituciones educativas
- **Impacto social:** Desarrollo de habilidades sociales, estratégicas y cognitivas a la par de ofrecer un ambiente interactivo y agradable para todos los participantes y miembros del club

9. Juego de Mesa Comunitario “Mi Barrio”

- **Idea:** Un juego personalizable que cada escuela adapta a su contexto (historia local, cultura, problemas sociales).
- **Impacto social:** Refuerza identidad cultural y conciencia comunitaria.

11. Biblioteca de Experiencias Virtuales (VR/AR)

- **Idea:** Espacios escolares con gafas de realidad virtual para explorar museos, laboratorios o viajes históricos sin salir del aula.
- **Impacto social:** Democratiza el acceso a experiencias educativas y culturales que muchos no pueden costear en la vida real.

Idea de Negocio

La idea de negocio que se seleccionó es los clubes de juegos de mesa en Instituciones educativas debido a que se puede ofrecer una amplia gama de beneficios a través de los productos de juegos de mesa y obtener interés en estos productos por parte de los clientes.

De esta idea surge Roll and Play la cual es la empresa con la cual se quiere ofrecer los juegos de mesa en las Instituciones educativas con el fin de poder ofrecer beneficios tanto a los estudiantes como a las Instituciones dentro de nuestro mercado.

Propuesta de Valor

Se ofrece vender juegos de mesa a nuestros segmentos de clientes con el fin de ofrecer la creación de clubes de juegos de mesa en instituciones educativas, con estos productos los cuales son los juegos de mesa el objetivo radica en que combinan aprendizaje, diversión, desarrollo personal y psicológico para nuestros clientes dentro de nuestro segmento.

Modelo de Negocio

El modelo de ingresos de Roll and Play se basa en tres fuentes principales:

1. Venta de paquetes educativos a Instituciones educativas

Incluyen juegos de mesa seleccionados, guías pedagógicas y capacitación para docentes.

2. Venta de productos en local físico y vía página web oficial de la empresa

Ingresos de venta de los productos disponibles en la tienda para cualquier consumidor y estudiante interesado.

3. Eventos y torneos recreativos

Cobro de entradas, inscripciones o patrocinios en torneos intercolegiales, eventos en el establecimiento de Roll and Play y actividades abiertas al público.

Propuesta de Valor Específica

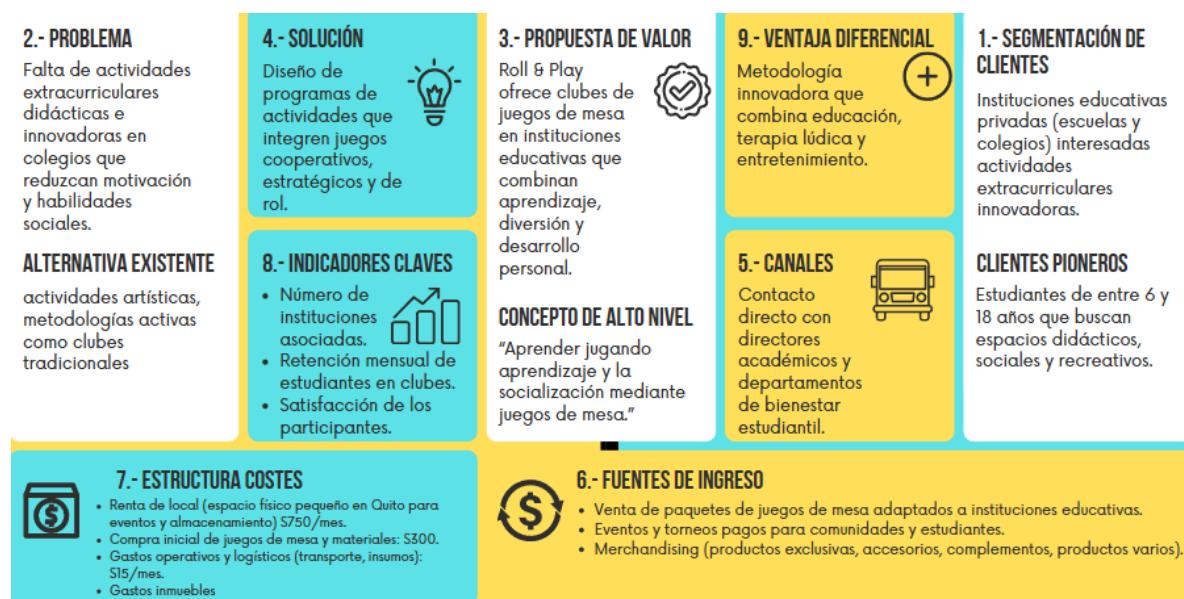


Ilustración 3 Propuesta de Valor

Se realizo un lean Canvas con el propósito de resumir y concretar de manera más clara los puntos ya resueltos del proyecto

Segmentación de mercado: Se analizo cual es el mercado principal que se está trabajando para el proyecto y cuáles serían los clientes pioneros de nuestro proyecto, en este caso las Instituciones educativas privadas de los sectores del Norte y del Valle, nuestros clientes pioneros serian estas instituciones educativas y los alumnos que se interesaron en formar parte del proyectó siendo estos una parte importante de nuestro segmento principal

Problema: En esta sección del lean Canvas se volvió a revisar cual es el problema principal identificado que se desea revolver, en este caso sería la “Falta de Actividades extracurriculares didácticas e innovadoras en Instituciones Educativas, las cuales aumenten la motivación y e desarrollo de habilidades en jóvenes estudiantes. Se reviso también cuales son las alternativas actuales existentes que ya se analizaron en el estado del arte, estas alternativas existentes serían los clubes extracurriculares tradicionales que las Instituciones ya ofrecen a los estudiantes

Propuesta de valor: La propuesta de valor de roll and play seria ofrecer métodos nuevos y didácticos a las instituciones educativas, métodos los cuales no se han implementado actualmente en este concepto en las escuelas y colegios del ecuador. El concepto de alto nivel de roll and play gira alrededor de ofrecer estos juegos de mesa como una experiencia educativa y entretenida que las Instituciones educativas puedan aplicar a su oferta estudiantil.

Solución: La solución que ofrece el proyecto de Roll And Play a estas Instituciones y sus alumnos es la creación de clubes de juegos de mesa dentro de estas instituciones como una nueva actividad extracurricular que ofrecer una metodología educativa más innovadora usando los juegos de mesa como una forma entretenida a la par de educativa la cual ofrezca desarrollo de una gamma de habilidades blandas, sociales y psicocognitivas en los estudiantes en su entorno estudiantil

Canales: Los canales que se van a aplicar para la venta y promoción de Roll and Play en el mercado serán los siguiente:

1. Venta directa B2B
2. Venta a departamentos de bienestar estudiantil

3. Venta en local físico
4. Página web de la marca para compras digitales



Ilustración 4 Canal, Pagina Web de la Marca

Fuente de ingreso: Nuestra primera fuente de ingreso proviene de la inversión de nuestros socios un total de \$5.000 provenientes de aportación de los socios, como podemos ver en el cuadro #5, la fuente principal de ingresos será la comercialización y venta de nuestros productos y servicios, en este caso la venta de los juegos de mesa junto con accesorios, complementos, y la prestación de servicios como lo son la organización, promoción y desarrollo de nuestros torneos y eventos para nuestros clientes.

PRODUCTO	Unidad de Medida	Cantidad	COSTO UNITARIO	% UTILIDAD (Bruta)	PVP UNITARIO	Cantidades Vendidas	Valor Base 15%
CAJAS DE CARTAS TSG				80%			
DIGIMON	CAJAS	1	110.00	88.00	198.00	4	792.00
POKEMON	CAJAS	1	55.00	44.00	99.00	4	396.00
YUGIOH	CAJAS	1	75.00	60.00	135.00	5	675.00
MAGIC THE GATHERING	CAJAS	1	210.00	168.00	378.00	5	1,890.00
JUEGOS DE MESA							
JENGA	UNIDADES	1	16.00	12.80	28.80	4	115.20
GATOS EXPLOSIVOS	UNIDADES	1	26.00	20.80	46.80	5	234.00
JUNTA PALABRAS	UNIDADES	1	18.00	14.40	32.40	4	129.60
CARCASSONE BASE	UNIDADES	1	35.00	28.00	63.00	4	252.00
TACO GATO CABRA QUESO	UNIDADES	1	15.98	12.78	28.76	4	115.06
CARCASSONE JUNIOR	UNIDADES	1	36.00	28.80	64.80	4	259.20
VIRUS	UNIDADES	1	11.00	8.80	19.80	4	79.20
ESTRATEGICO	UNIDADES	1	27.00	21.60	48.60	6	291.60
ACCESORIOS	UNIDADES	1	7.15	5.72	12.88	6	77.25
PROTECTORES	UNIDADES	1	4.00	3.20	7.20	10	72.00
INSCRIPCIONES A EVENTOS		40	7.00		7.00	40	280.00
							5,658.11

Tabla 1 Fuentes de Ingreso

Como podemos observar en el cuadro número 7, hemos considerado una proyección del 15% anual de crecimiento de nuestros ingresos por la venta de los productos y servicios, de la marca Roll and Play (Juegos de mesa, torneos, eventos y productos TCGS) en los primeros 4 años, dado que los productos y servicios que se ofertan tienen una acogida y por ende una buena demanda lo que nos asegura

buenas ventas, así también nuestro crecimiento estará apalancado con nuestro posicionamiento dentro de nuestro mercado. Para poder llegar al punto de equilibrio el cual es \$3.267,84 en total de los costos iniciales que se tienen para el negocio.

Juegos de mesa por unidad vendidos

PRODUCTO	Unidad de Medida	Cantidades Vendidas	Valor Base 15%
CAJAS DE CARTAS TSG			
DIGIMON	CAJAS	4	792.00
POKEMON	CAJAS	4	396.00
YUGIOH	CAJAS	5	675.00
MAGIC THE GATHERING	CAJAS	5	1,890.00
JUEGOS DE MESA			
JENGA	UNIDADES	4	115.20
GATOS EXPLOSIVOS	UNIDADES	5	234.00
JUNTA PALABRAS	UNIDADES	4	129.60
CARCASSONE BASE	UNIDADES	4	252.00
TACO GATO CABRA QUESO	UNIDADES	4	115.06
CARCASSONE JUNIOR	UNIDADES	4	259.20
VIRUS	UNIDADES	4	79.20
ESTRATEGICO	UNIDADES	6	291.60
ACCESORIOS	UNIDADES	6	77.25
PROTECTORES	UNIDADES	10	72.00
INSCRIPCIONES A EVENTOS		40	280.00
			5,658.11

Tabla 2 Juegos de mesa por unidad

Punto de Equilibrio

Valor de venta total = \$5.658,11 en total de productos de juegos de mesa vendidos a las Instituciones cubriendo el punto de equilibrio de \$3.267,84 de costos totales, los costos y gastos son cubiertos por el total de las ventas necesarias de los productos y servicios
Cabe recalcar que estos costos son considerados fijos, puesto que los pagaremos mes a mes, independientemente del comportamiento de nuestros ingresos.

Indicadores clave: Para los indicadores clave es necesario tomar en cuenta todos los datos y factores que nos permiten entender el rendimiento e impacto que el proyecto de Roll and Play está teniendo con nuestros consumidores, este se logra con los siguientes indicadores que cubren varios aspectos de la venta y el público que abarca de nuestro segmento de cliente.

- Tasa de retorno de inversión: Trimestral y anual
- Margen de Utilidad neta: Semestral
- Número de instituciones asociadas: Trimestral
- Ingreso por venta de paquetes educativos: Mensual
- Ingreso por actividades presenciales (eventos, torneos y cursos): Mensual
- Nivel de satisfacción de clientes: Semestral

Ventaja diferencial: Roll and Play se diferencia de otras empresas de juegos de mesa en el aspecto de integrar estos clubes de juegos de mesa con una función de desarrollo social y apoyo a los métodos estudiantiles actuales cosa que de momento no se ha visto que las empresas competidoras hayan aplicado como método de negocio, aparte de añadir un aspecto plus al servicio como es un apoyo y análisis psicológico por parte de una profesional dentro de este ámbito para resaltar los beneficios psicológicos y sociales que los productos pueden ofrecer a nuestros clientes.

Prototipaje 1.0



Ilustración 5 Prototipaje Roll and Play página web

Se realizo una página web para la venta y contacto de la marca con los consumidores, en la página web ofrece los productos disponibles, se muestra el concepto de los clubes de mesa,

- Para el primer prototipo se realizará un taller demostrativo en 4 Instituciones educativas con un grupo piloto
- Para el segundo prototipo se realizará un taller demostrativo con un enfoque psicológico y social en los estudiantes, se tendrá en cuenta las 4 mismas Instituciones.

Link de la página web de Roll and Play: <https://temperate-deer-rp8cp6.mystrikingly.com>

Prueba piloto de Roll & Play.

1. Se seleccionará unas 3 institución educativa dentro del segmento junto grupo de estudiantes de cursos desde 6to de básica hasta primero de Bachillerato dado que así se tiene una muestra diversa por parte de un grupo mayor de perfiles de estudiantes para realizar la prueba en este caso realizando un grupo de enfoque debido a que es la herramienta más optima para la

recolección de información de los estudiantes porque permite profundizar en sus percepciones, emociones y experiencias de una manera más natural, dinámica y participativa que otros métodos cuantitativos. En base a una investigación que realizo por parte de Gilflores, J., & Granado Alonso, C. (1995), en el cual se nos presenta que el Focus Group posee es la forma de recolección de información de las mas cercanas y directas que podemos tener con nuestros consumidores, lo cual es muy conveniente para nuestro proyecto y se adapta al segmento que queremos analizar.

2. Se escogerán tres juegos de mesa educativos, cooperativos y sociales, que promuevan la estrategia, la comunicación y el trabajo en equipo aparte de tener un enfoque psicológico.
3. Se recogerá retroalimentación de los estudiantes y del docente para medir el impacto cognitivo, social y emocional.
4. Con base en los resultados, se ajustará la experiencia para mejorar su efectividad y aplicabilidad en futuras sesiones.

Resultados

Análisis de los resultados de los Focus Group

Para validar la propuesta educativa y recreativa de Roll and Play, se realizaron 19 Focus Group con estudiantes de 6º de básica a 1º de bachillerato en tres instituciones educativas de Quito: Colegio de Liga, Johanes Kepler y Ortega Gasset. En total, participaron aproximadamente 145 estudiantes, quienes interactuaron con cuatro juegos de mesa seleccionados: Taco Gato Cabra Queso Pizza, Virus, Junta Palabras y Pokémon TCG. Investigación completa del Focus group en Anexos C

1. Interés y participación estudiantil
 - Los resultados evidenciaron un alto nivel de interés y motivación por parte de los estudiantes. La mayoría expresó entusiasmo durante las sesiones y manifestó su deseo de participar en futuras actividades de este tipo.
 - Aproximadamente el 90 % de los participantes afirmó que los juegos de mesa les resultaron más atractivos que las actividades escolares tradicionales, destacando su componente dinámico, competitivo y colaborativo.
2. Desarrollo de habilidades cognitivas y sociales

Las observaciones y fichas aplicadas reflejaron que los estudiantes mejoraron su atención, memoria, toma de decisiones y habilidades estratégicas durante las sesiones de juego. Asimismo, se observó un aumento en la interacción social y el trabajo en equipo, especialmente entre estudiantes que usualmente mostraban baja participación en clase.

Estas observaciones coinciden con lo señalado por Garrido-Sánchez y Crisol-Moya (2023), quienes sostienen que los juegos de mesa fortalecen las habilidades cognitivas y sociales al fomentar la cooperación y la resolución de problemas de forma lúdica.

3. Aspecto emocional y psicológico

- Un hallazgo relevante fue el impacto positivo en el bienestar emocional de los participantes. Los estudiantes reportaron sentirse más relajados y motivados, reduciendo niveles de estrés y ansiedad escolar.
- Los docentes participantes también identificaron una mejora en el clima grupal y un aumento en la autoestima y confianza de los alumnos más introvertidos, lo cual respalda la dimensión psicológica del modelo de Roll and Play.

Los Focus Group permitieron validar empíricamente la propuesta de Roll and Play, demostrando que el modelo:

- Es aceptado y valorado por estudiantes y docentes.
- Desarrolla habilidades cognitivas, sociales y emocionales.
- Contribuye al bienestar escolar y al fortalecimiento de la convivencia.
- Tiene potencial de implementación real en instituciones educativas.

En consecuencia, los resultados indican que el proyecto responde a una necesidad educativa y emocional real dentro del contexto escolar ecuatoriano.

Análisis del Macroentorno – PESTEL

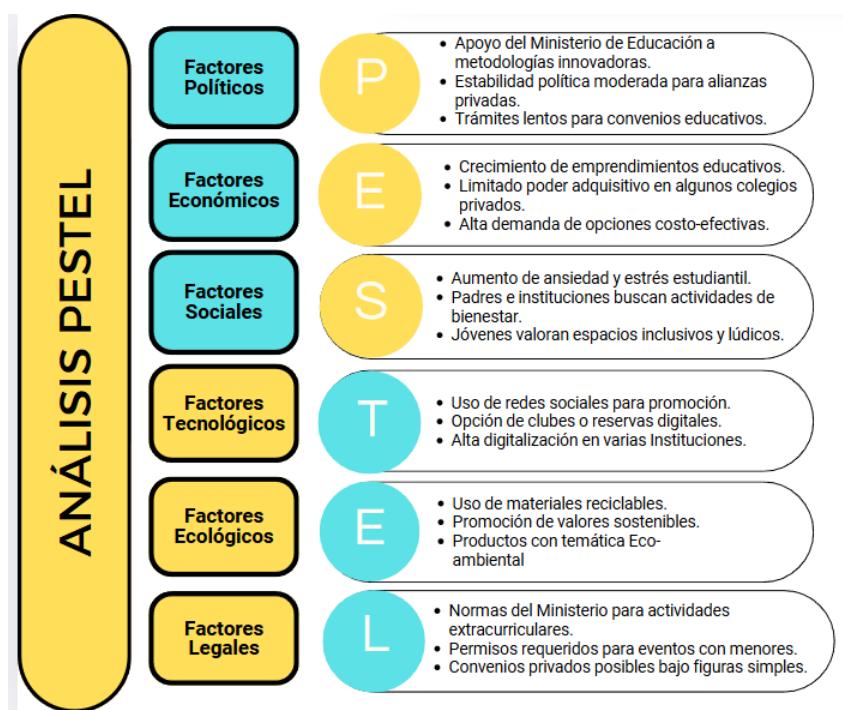


Ilustración 6 Análisis pestel

El propósito del análisis PESTEL que realizamos es identificar los factores externos (políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales) que influyen directa o indirectamente en el desarrollo y éxito del proyecto Roll & Play. Se tomaron en cuenta todos los aspectos realistas que son relevantes para el Pestel de nuestra empresa Roll and Play, los factores son:

Factores Políticos

En el ámbito político, el Ministerio de Educación del Ecuador ha mostrado un apoyo progresivo hacia las metodologías innovadoras dentro del sistema educativo, lo cual beneficia a proyectos como Roll and Play. Un ejemplo claro es el respaldo otorgado a los estudiantes de la Unidad Educativa Réplica Montúfar, quienes desarrollaron programas informáticos y aplicaciones web dentro de un programa de innovación pedagógica (Ministerio de Educación del Ecuador, 2023). No obstante, se identifican desafíos relacionados con la lentitud de los trámites burocráticos para establecer convenios institucionales, aunque la estabilidad política moderada permite generar alianzas entre instituciones educativas y actores privados del sector.

Factores Económicos

En el contexto económico, se observa un crecimiento sostenido de los emprendimientos educativos y recreativos en Quito, lo que abre oportunidades para Roll and Play. Este entorno ha impulsado la inversión en actividades extracurriculares innovadoras, especialmente en colegios privados con mayor poder adquisitivo ([Banco Central del Ecuador, 2025](#)).

Asimismo, la búsqueda de alternativas costo-efectivas tras la pandemia favorece la adopción de propuestas accesibles que combinan aprendizaje y entretenimiento, posicionando al proyecto dentro de un nicho de mercado en expansión.

Factores Sociales

Desde una perspectiva social, los niveles de ansiedad y estrés escolar han incrementado en los últimos años, lo cual ha generado la necesidad de espacios que promuevan la socialización y el bienestar emocional. Tanto padres como instituciones educativas buscan actividades que fortalezcan la convivencia, la empatía y la participación activa ([Editorial Sentir, 2023](#)).

En este contexto, los jóvenes valoran experiencias inclusivas, dinámicas y lúdicas, lo que respalda el enfoque educativo y social de Roll and Play.

Factores Tecnológicos

El uso de redes sociales como TikTok e Instagram representa una herramienta clave para la difusión y promoción digital del proyecto, permitiendo crear comunidades en línea y gestionar clubes o reservas virtuales. Sin embargo, el exceso de exposición tecnológica entre los estudiantes puede ser contraproducente. Según Editorial Sentir (2023), “el problema radica en la falta de criterio con la que los adultos han abordado la educación de los niños en esta materia”, lo cual resalta la importancia de equilibrar el juego analógico con el entorno digital.

Factores Ecológicos

Roll and Play promueve el uso responsable de materiales reciclables en la fabricación de juegos y mobiliario, fomentando una producción sostenible. Además, el proyecto busca inculcar valores ecológicos y de responsabilidad ambiental a través de juegos de mesa con temáticas eco educativas, contribuyendo a la conciencia ambiental de los estudiantes (Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, 2024).

Factores Legales

Legalmente, el proyecto debe cumplir con las regulaciones del Ministerio de Educación del Ecuador en torno a la implementación de actividades extracurriculares y el trabajo con menores de edad, asegurando el cumplimiento de objetivos pedagógicos y normas de protección infantil (Ministerio de Educación del Ecuador, 2025).

Asimismo, Roll and Play puede constituirse como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), figura legal que permite formalizar convenios con instituciones educativas y cumplir las normativas locales de funcionamiento y contratación empresarial.

LAS CINCO FUERZAS DE PORTER



5. Amenaza de productos sustitutos

- Alta: videojuegos, redes sociales y deportes compiten por atención.
- Los juegos de mesa ofrecen socialización y aprendizaje tangible, difícil de sustituir totalmente.



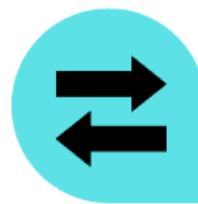
4. Poder de negociación de los clientes

- Instituciones educativas buscan precios accesibles y beneficios pedagógicos.
- Los clubes deben demostrar impacto real en los estudiantes.



3. Poder de negociación de los proveedores

- Proveedores locales e internacionales de juegos (Amazon, distribuidores nacionales).
- Existen varias opciones, pero los costos de importación pueden influir.



2. Amenaza de nuevos competidores

- Se requiere experiencia en juegos de mesa y contactos con colegios.
- Diferenciación por enfoque educativo y terapéutico reduce el riesgo.



1. Competencia entre rivales existentes

- Poca oferta enfocada en el ámbito educativo
- La fidelización dependerá de la innovación y valor educativo ofrecido.

Ilustración 7 Fuerzas de Porter

Fuente; Investigación propia realizada

El análisis de las 5 Fuerzas de Porter se realizó con el objetivo de evaluar el entorno competitivo en el que se desarrollará Roll & Play y comprender los factores que pueden afectar el éxito en el mercado educativo y recreativo de Quito por parte de la marca Roll and play, también se tomaron en cuenta todos los aspectos relacionados a servicios y segmento secundario que la empresa puede ofrecer.

1. Rivalidad entre competidores existentes

Esta fuerza analiza la competencia actual en el mercado que tiene Roll and Play.

En el caso de Roll & Play, la rivalidad es moderada, ya que existen otros negocios recreativos o educativos (como tiempo de juegos y otras empresas similares), pero pocos se enfocan específicamente en ofrecer juegos de mesa como herramientas para sistemas educativos y de desarrollo social. Esto brinda espacio para diferenciarse con un enfoque innovador y pedagógico que sea palpable para nuestros clientes como son las Instituciones educativas. Bruijl, G. H. Th. (2018).

The Relevance of Porter's Five Forces in Today's

2. Amenaza de nuevos competidores.

La amenaza es media, porque abrir un espacio similar no requiere una gran inversión inicial, pero sí experiencia educativa, alianzas con instituciones y una propuesta diferenciada. Roll & Play

puede reducir este riesgo mediante convenios con colegios y comunidades de jugadores para fortalecer su posición. Bruijl, G. H. Th. (2018). The Relevance of Porter's Five Forces in Today's

3. Poder de negociación de los clientes

Este poder es alto, ya que las instituciones buscan opciones económicas, accesibles y de valor educativo comprobado. Por eso, Roll & Play debe mantener precios competitivos, ofrecer beneficios grupales y demostrar impacto positivo en el aprendizaje. Información proveída por: Amazon.com. (s. f.). Build your business with Amazon.

4. Poder de negociación de los proveedores

En este caso, el poder es medio-bajo, porque existen diversas marcas y distribuidores de juegos y materiales en Ecuador o por importación. Aun así, conviene establecer relaciones estables con proveedores locales para asegurar buenos precios y disponibilidad. Información proveída por: Ministerio de Educación, Deporte y Cultura. (2024, junio 24).

5. Amenaza de productos sustitutos

La amenaza es alta, ya que los estudiantes pueden optar por entretenimiento digital (videojuegos, redes sociales, apps) o actividades extracurriculares tradicionales. Por eso, Roll & Play debe diferenciarse resaltando la interacción presencial, el aprendizaje cooperativo y el bienestar emocional que ofrecen los juegos de mesa. Información proveída por: Gimeno Duaso, R. (2024, 16 de enero).

Matriz FODA CRUZADO

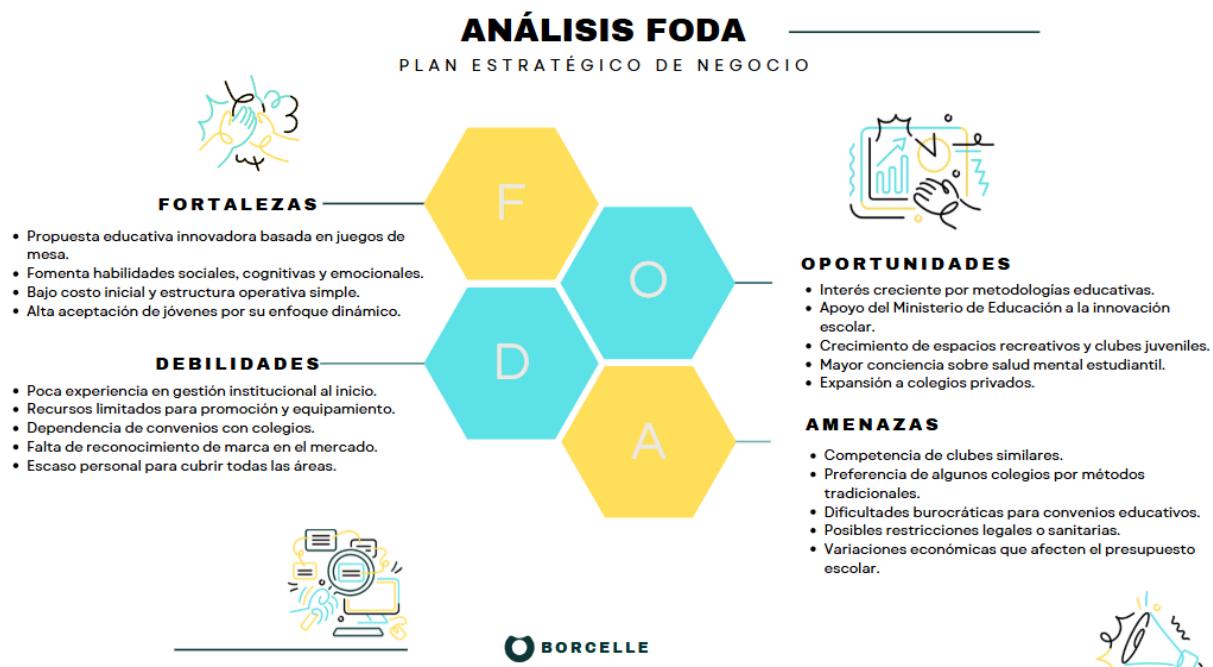


Ilustración 8 Foda base

En el análisis de PESTEL realizado se revisó los factores externos (políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales) que pueden afectar o beneficiar el desarrollo del proyecto Roll & Play, permitiendo tomar decisiones estratégicas y adaptar el modelo de negocio al contexto real de Quito y del sector educativo.

Fortalezas

En el caso de las fortalezas se revisó cuáles son los aspectos más destacables que la empresa Roll and Play tiene con respecto a sus competidores en el mercado los cuales son los siguientes:

- La propuesta educativa innovadora basada en juegos de mesa que ofrece Roll and Play centrada en la educación.
- Roll and Play fomentara un enfoque en desarrollo de habilidades sociales a través de los juegos mesa como herramienta para este propósito aparte del desarrollo cognitivo y emocional que pueda.
- Roll and Play ofrecerá un bajo costo inicial junto con una estructura simple en su ejecución que facilitará la entrada de la empresa al mercado
- Roll and Play y su concepto tiene una alta aceptación por parte de los jóvenes y las instituciones educativas gracias a su concepto nuevo innovador.

Debilidades

Revisando potenciales debilidades que la marca de Roll and Play tiene en el mercado, se tomó en cuenta las dificultades de inicio y de entrada al mercado que puede tener la marca junto con otras dificultades notables que tendrá la empresa las cuales son:

- La empresa al recién estar entrando al mercado, se tiene un poco experiencia en gestión Instruccional
- La inversión inicial y recurso requeridos al inicio del emprendimiento son limitados junto con los equipos requeridos (Muebles y equipos electrónicos básicos para el negocio)
- El negocio de Roll and Play como parte de su mercado principal son las Instituciones educativas y la dependencia de los convenios puede presentar dificultades
- Falta clara de reconocimiento en el mercado por parte del público hacia la marca al ser una marca reciente.
- Poco personal para cubrir todas las actividades iniciales y eventos

Oportunidades

Analizando la situación del mercado y la competencia actual que tiene la empresa de Roll and Play, se identificó una serie de oportunidades que la marca puede aprovechar ya sea para aspectos de crecimiento, desarrollo y venta dentro de nuestro segmento de clientes y modelo de negocio, las oportunidades encontradas son las siguientes:

Interés creciente por metodologías educativas, tanto por parte de los estudiantes de las Instituciones como de las instituciones educativas, directores y los profesores.

- Apoyo del Ministerio de Educación a la innovación escolar
- Crecimiento de espacios recreativos y clubes juveniles, gracias al creciente interés de los alumnos y los profesores por estas metodologías innovadoras.
- Mayor crecimiento hacia la conciencia sobre la salud mental de los estudiantes, se puede aprovechar dado el enfoque psicológico y social que Roll and Play plantea para los juegos de mesa como herramientas para este propósito
- Expansión a colegios privados aprovechando la nula presencia de los competidores con respecto a estos segmentos estudiantiles

Amenazas

Después de una revisión de todos los factores iniciales que influirán directamente en el rendimiento y desarrollo de nuestro negocio Roll and Play se tomaron varios puntos que se consideran que son las amenazas más palpables y que pueden afectar ya sea desde la introducción a nuestro mercado y segmento como el desarrollo que nuestro negocio pueda llegar a tener y esas amenazas serían:

- Competencia de clubes similares como son clubes de ajedrez tradicional en las Instituciones educativas como parte de su catálogo de actividades extracurriculares.
- Preferencia que actualmente las Instituciones educativas tienen con respecto a sus métodos tradicionales como deportes y las actividades extracurriculares más comunes.
- Las dificultades burocráticas que se nos puede presentar a nuestra marca Roll and Play con respecto a los convenios que queramos realizar con las instituciones educativas.
- Las posibles restricciones legales que se presenten pueden llegar a limitar bastante la venta de diversos productos dependiendo de las normativas que haya actualmente.
- Las variaciones económicas que algunas Instituciones presenten con respecto a temas presupuestarios afectan a la capacidad de venta del negocio de nuestra marca Roll and Play

FODA CRUZADO

	1-(F) Fortalezas <ul style="list-style-type: none"> Propuesta educativa innovadora basada en juegos de mesa. Fomenta habilidades sociales, cognitivas y emocionales. 	3-(D) Debilidades <ul style="list-style-type: none"> Poca experiencia en gestión institucional al inicio. Recursos limitados para promoción y equipamiento.
2-(O) Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> Interés creciente por metodologías educativas. Crecimiento de espacios recreativos y clubes juveniles. Mayor conciencia sobre salud mental estudiantil. 	Estrategias FO <ul style="list-style-type: none"> Aprovechar el apoyo del Ministerio de Educación usando la metodología innovadora para ingresar a más instituciones. 	Estrategias DO <ul style="list-style-type: none"> Mejorar la promoción mediante ferias y redes sociales.
4-(A) Amenazas <ul style="list-style-type: none"> Competencia de clubes similares. Preferencia de algunos colegios por métodos tradicionales. 	Estrategias FA <ul style="list-style-type: none"> Usar la flexibilidad del modelo para adaptarse ante cambios legales. Resaltar el valor presencial y humano frente a la competencia digital. 	Estrategias DA <ul style="list-style-type: none"> Fortalecer la legalidad del proyecto mediante asesoría Jurídica . Diversificar el público objetivo para reducir dependencia de colegios privados.

Ilustración 9 Foda Cruzado

FO (Fortalezas + Oportunidades)

- Aprovechar el apoyo del Ministerio de Educación usando la metodología innovadora para ingresar a más instituciones.
- Crear talleres y eventos educativos potenciando el enfoque socioemocional.
- Fortalecer alianzas institucionales con colegios que buscan aprendizaje experiencial.

DO (Debilidades + Oportunidades)

- Superar la falta de local propio usando espacios educativos aliados.
- Mejorar la promoción mediante ferias y redes sociales.
- Capacitar al equipo en gestión de convenios educativos.

FA (Fortalezas + Amenazas)

- Usar la flexibilidad del modelo para adaptarse ante cambios legales (A2).
- Resaltar el valor presencial y humano (F3) frente a la competencia digital (A1).
- Gestionar convenios claros y seguros (F5) para evitar trabas burocráticas (A3).

DA (Debilidades + Amenazas)

- Mitigar la falta de recursos (D1) buscando patrocinadores para eventos (A5).
- Fortalecer la legalidad del proyecto (A2) mediante asesoría jurídica (D2).
- Diversificar el público objetivo (D3) para reducir dependencia de colegios privados (A3).

Validación de Viabilidad – Deseabilidad

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio mensual es \$3.267 esto nos permite cubrir con la cuota de la compra de los productos y los gastos administrativos iniciales que tiene la empresa Roll and Play en el inicio de arranque del negocio. Pudiendo lograr este punto de equilibrio inicial la empresa se mantiene. Las ventas de productos que se deben tener para llegar al punto de equilibrio serían aproximadamente

Viabilidad del negocio

- El negocio de Roll and Play es viable, ya que el modelo requiere una inversión inicial moderada, con materiales reutilizables y una operación sencilla (solo un asistente, una psicóloga que respalde los beneficios y el fundador). Nuestras ventas nos permiten recuperar nuestra inversión inicial, cubrir costos y gastos adicionalmente obtener una utilidad neta del
- $42.25\% \text{ mensual} = \$ 2390$ aproximadamente, el proyecto es viable con los ingresos generados se recupera inversión, costos y gastos y se obtiene la utilidad

Factibilidad

El proyecto Roll & Play resulta factible en los ámbitos técnico, económico y social.

A nivel técnico, requiere una inversión inicial baja y materiales accesibles, lo que facilita su implementación en instituciones educativas.

En el aspecto económico, los resultados de las encuestas y el interés mostrado por los colegios confirman la viabilidad comercial y el potencial de crecimiento del servicio.

En el ámbito social, la aceptación positiva de estudiantes, docentes y padres demuestra que el modelo genera beneficios reales en motivación, trabajo en equipo y aprendizaje activo, fortaleciendo su impacto educativo.

Deseabilidad

La deseabilidad del proyecto es alta, ya que responde a una necesidad real del sistema educativo: incorporar metodologías innovadoras que mejoren la experiencia de aprendizaje. Los resultados cualitativos evidencian que tanto estudiantes como profesores desean actividades más dinámicas y participativas, y valoran el enfoque lúdico como una herramienta efectiva para desarrollar habilidades sociales y cognitivas. (Resultados completos en la sección C de los anexos) Asimismo, el proyecto está alineado con las políticas del Ministerio de Educación de Ecuador que fomentan la innovación pedagógica, lo que aumenta su aceptación y respaldo institucional.

Investigación de Mercado

Se realizó la investigación de mercado con el propósito de comprobar la aceptación, viabilidad y relevancia del proyecto Roll and Play dentro del entorno educativo.

El objetivo principal fue identificar el nivel de interés, las percepciones y las necesidades de los estudiantes y docentes respecto al uso de juegos de mesa como herramientas de aprendizaje. Además, permitió validar la propuesta de valor, asegurando que sea factible, viable y deseable para el mercado objetivo todo esto a través del uso directo por parte de los estudiantes y la visualización de los resultados presentados que el experimento nos ayudó a recolectar para presentar a los líderes de estas Instituciones educativas y que tengan una perspectiva clara de los beneficios e interés que los juegos de mesa tienen por parte de los estudiantes como un método educativo, divertido e innovador de educación y desarrollo de habilidades.

Población

La población objetivo estuvo conformada por estudiantes de educación básica superior y bachillerato de instituciones educativas particulares de Quito, específicamente de los colegios Liga, Johanes Kepler y Ortega Gasset. Este segmento comprende jóvenes entre 10 y 17 años, interesados en dinámicas grupales, aprendizaje práctico y actividades que fomenten la interacción social y el pensamiento estratégico dentro del aula.

Muestra

Para la muestra realizada se tomaron tres colegios del sector privado distribuidos en 19 focus groups en total conformados por las tres Instituciones Educativas, los grupos realizados se dieron de 4 a 10 alumnos por grado, desde sexto de básica hasta primero de bachillerato. Los colegios seleccionados fueron seleccionados en base al segmento de Instituciones educativas del sector privado los cuales son:

- Colegios Liga
- Johanes Kepler

- Ortega Gasset

La muestra de estudiantes se seleccionó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que se eligieron instituciones y grupos que representaran de manera accesible y variada al público objetivo del proyecto.

El motivo de utilizar diferentes estudiantes de grados desde sexto hasta primero de bachillerato, fue para poder tomar una muestra mayor de diversos perfiles de estudiantes los cuales al ser de diferentes edades nos permite identificar que edades puede cubrir los productos ofrecemos y si despiertan el interés en los jóvenes.

Esta selección permitió reunir una muestra representativa del segmento objetivo los cuales son niños y adolescentes entre 10 y 17 años, enfocando en conocer sus intereses, habilidades y nivel de aceptación hacia la propuesta de los clubes de juegos de mesa educativos. Además, participaron de forma espontánea alrededor de 35 estudiantes adicionales por institución, quienes aportaron opiniones y retroalimentación sobre la propuesta de clubes de juegos de mesa.

Numero de Focus Group Colegio de Liga

- Sexto Curso
6 estudiantes participantes divididos en 2 grupos de 3 cada uno
- Séptimo curso
6 estudiantes participantes divididos en 2 grupos de 3 cada uno
- Octavo curso
4 estudiantes participantes
- Noveno curso
4 estudiantes participantes
- Decimo curso
4 participantes
- Primero de Bachillerato
4 participantes

Total, de estudiantes participantes del Colegio de liga = 28

Numero de Focus Group Colegio Johannes Kepler

- Sexto Curso
10 estudiantes participantes divididos en 2 grupos de 5 cada uno
- Séptimo curso
10 estudiantes participantes divididos en 2 grupos de 5 cada uno
- Octavo Curso

10 estudiantes participantes divididos en 2 grupos de 5 cada uno

Total, de estudiantes participantes del Colegio de Johannes Kepler = 30

Numero de Focus Group Colegio Ortega Gasset

- Sexto Curso
6 estudiantes participantes divididos en 2 grupos de 3 cada uno
- Séptimo curso
6 estudiantes participantes divididos en 2 grupos de 3 cada uno
- Octavo Curso
6 estudiantes participantes divididos en 2 grupos de 3 cada uno
- Noveno Curso
4 estudiantes participantes

Total, de estudiantes participantes del Colegio de Johannes Kepler = 22

Resultados y análisis de la Investigación

Del total de los 80 de las tres Instituciones educativas alumnos los resultados y comentarios generales con respecto su interés en el proyecto y habilidades desarrolladas son las siguientes.

Las habilidades generales que los 28 alumnos identificaron que su aplicación fue constante dentro de las dinámicas de los productos de ellos juegos de mesa:

- Mayor atención
- Reflejos
- Mayor estrategia aplicada
- Rapidez de toma de decisiones
- Prueba y error

Interés por parte de los estudiantes

Del total de 80 estudiantes que participaron en este Focus Group, el 90% de los estudiantes respondieron que si entrarían a este club de juegos de mesa en su Institución. Principalmente si pueden llegar a interactuar con nuevos compañeros y aprender mientras se entretienen.

Instrumento de Recolección de Información

Se aplicaron Focus Group para todos los grados desde sexto de básica hasta primero de bachillerato para evaluar la respuesta de los estudiantes ante los juegos de mesa educativos (Preguntas del focus group en la parte de anexo C).

La razón por la que se seleccionó el Focus Group como el método principal de recolección de información fue en una investigación que se realizó para poder identificar que método de recolección de datos convendría más para obtener datos cuantificables, rápidos y directos lo cual es la forma más conveniente para nuestra investigación.

Gracias a la información proveída por Andrés Muguira un autor en la página QuestionPro. (s. f.). en su artículo “Focus Groups. Qué son, para qué sirven y cómo realizarlos” nos permitió identificar que la forma de recolección de información como es el método de Focus Group es el más apto para poder medir las reacciones de los participantes con respecto a nuestro producto, un mayor ahorro de tiempo al tener respuestas directas y un mayor compromiso por parte de los participantes a la hora de darnos sus respectivas opiniones y retroalimentación.

Se realizó una serie de preguntas (preguntas anexos C) en las cuales los alumnos nos den respuestas y opiniones con respecto a aspectos que identificaron de los productos y la dinámica como:

- Estrategia y pensamiento lógico
- Trabajo en equipo y comunicación
- Nivel de motivación e interés
- Interacción social
- Desarrollo de habilidades cognitivas y emocionales

Estas herramientas permitieron recopilar información cualitativa y cuantitativa sobre la aceptación y el impacto de la propuesta en los jóvenes.

Validación con el Segmento de Mercado-Testing

La validación se llevó a cabo mediante la implementación práctica de cuatro juegos de mesa educativos los cuales son:

- **Taco Gato Cabra Queso Pizza**
- **Virus**
- **Junta Palabras**
- **Pokémon.**

Cada juego fue presentado y aplicado en sesiones dentro de las instituciones educativas, donde los estudiantes participaron activamente en las dinámicas propuestas.

Los resultados mostraron un alto nivel de interés, motivación y participación, además de una mejora observable en habilidades como la atención, la estrategia, la cooperación y la comunicación.

Tanto los alumnos como los docentes expresaron una percepción positiva hacia la iniciativa, considerando que los juegos de mesa pueden ser una herramienta efectiva y atractiva para el aprendizaje, validando así la factibilidad y pertinencia del proyecto Roll and Play en el entorno educativo.

Análisis de Resultados

Análisis de Resultados de las Investigaciones de Mercado y Focus Group – Roll & Play

Las investigaciones de mercado y el Focus Group realizados para Roll & Play permitieron comprender la percepción, necesidades y nivel de aceptación del proyecto dentro del contexto educativo.

1. Resultados generales de la investigación de mercado

Los datos recopilados a través de encuestas aplicadas a estudiantes, docentes y directivos mostraron un alto nivel de interés (más del 90%) en implementar actividades lúdicas dentro del entorno escolar.

El 95% de los estudiantes manifestó entusiasmo y participación activa durante las dinámicas con juegos de mesa, destacando que fomentan la comunicación, liderazgo, atención y agilidad mental.

Asimismo, los directivos calificaron la propuesta como innovadora y con potencial educativo y social, reconociendo su utilidad para mejorar la convivencia y el aprendizaje colaborativo.

Por otro lado, se identificó un 40% adicional de estudiantes no participantes que mostró interés espontáneo en unirse a las actividades, lo que refleja un alto nivel de deseabilidad y potencial de expansión.

2. Resultados del Focus Group

El Focus Group permitió obtener información cualitativa más profunda. Los estudiantes expresaron que las actividades de Roll & Play son diferentes, dinámicas y motivadoras, ya que rompen la rutina tradicional de clases.

Los docentes resaltaron que los juegos de mesa educativos pueden mejorar la atención y el trabajo en equipo, además de ser una herramienta útil para reforzar valores como la empatía y la cooperación. Los directivos, por su parte, destacaron la viabilidad técnica y económica del proyecto, considerando que puede integrarse fácilmente en los clubes o programas extracurriculares existentes.

3. Conclusiones del análisis

- 90% identificaron la aplicación de habilidades como atención, estrategia, agilidad mental.
- Más del 90% expresó interés en el club de juegos de mesa.
- Los directivos evaluaron la propuesta como innovadora, con potencial educativo y social.

Prototipo 2.0 (Mejora del prototipo)

El prototipo definitivo de Roll and Play consiste en la implementación formal de clubes de juegos de mesa educativos dentro de instituciones educativas y en el local físico de La Carolina (Quito). Se utilizará apoyo psicológico profesional como aspecto de propuesta de valor del servicio para que haya un respaldo en los beneficios psicológicos y sociales que la marca ofrece como aspecto importante del servicio.



Ilustración 10 Grupo de enfoque

Modelo de Monetización Bosquejo

Modelo de Monetización – Roll & Play

1. Venta directa a Instituciones Educativas

- Se ofrecerán paquetes educativos con una cantidad determinada de juegos de mesa seleccionados según edad y objetivo pedagógico.
- Los paquetes incluirán capacitación breve para docentes sobre cómo integrar los juegos en clases o clubes.

2. Venta en el Establecimiento Físico

- Se habilitará un punto de venta físico donde estudiantes, padres y público general podrán comprar juegos individuales.
- Se venderán también accesorios, cartas colecciónables y productos temáticos (Pokémon, Magic, etc.).
- Se implementará un programa de fidelización con descuentos o puntos por compras frecuentes.

3. Eventos y Torneos Especiales

- Organización de torneos mensuales o trimestrales con inscripción paga.
- Venta de entradas, snacks y merchandising exclusivo durante los eventos.
- Oportunidad de patrocinios o alianzas con marcas educativas o recreativas.
- Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional

Localización

Para la localización del establecimiento de Roll and Play se analizaron varios sectores dentro del distrito metropolitano de Quito, de entre todas las posibles ubicaciones para el negocio físico de Roll and Play se decidió que la ubicación más conveniente sería cerca del sector de la Y. La accesibilidad de la ubicación del establecimiento de Roll and Play radica en ese sector por su fácil acceso y proximidad a instituciones educativas del segmento.

Dentro de la selección de sectores como potenciales ubicaciones para el negocio, se consideraron e identificaron 3 posibles lugares para el establecimiento que cumplían con aspectos de accesibilidad y coste para lo que es nuestro negocio, las opciones consideradas fueron:

- Local (A) centro Norte de Quito Av America y Mañosca, local independiente con una dimensión de 70 m², precio de alquiler \$500

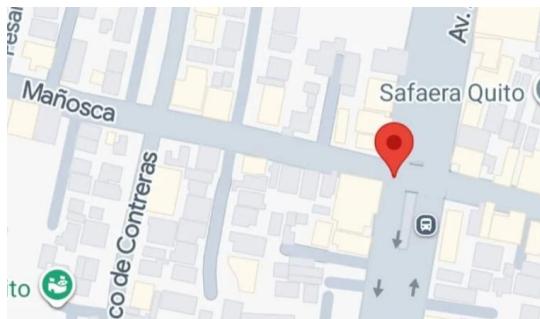


Ilustración 11 Local A

- Local (b) Ubicado en la Av America y Vozandes Sector la Y, con una dimensión 120m² y alquiler de \$730

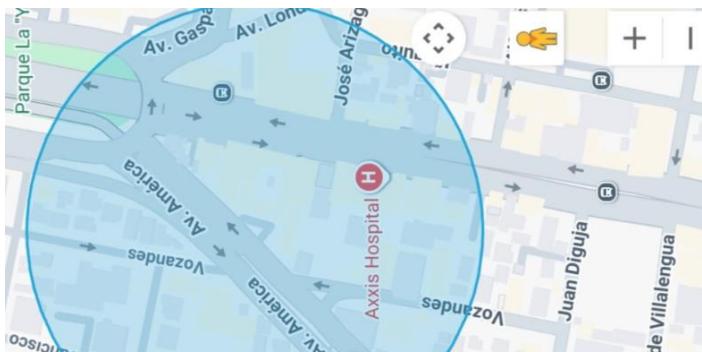


Ilustración 12 Local B

- Local (C) ubicado en la Esquina Av Republica y António de Ulloa, con una dimensión de 73m² con alquiler mensual \$550 y Alicuota de \$74



Ilustración 13 Local C

Licencias y Regulaciones

Se investigó los entes reguladores del emprendimiento “Roll and Play” en Quito para realizar los trámites y requerimientos que son necesarios para la conformación del establecimiento de Roll and Play y luego de revisar información proveída por el servicio de rentas internas y el municipio del distrito metropolitano de Quito (2025) se identificó que los entes reguladores correspondientes son el SRI y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

- El SRI otorga el RUC, requisito para obtener los permisos municipales.
 - El Municipio emite la Licencia Metropolitana para el Ejercicio de Actividades Económicas y la patente municipal necesaria para el funcionamiento.

Luego de analizar los diferentes entes se tomó en cuenta todos los factores importantes para

Seleccionar el establecimiento más adecuado para el nuestro negocio y se realizó la ponderación para facilitar esta decisión.

FACTOR	PONDERACION %	Alternativa A		Alternativa B		Alternativa C	
		CALIFICACION	(P) X C	CALIFICACION	(P) X C	CALIFICACION	(P) X C
ALQUILER	45	10	450	8	360	9	405
ACCESIBILIDAD	40	7	280	10	400	8	320
IMPRENTAS	10	5	50	5	50	5	50
LICENCIAS Y REGULACIONES	5	5	25	5	25	5	25
	100		805		835		800

Tabla 3 Ponderación de Ubicaciones

Para la ponderación se ha considerado los aspectos más relevantes de cada local, en mejor precio, ubicación optima, y basado en esos factores se seleccionó como local optimo al local b dado que cumple con los factores importantes.

Operaciones (Mapa de procesos)

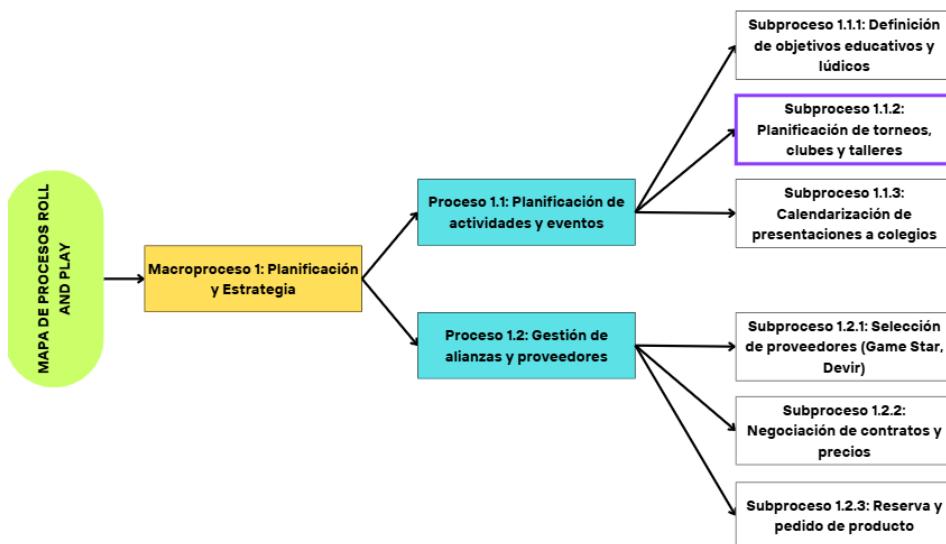


Ilustración 14 Mapa de Procesos macroproceso 1

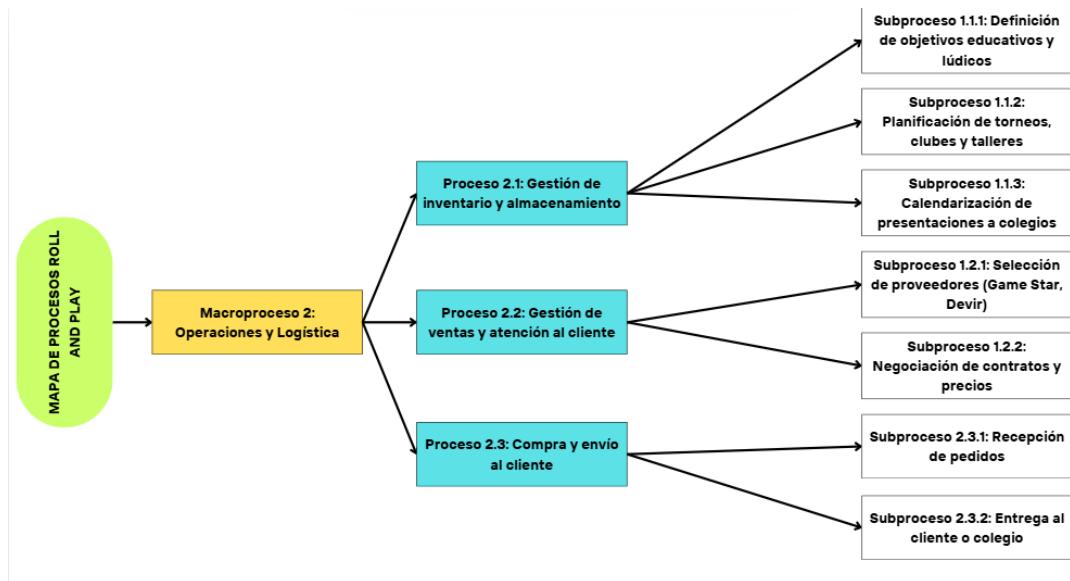


Ilustración 15 Macroprocesos 2

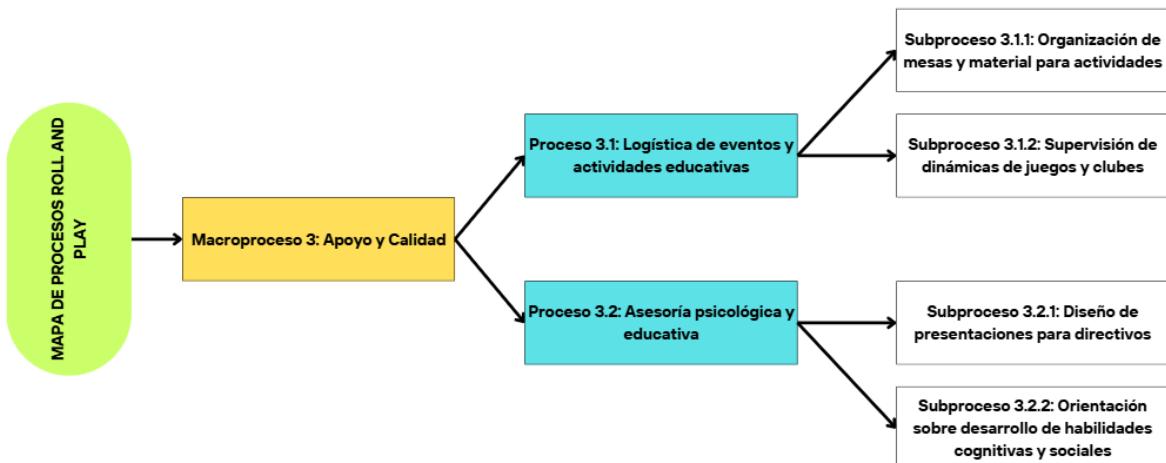


Ilustración 16 Macroprocesos 3

Diseño Organizacional

Modelo seleccionado para Roll and Play: Funcional y flexible.

Roll & Play adopta un modelo funcional y flexible, ideal para empresas iniciales. La toma de decisiones ágil y una distribución de responsabilidades, optimizando recursos disponibles y garantizando la calidad.

Estructura

La estructura que tiene el modelo funcional y flexible radica en tener un margen de control amplio a la par de plantear roles definidos entre los diversos miembros de nuestra organización, pero de manera colaborativa y con la comunicación combina lo formal e informal, permitiendo eficiencia y

adaptación para nuestra empresa.

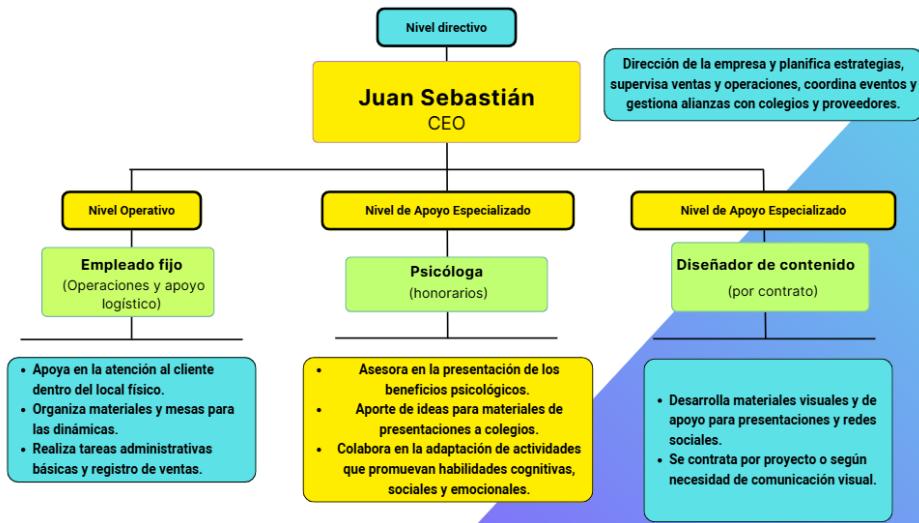


Ilustración 17 Organigrama de la empresa

Dentro del Organigrama se encuentran los diferentes miembros de la empresa Roll and Play y sus respectivas funciones, en términos otros servicios requeridos se considera que únicamente los mencionados dentro del organigrama planteado son los requeridos dado que otros pueden ser abarcados por el personal y el ceo de manera directa, como aspectos contables dado que conviene más en aspecto de servicios requeridos que el ceo pueda abarcar los datos contables de costos e ingresos de la empresa a la par del aspecto de marketing, aquí se muestran los diferentes puntos de la organización los cuales son:

Nivel directivo Ceo: Juan Sebastián

- Dirección de la empresa y planifica estrategias
- supervisa ventas y operaciones
- coordina eventos y gestiona alianzas con colegios y proveedores.

Nivel Operativo: Empleado fijo (Operaciones y apoyo logístico)

- Apoya en la atención al cliente dentro del local físico.
- Organiza materiales y mesas para las dinámicas.
- Realiza tareas administrativas básicas y registro de ventas.

Nivel de Apoyo Especializado: Psicóloga (honorarios)

- Asesora en la presentación de los beneficios psicológicos.
- Aporte de ideas para materiales de presentaciones a colegios.
- Colabora en la adaptación de actividades que promuevan habilidades cognitivas, sociales y emocionales.

Nivel de Apoyo Especializado: Diseñador de contenido (por contrato)

- Desarrolla materiales visuales y de apoyo para presentaciones y redes sociales.
- Se contrata por proyecto o según necesidad de comunicación visual.

Conformación Legal

Tras analizar modelo S.A.S y con la investigación de Biz Latin Hub (s. f.), (SAS) en Ecuador, se determinó que este tipo de empresa es el más adecuado para Roll and Play teniendo en cuenta que la empresa de Roll and Play es un emprendimiento el cual recién está iniciando.

El modelo S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificada) es el más adecuado para una marca como Roll and Play debido a que no exige un capital mínimo y limita la responsabilidad de los socios a sus aportes de capital siendo apropiado para el emprendimiento de Roll and Play (Biz Latin Hub, s. f.).

Ventajas principales del Modelo S.A.S para la empresa Roll and Play

- Menos trámites y regulaciones, lo que reduce el tiempo y los costos de creación.
- Mayor flexibilidad en la toma de decisiones y gestión de la empresa.

Desventajas principales del Modelo S.A.S

Pese a que el modelo S.A.S se considera el más óptimo para la empresa Roll and Play, también hay una serie de desventajas las cuales tienen importancia en la creación de la empresa con el modelo S.A.S las cuales son:

- Dificultad para obtener financiamiento
- Menor capacidad para expandirse
- Dificultad para cubrir gastos

Posterior a la selección del modelo S.A.S y análisis de las desventajas y ventajas que este modelo nos ofrece, se revisó todos los trámites en base a la información proveída por Derecho EC. (2025, 16 de marzo) se nos explica los requerimientos para la conformación de este modelo y los trámites que se deben hacer son:

- Reserva de nombre: Verificar y reservar el nombre en la Superintendencia de Compañías.

- Firma electrónica para documentos digitales.
- Documentos constitutivos: Crear el acta con objeto social, estructura y socios.
- Registro en SCVS: Formularios electrónicos.
- Obtención del RUC: Solicitar el Registro Único de Contribuyentes en el SRI.
- Inscripción: La Superintendencia emite el certificado.

Requisitos

- Socios: Naturales o jurídicos.
- Documentación: Identificación, acta constitutiva, firma electrónica, entre otros.
- Capital: No se requiere mínimo, facilitando la creación para pequeños emprendedores.

Costo legal

También se investigó el costo que tiene la conformación de la S.A.S para nuestro negocio Roll and Play y según revisiones en páginas de negocios como Star S.A.S y Lo Simple, el costo que llegaría a tener de forma legal conformar a Roll and Play como una empresa S.A.S en Ecuador serían:

- USD \$220 + IVA como paquete básico de constitución.
- SAS con 2 o 3 accionistas USD \$299 + iva

Estos serían los precios conformes para el modelo de S.A.S con 2 accionistas para la empresa

Plan de Marketing

Establecimiento de Objetivos de Marketing

Objetivo General

Impulsar la adopción de clubes y actividades educativas basadas en juegos de mesa en instituciones educativas privadas de Quito, incrementando la presencia de Roll & Play en el mercado durante el primer año de operación.

Objetivos Específicos

1. Captar al menos el 10% de instituciones del segmento (colegios privados de Quito) en el primer año de inicio del emprendimiento de Roll and Play para poder adentrarnos en el mercado correctamente y obtener reconocimiento con nuestro principal segmento.
2. Alcanzar un 5% de estudiantes participantes en actividades, talleres y clubes escolares para muestra de estudio de los beneficios del proyecto a nuestros clientes (Instituciones

educativas)

3. Crear una comunidad activa de jugadores escolares mediante eventos y torneos del 5% de nuestros usuarios (alumnos de las Instituciones educativas)

Definición de Estrategias

2. Definición de Estrategias de Marketing

Estrategia de Penetración de mercado: En base al Foda cruzado, se había determinado que en aspectos de nuestras competencias dentro de la idea de producto y servicio de la marca Roll and Play, la presencia que esta tiene en el mercado de actual de juegos de mesa lleva una considerable ventaja dentro del nicho de mercado, sin embargo nuestra competencia como serian marcas similares a Roll and Play (Tiempo de juegos, Presis Corp entre otras empresas competidoras) no se han enfocado en nuestro segmento principal por lo cual existe una ventaja que se puede aprovechar para aplicar una estrategia de penetración de mercado

Ingresar y posicionarse en instituciones educativas a través de presentaciones, demostraciones y alianzas estratégicas ayudara a la marca Roll and Play a obtener relevancia y conocimiento por parte de nuestro segmento de Instituciones educativas privadas del sector de quito.

Estrategia de Diferenciación educativa y social: Teniendo en cuenta la investigación realizada en el estado del arte, se identificó que las opciones actuales como los clubes tradicionales deportivos y otras opciones extracurriculares que disponen ya las Instituciones educativas ya tienen varios años de aplicación, por lo cual ofrecer una diferenciación real y significativa en el ámbito educativo y social es prioritario para Roll and Play como marca y para el servicio que se quiere ofrecer por lo cual se plantearon la siguiente estrategia:

Reforzar el valor pedagógico de los juegos mediante evidencia psicológica, materiales explicativos y respaldos de la psicóloga del proyecto proporciona un aspecto diferenciador tangible para nuestros consumidores de nuestro segmento.

Estrategia de Adopción digital y presencia constante: Para aspectos de promoción y reconocimiento de marca para nuestros consumidores de nuestro segmento y usuarios se opta por aplicar estrategia digital para poder construir también una imagen de nuestra marca visible para los clientes

Uso de redes sociales, modelo B2B para promoción y presentación directa de nuestra marca y pagina

web oficial de Roll and Play para construir marca, generar comunidad y atraer estudiantes a la par de presentar con un mucho mayor alcance nuestros productos y servicios a nuestros principales consumidores (branding + contenido).

Estrategia de Comunicación de valor: Para Roll and Play es prioritario mostrar el enfoque educativo y psicológico del proyecto como aspecto de venta del proyecto para con nuestros clientes de nuestro mercado principal el cual son las Instituciones educativas y sus usuarios como los estudiantes, para ello es importante resaltar los refuerzos sociales, psicológicos y cognitivos de los productos y servicios que ofrecemos, por lo cual para ello se plantea la siguiente estrategia de comunicación de valor

Mostrar los beneficios cognitivos, sociales y emocionales del aprendizaje lúdico a padres, docentes y directivos. Esto a través de análisis de resultados de los avances y beneficios, accesoria psicológica profesional por parte de una experta en el área y retroalimentación de nuestros consumidores.

Marketing Mix (4Ps)

1. Producto

Roll & Play ofrece servicios y experiencias educativas basadas en juegos de mesa, dirigidas a instituciones educativas y estudiantes. Los componentes principales del producto son:

- Clubes educativos de juegos de mesa.
- Talleres demostrativos dentro de colegios.
- Venta de paquetes de juegos de mesa: Paquete estándar y Paquete Plus
- Torneos escolares, eventos y actividades especiales.
- Asesoría psicológica y pedagógica (enfocada en habilidades cognitivas y sociales).
- Material lúdico-educativo (fichas, guías y presentaciones).

El producto está diseñado para desarrollar atención, análisis, estrategia, comunicación, liderazgo y bienestar emocional.

2. Precio

La estrategia de precios se basa en el valor educativo y social que ofrece el servicio, considerando el poder adquisitivo de los colegios privados de Quito.

- 2 paquetes educativos: Paquete estándar 211.08 USD y Paquete Plus 388.56 USD

- Eventos y torneos con costos entre 3 a 7 USD por participante y torneos gratis junto con eventos de demostración.
- Venta directa de juegos con un margen promedio del 20–40 %.
- Talleres demostrativos gratuitos o de bajo costo para captar instituciones.

Paquete estándar de juegos de mesa.

No.	PRODUCTO	PRECIO DE PRODUCTO INDIVIDUAL	PVP POR UNIDAD	Descuento Por Paquete	PVP POR PAQUETE	TOTALES
	JENGA X 2	28.80	57.60	8.64	48.96	248.33
	GATOS EXPLOSIVOS X 2	46.80	93.60	14.04	79.56	
	TACO GATO CABRA QUESO X 2	28.76	57.53	8.63	48.90	
	VIRUS X 2	19.80	39.60	5.94	33.66	
	TOTAL Costos y Gastos..:	124.16	248.33	37.25	211.08	248.33

Tabla 4 Costo paquete estándar

Paquete Plus de juegos de mesa para las Instituciones educativas

No.	PRODUCTO	PRECIO DE PRODUCTO INDIVIDUAL	PVP	Descuento Por Paquete	PVP por Paquete	TOTALES
	JENGA X 2	28.80	57.60	8.64	48.96	457.13
	GATOS EXPLOSIVOS X 2	46.80	93.60	14.04	79.56	
	TACO GATO CABRA QUESO X 2	28.76	57.53	8.63	48.90	
	VIRUS X 2	19.80	39.60	5.94	33.66	
	CARCASSONE BASE	63.00	63.00	9.45	53.55	
	CARCASSONE JUNIOR	64.80	64.80	9.72	55.08	
	ESTRATEGICO	48.60	48.60	7.29	41.31	
	JUNTA PALABRAS	32.40	32.40	4.86	27.54	
	TOTAL Costos y Gastos..:	332.96	457.13	68.57	388.56	457.13

Tabla 5 Costo paquete plus

Precio de inscripción para los eventos y torneos de Roll and Play

No.	JUEGO	PERSONAS	DIA	VALOR UNITARIO	TOTAL
1	OTROS	25	Jueves	7.00	175.00
2	POKEMON	20	Viernes	7.00	140.00
3	YUGIOH	11	Viernes	7.00	77.00
4	MAGIC	15	Viernes	7.00	105.00
5	CATAN	30	Viernes	7.00	210.00
6	MAGIC	18	Sabado	7.00	126.00
7	OTROS	35	Sabado	7.00	245.00
8	OTROS	35	Domingo	7.00	245.00
9	DIGIMON	22	Domingo	7.00	154.00
					1,477.00

Tabla 6 Inscripciones Eventos

Los precios son competitivos frente a actividades extracurriculares tradicionales y costeables por parte de las instituciones educativas de nuestro segmento.

3. Plaza (Distribución)

Roll & Play utiliza una distribución híbrida, combinando contacto directo con presencia digital:

- Venta directa a instituciones educativas mediante visitas y presentaciones.
- Operación desde un local físico ubicado en La Y, Sector Quito.
- Canales digitales como Instagram, TikTok, WhatsApp y página web.
- Actividades y talleres realizados directamente dentro de los colegios.

4. Promoción

La estrategia promocional combina acciones presenciales y digitales para llegar a estudiantes, padres y autoridades educativas.

- Presentaciones y demostraciones en colegios.
- Brochures físicos y dossier educativo para directivos.
- Contenido digital (videos, testimonios, demostraciones) en Youtube, Instagram y TikTok.
- Torneos mensuales y actividades abiertas para crear comunidad.
- Material pedagógico respaldado por una psicóloga para reforzar credibilidad.
- Relaciones públicas con instituciones educativas, proveedores y comunidad escolar.

Estrategias aplicadas en el marketing Mix

1. Estrategia de Penetración de mercado

Relación con las 4P

- **Plaza:** Ingreso directo a colegios mediante visitas, demostraciones y contactos institucionales.
- **Promoción:** Presentaciones presenciales, activaciones y distribución de brochures para captar instituciones.

2. Estrategia de Diferenciación educativa y social

Relación con las 4P

- **Producto:** Se refuerza el valor del servicio destacando habilidades cognitivas, sociales y emocionales validadas por una psicóloga.
- **Precio:** Se justifica un precio basado en el valor pedagógico y los beneficios educativos diferenciales.

3. Estrategia de Adopción digital y presencia constante

Relación con las 4P

- **Promoción:** Uso intensivo de redes sociales (Instagram, TikTok) para generar contenido, visibilidad y comunidad.
- **Plaza:** Expansión del canal digital como vía de contacto, información y sugerencia de

compra.

4. Estrategia de Comunicación de valor

Relación con las 4P:

- **Producto:** Se comunican claramente los beneficios y fortalezas del servicio: aprendizaje lúdico, integración social y desarrollo emocional.
- **Promoción:** Se utilizan testimonios, informes de resultados y evidencia del focus group.

Plan de Marketing MATRIZ

Objetivo 1 Captar 10% de colegios privados de Quito durante el primer año, ingresando al mercado.

Estrategias

Penetración de mercado: Aprovechar la falta de competencia en las instituciones de Quito para ingreso y posicionamiento de Roll and Play mediante presentaciones y alianzas con instituciones educativas.

Diferenciación educativa y social: Diferenciar Roll and Play al ofrecer valor pedagógico comprobado mediante juegos educativos y respaldo profesional de la psicóloga del proyecto.

Acciones planteadas

Acción	Descripción	Costo Unitario	Frecuencia	Presupuesto Anual
Presentación institucional + demo educativa	Incluye psicóloga (\$40/h) + materiales	\$80 por colegio	12 colegios	\$960
Producción de dossier educativo	PDF + diseño gráfico contratado	\$150	1 vez	\$150
Campaña de anuncios para directivos (LinkedIn y Meta)	Segmentada a docentes/rectores	\$120 mensual	12 meses	\$1,440
TOTAL OBJ 1 = \$2,550				

Tabla 7 Costo acciones objetivo 1

Objetivo 2 Captar el 10% del segmento de instituciones educativas en 1 año

Estrategia

Adopción digital: Fortalecer la presencia de Roll and Play mediante redes sociales, el enfoque B2B y página web para aumento de visibilidad y comunidad.

Acciones a tomar

Acción	Descripción	Costo Unitario	Frecuencia	Presupuesto Anual
Activaciones escolares (demo + mini torneo)	Staff + premios + logística	\$60 c/u	20 activaciones	\$1,200
Eventos gratuitos de prueba	1 evento mensual en el local	\$50 c/u		12 \$600
Publicidad en redes para jóvenes (FB/IG/TikTok)	Campañas orientadas a estudiantes	\$150 mensual	12 meses	\$1,800
TOTAL OBJ 2 = \$3,600				

Tabla 8 Costo acciones Objetivo 2

Objetivo 3 Crear una comunidad activa con torneos semanales y eventos

Estrategia

Comunicación de valor: Mostrar beneficios cognitivos, sociales y emocionales del aprendizaje lúdico con resultados, acompañamiento psicológico y retroalimentación.

Acciones a tomar

Acción	Costo Unitario	Frecuencia	Presupuesto
Torneo mensual temático	Incluye jueces y premios		48 \$100 c/u
Contenido para redes sociales (diseñador externo)	\$50 mensual		24 \$600
Publicidad para torneos	\$60 mensual		12 \$720
TOTAL OBJ 3 = \$2,520			

Tabla 9 Costo acciones Objetivo 3

Presentación Comercial del Prototipo

Post para las Promoción en redes sociales para la marca Roll and Play para la estrategia de adopción digital



Ilustración 18 Promoción de Red Social

Publicidad para las redes sociales De Roll and Play



Ilustración 19 Promocional de la Pagina Web Oficial de Roll and Play

PAQUETES EDUCATIVOS

"Donde el juego despierta el pensamiento." Ofertas promocionales para escuelas y colegios



Activar Wind

Ilustración 20 Promocional producto

Promoción de paquetes educativos aplicando la estrategia de comunicación del negocio y lo que ofrece a través de la página web oficial de Roll and Play

¡La tienda de tus sueños lúdicos!

Aquí encontrarás todos los juegos que jamás imaginaste. ¡Prepárate para hacer crecer tu colección y sorprender a tus amigos!



Digimon
39,99 €



Sushi Go!
25,00 €



Magic: The Gathering
15,00 €
Activar Windows
Ve a Configuración para activar Wi-Fi

Ilustración 21 Post de Productos

Link de Video Promocional de Roll and Play

<https://www.youtube.com/watch?v=ATR3OJf23Pc>

Evaluación Financiera

Inversión Inicial

La inversión inicial se realizará con un total de USD. 5.000 en los cuales se incluye un préstamo bancario de USD. 1.000 para apalancamiento, con el fin de cubrir costos iniciales, producto y el equipamiento del lugar del punto de venta.

Presupuesto de Ventas

Fecha	PRODUCTO	Unidad de Medida	Cantidad	COSTO UNITARIO	% UTILIDAD (Bruta)	PVP UNITARIO
CARTSG	CAJAS DE CARTAS TSG				80%	
	DIGIMON	CAJAS	1	110.00	88.00	198.00
	POKEMON	CAJAS	1	55.00	44.00	99.00
	YUGIOH	CAJAS	1	75.00	60.00	135.00
	MAGIC THE GATHERING	CAJAS	1	210.00	168.00	378.00
JUEMES	JUEGOS DE MESA					
	JENGA	UNIDADES	1	16.00	12.80	28.80
	GATOS EXPLOSIVOS	UNIDADES	1	26.00	20.80	46.80
	JUNTA PALABRAS	UNIDADES	1	18.00	14.40	32.40
	CARCASSONE BASE	UNIDADES	1	35.00	28.00	63.00
	TACO GATO CABRA QUESO	UNIDADES	1	15.98	12.78	28.76
	CARCASSONE JUNIOR	UNIDADES	1	36.00	28.80	64.80
	VIRUS	UNIDADES	1	11.00	8.80	19.80
	ESTRATEGICO	UNIDADES	1	27.00	21.60	48.60
ACCESES	ACCESORIOS	UNIDADES	1	7.15	5.72	12.88
PROTEC	PROTECTORES	UNIDADES	1	4.00	3.20	7.20
TOREVE	SERVICIOS Y EVENTOS		40	9.00		9.00
					646.13	
					7753.596	

Tabla 10 Presupuestó de Ventas

El análisis de los costos para la distribución de productos se tomó en cuenta todos los productos y servicios que se requerirán para el inicio del proyecto enfocado en llegar al punto de equilibrio y obtener el margen de ganancia favorable.

Estados Financieros

Estado de Costos - Estado de P&G - Estado Flujo de Caja

Estado Financiero Realista

Estado de Costos

No.	PRODUCTO	Costos y Gastos (Promedio Mensual)	Costos y Gastos (Anuales)	TOTALES
	PAGOS A PROVEEDORES (Locales)	141.69	1,700.24	1,700.24
	PAGO A PROVEEDORES (Mayoristas)	1,416.87	17,002.42	
	GASTOS ADMINISTRATIVOS	0.00	0.00	
	REMUNERACIONES AL PERSONAL	1,287.44	15,449.26	
	SERVICIOS BÁSICOS	45.00	540.00	
	ARRIENDO	500.00	6,000.00	
	IMPUESTOS	50.00	600.00	
	HONORARIOS PROFESIONALES	240.00	2,880.00	44,171.92
	TOTAL Costos y Gastos..:	3,680.99	44,171.92	45,872.16

Tabla 11 Estado de costo realista

En el estado de costos podemos observar que se incurre en un valor anual de USD. 44.171.92 en costos y gastos que requiere el proyecto para su funcionamiento, se tomaron en cuenta:

- Pagos a proveedores
- Gastos legales
- Remuneración y honorarios a personal
- Arriendo

Estado de pérdida y ganancia

INGRESOS				125,496.03	
INGRESOS OPERACIONALES			97,776.03		
Ingresos Por Ventas			97,776.03		
Ingresos por servicios	\$27,720.00				
COSTOS				17,002.42	
COSTO DE VENTAS			17,002.42		
Costos Operativos (Compra de Productos)			17,002.42		
UTILIDAD OPERATIVA					108,493.61
% Utilidad Operativa					86.45%
GASTOS				27,169.50	
GASTOS DE PERSONAL			15,449.26		
Sueldos, Salarios y Beneficios			15,449.26		
Sueldo Unificado	11,640.00				
Décimo Tercer Sueldo	970.00				
Décimo Cuarto Sueldo	940.00				
Vacaciones	485.00				
Aporte Patronal 12,15%	1,414.26				
GASTOS ADMINISTRATIVOS			10,020.00		
Gastos en Instalaciones			6,000.00		
Arriendo de Instalaciones	6,000.00				
Honorarios Profesionales y Asesorías			2,880.00		
Honorarios Profesionales	2,880.00				
Impuestos, Tasas, Contribuciones y Cuotas			600.00		
Servicios Públicos			540.00		
Servicio Basicos	540.00				
GASTOS DE VENTAS				1,700.24	
Gastos de Promoción y Mercadeo			1,700.24		
UTILIDAD BRUTA					81,324.11
PARTICIPACION TRABAJADORES					12,198.62
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS					69,125.49
IMPUESTO A LA RENTA					17,281.37
UTILIDAD NETA					51,844.12
% Utilidad Neta					64.80%

Tabla 12 pérdidas y ganancias realista

En ingresos se cuenta la venta de los productos y los servicios que se venderán al segmento y las ganancias que vendrán por parte de estos

En gastos se componen principalmente de todos lo requerimientos que el proyecto necesite para iniciar entre estos se incluyen honorarios de los profesionales que aportan servicio y publicidad, el arriendo del establecimiento físico entre otros servicios en los que haya que incurrir

Estado de Flujo de caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO		PERIODO DE TIEMPO - ANUAL				
		2025	2026	2027	2028	2029
	SALDO INICIAL	\$ 81,324.11	\$ 161,528.22	\$ 250,055.94	\$ 346,382.74	\$ 451,151.55
INGRESOS	VENTAS EN EFECTIVO	\$ 97,776.03	\$ 105,109.23	\$ 112,992.42	\$ 121,466.86	\$ 130,576.87
	SERVICIOS	\$ 27,720.00	\$ 29,799.00	\$ 32,033.93	\$ 34,436.47	\$ 37,019.20
	COBRO DE CUENTAS A CRÉDITO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	OTROS INGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	TOTAL INGRESOS	\$ 125,496.03	\$ 134,908.23	\$ 145,026.35	\$ 155,903.32	\$ 167,596.07
EGRESOS	PAGOS A PROVEEDORES (Locales)	\$ 1,700.24	\$ 1,785.25	\$ 1,874.52	\$ 1,968.24	\$ 2,066.65
	PAGOS A PROVEEDORES (Mayoristas)	\$ 17,002.42	\$ 17,852.54	\$ 18,745.17	\$ 19,682.42	\$ 20,666.54
	REMUNERACIONES AL PERSONAL	\$ 15,449.26	\$ 16,221.72	\$ 17,032.81	\$ 17,884.45	\$ 18,778.67
	SERVICIOS BÁSICOS	\$ 540.00	\$ 567.00	\$ 595.35	\$ 625.12	\$ 656.37
	ARRIENDO	\$ 6,000.00	\$ 6,300.00	\$ 6,615.00	\$ 6,945.75	\$ 7,293.04
	IMPUESTOS	\$ 600.00	\$ 630.00	\$ 661.50	\$ 694.58	\$ 729.30
	HONORARIOS PROFESIONALES	\$ 2,880.00	\$ 3,024.00	\$ 3,175.20	\$ 3,333.96	\$ 3,500.66
	OTROS EGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	TOTAL EGRESOS	\$ 44,171.92	\$ 46,380.52	\$ 48,699.54	\$ 51,134.52	\$ 53,691.24
	FLUJO OPERATIVO	\$ 81,324.11	\$ 88,527.72	\$ 96,326.81	\$ 104,768.81	\$ 113,904.83
INGRESOS NO OPERATIVOS	VENTAS DE ACTIVOS FIJOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	PRÉSTAMOS RECIBIDOS	\$ -				
	TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EGRESOS NO OPERATIVOS	PAGO DEUDAS BANCARIAS	\$ -	\$ -	\$ -		
	PAGO OTROS BANCOS PICHINCHA	\$ 1,120.00	\$ -			
	OTROS PAGOS	\$ -				
	TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	\$ 1,120.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	FLUJO DE CAJA NETO	\$ 80,204.11	\$ 88,527.72	\$ 96,326.81	\$ 104,768.81	\$ 113,904.83
	FLUJO DE CAJA ACUMULADO	\$ 161,528.22	\$ 250,055.94	\$ 346,382.74	\$ 451,151.55	\$ 565,056.38

Tabla 13 Flujo realista

En el flujo se tiene un crecimiento anual de ingresos del 7.5% gracias al aumento de producto anualmente, y los servicios prestados que tendrán épocas de mayor rendimiento en ciertos y de rendimiento estable en otros y la inversión publicitaria que se incrementara para el alcance de acuerdo a la demanda de los clientes.

Estados Financieros Pesimistas

Estado de Costos pesimista

No.	PRODUCTO	Costos y Gastos (Promedio Mensual)	Costos y Gastos (Anuales)	TOTALES
	PAGOS A PROVEEDORES (Locales)	111.40	1,336.80	1,336.80
	PAGO A PROVEEDORES (Mayoristas)	1,114.00	13,368.00	
	GASTOS ADMINISTRATIVOS	0.00	0.00	
	REMUNERACIONES AL PERSONAL	1,287.44	15,449.26	
	SERVICIOS BÁSICOS	45.00	540.00	
	ARRIENDO	500.00	6,000.00	
	IMPUESTOS	50.00	600.00	
	HONORARIOS PROFESIONALES	240.00	2,880.00	40,174.06
	TOTAL Costos y Gastos..:	3,347.84	40,174.06	41,510.86

Tabla 14 Estado de Costo pesimista

En este estado de costo hubo ventas menores por lo cual no compensaba comprar mayor cantidad de producto a nuestros proveedores por lo cual se redujo esa cantidad de pedido y se mantenían los pagos a los honorarios y al arriendo por ser costos fijos

Estados pérdidas y ganancias pesimista

INGRESOS				68,857.30
INGRESOS OPERACIONALES			68,857.30	
Ingresos Por Ventas		68,857.30		
COSTOS				13,368.00
COSTO DE VENTAS			13,368.00	
Costos Operativos (Compra de Productos)		13,368.00		
UTILIDAD OPERATIVA				55,489.30
% Utilidad Operativa				80.59%
GASTOS				26,806.06
GASTOS DE PERSONAL			15,449.26	
Sueldos, Salarios y Beneficios		15,449.26		
Sueldo Unificado	11,640.00			
Décimo Tercer Sueldo	970.00			
Décimo Cuarto Sueldo	940.00			
Vacaciones	485.00			
Aporte Patronal 12,15%	1,414.26			

GASTOS ADMINISTRATIVOS			10,020.00		
Gastos en Instalaciones		6,000.00			
Arriendo de Instalaciones	6,000.00				
Honorarios Profesionales y Asesorías		2,880.00			
Honorarios Profesionales	2,880.00				
Impuestos, Tasas, Contribuciones y Cuotas		600.00			
Servicios Públicos		540.00			
Servicio Basicos	540.00				
GASTOS DE VENTAS			1,336.80		
Gastos de Promoción y Mercadeo		1,336.80			
UTILIDAD BRUTA					28,683.24
PARTICIPACION TRABAJADORES					4,302.49
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS					24,380.75
IMPUESTO A LA RENTA					6,095.19
UTILIDAD NETA					18,285.57
% Utilidad Neta					41.66%

Tabla 15 pérdidas y ganancias pesimista

En el caso de ventas hubo decrecimiento en las ventas al no tener un aumento de producto y los costos se mantenían fijos pese a la perdida de ventas, no se incurrió en gastos al no tener aumento de producto

Estado de Flujo de Caja Pesimista

FLUJO DE CAJA PROYECTADO		PERIODO DE TIEMPO - ANUAL				
		2025	2026	2027	2028	2029
	SALDO INICIAL	\$ 81,324.11	\$ 109,854.49	\$ 142,913.57	\$ 179,611.60	\$ 220,279.47
INGRESOS	VENTAS EN EFECTIVO	\$ 68,857.30	\$ 74,021.60	\$ 79,573.22	\$ 85,541.21	\$ 91,956.80
	SERVICIOS	\$ 5,040.00	\$ 5,418.00	\$ 5,824.35	\$ 6,261.18	\$ 6,730.76
	COBRO DE CUENTAS A CRÉDITO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	OTROS INGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	TOTAL INGRESOS	\$ 73,897.30	\$ 79,439.60	\$ 85,397.57	\$ 91,802.39	\$ 98,687.56
EGRESOS	PAGOS A PROVEEDORES (Locales)	\$ 1,700.24	\$ 1,785.25	\$ 1,874.52	\$ 1,968.24	\$ 2,066.65
	PAGOS A PROVEEDORES (Mayoristas)	\$ 17,002.42	\$ 17,852.54	\$ 18,745.17	\$ 19,682.42	\$ 20,666.54
	REMUNERACIONES AL PERSONAL	\$ 15,449.26	\$ 16,221.72	\$ 17,032.81	\$ 17,884.45	\$ 18,778.67
	SERVICIOS BÁSICOS	\$ 540.00	\$ 567.00	\$ 595.35	\$ 625.12	\$ 656.37
	ARRIENDO	\$ 6,000.00	\$ 6,300.00	\$ 6,615.00	\$ 6,945.75	\$ 7,293.04
	IMPUESTOS	\$ 600.00	\$ 630.00	\$ 661.50	\$ 694.58	\$ 729.30
	HONORARIOS PROFESIONALES	\$ 2,880.00	\$ 3,024.00	\$ 3,175.20	\$ 3,333.96	\$ 3,500.66
	OTROS EGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	TOTAL EGRESOS	\$ 44,171.92	\$ 46,380.52	\$ 48,699.54	\$ 51,134.52	\$ 53,691.24
	FLUJO OPERATIVO	\$ 29,725.38	\$ 33,059.08	\$ 36,698.03	\$ 40,667.87	\$ 44,996.32
INGRESOS NO OPERATIVOS	VENTAS DE ACTIVOS FIJOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	PRÉSTAMOS RECIBIDOS	\$ -				
	TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EGRESOS NO OPERATIVOS	PAGO DEUDAS BANCARIAS	\$ 1,195.00	\$ -	\$ -		
	PAGO OTROS BANCOS PICHINCHA	\$ -	\$ -			
	OTROS PAGOS	\$ -				
	TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	\$ 1,195.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	FLUJO DE CAJA NETO	\$ 28,530.38	\$ 33,059.08	\$ 36,698.03	\$ 40,667.87	\$ 44,996.32
	FLUJO DE CAJA ACUMULADO	\$ 109,854.49	\$ 142,913.57	\$ 179,611.60	\$ 220,279.47	\$ 265,275.79

Tabla 16 Flujo de Caja Pesimista

En el flujo de caja pesimista se presentó un mal periodo de ventas sin un incremento a la par de poca participación y reducción de significativa de los eventos por lo cual no hubo periodo de

crecimiento

Estado de Costo optimista

No.	PRODUCTO	Costos y Gastos (Promedio Mensual)	Costos y Gastos (Anuales)	TOTALES
	PAGOS A PROVEEDORES (Locales)	141.69	1,700.24	1,700.24
	PAGO A PROVEEDORES (Mayoristas)	1,416.87	17,002.42	
	GASTOS ADMINISTRATIVOS	0.00	0.00	
	REMUNERACIONES AL PERSONAL	1,287.44	15,449.26	
	SERVICIOS BÁSICOS	45.00	540.00	
	ARRIENDO	500.00	6,000.00	
	IMPUUESTOS	50.00	600.00	
	HONORARIOS PROFESIONALES	240.00	2,880.00	44,171.92
	TOTAL Costos y Gastos...:	3,680.99	44,171.92	45,872.16

Tabla 17 Estado de costo optimista

Se mantienen los costos debido a que los productos y los servicios mantienen una buena venta y la oferta es buena por parte del mercado y no se requiere mayor crecimiento por lo cual no se incrementa el costo.

Estado de pérdidas y ganancias optimista

INGRESOS				123,783.54	
INGRESOS OPERACIONALES			123,783.54		
Ingresos Por Ventas		123,783.54			
COSTOS				17,002.42	
COSTO DE VENTAS			17,002.42		
Costos Operativos (Compra de Productos)		17,002.42			
UTILIDAD OPERATIVA					106,781.12
% Utilidad Operativa					86.26%
GASTOS				27,169.50	
GASTOS DE PERSONAL			15,449.26		
Sueldos, Salarios y Beneficios		15,449.26			
Sueldo Unificado	11,640.00				
Décimo Tercer Sueldo	970.00				
Décimo Cuarto Sueldo	940.00				
Vacaciones	485.00				
Aporte Patronal 12,15%	1,414.26				

GASTOS ADMINISTRATIVOS			10,020.00	
Gastos en Instalaciones		6,000.00		
Arriendo de Instalaciones	6,000.00			
Honorarios Profesionales y Asesorías		2,880.00		
Honorarios Profesionales	2,880.00			
Impuestos, Tasas, Contribuciones y Cuotas		600.00		
Servicios Públicos		540.00		
Servicio Basicos	540.00			
GASTOS DE VENTAS			1,700.24	
Gastos de Promoción y Mercadeo		1,700.24		
UTILIDAD BRUTA				79,611.62
PARTICIPACION TRABAJADORES				11,941.74
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS				67,669.88
IMPUESTO A LA RENTA				16,917.47
UTLIDAD NETA				50,752.41
% Utilidad Neta				64.32%

Tabla 18 pérdidas y ganancias optimista

En la parte de ganancias hubo gran incremento de ganancias durante las ventas de los diferentes periodos y los costos se mantuvieron a excepción de un incremento en la compra de inventario para mayor venta al público.

Estado de flujo de caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO		PERIODO DE TIEMPO - ANUAL				
		2025	2026	2027	2028	2029
SALDO INICIAL		\$ 144,921.62	\$ 288,648.25	\$ 445,543.29	\$ 615,364.97	\$ 799,140.77
INGRESOS	VENTAS EN EFECTIVO	\$ 123,783.54	\$ 133,067.31	\$ 143,047.36	\$ 153,775.91	\$ 165,309.10
	SERVICIOS PRESTADOS	\$ 65,310.00	\$ 70,208.25	\$ 75,473.87	\$ 81,134.41	\$ 87,219.49
	COBRO DE CUENTAS A CRÉDITO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	OTROS INGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS		\$ 189,093.54	\$ 203,275.56	\$ 218,521.22	\$ 234,910.32	\$ 252,528.59
EGRESOS	PAGOS A PROVEEDORES (Locales)	\$ 1,700.24	\$ 1,785.25	\$ 1,874.52	\$ 1,968.24	\$ 2,066.65
	PAGOS A PROVEEDORES (Mayoristas)	\$ 17,002.42	\$ 17,852.54	\$ 18,745.17	\$ 19,682.42	\$ 20,666.54
	REMUNERACIONES AL PERSONAL	\$ 15,449.26	\$ 16,221.72	\$ 17,032.81	\$ 17,884.45	\$ 18,778.67
	SERVICIOS BÁSICOS	\$ 540.00	\$ 567.00	\$ 595.35	\$ 625.12	\$ 656.37
	ARRIENDO	\$ 6,000.00	\$ 6,300.00	\$ 6,615.00	\$ 6,945.75	\$ 7,293.04
	IMPUESTOS	\$ 600.00	\$ 630.00	\$ 661.50	\$ 694.58	\$ 729.30
	HONORARIOS PROFESIONALES	\$ 2,880.00	\$ 3,024.00	\$ 3,175.20	\$ 3,333.96	\$ 3,500.66
OTROS EGRESOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL EGRESOS		\$ 44,171.92	\$ 46,380.52	\$ 48,699.54	\$ 51,134.52	\$ 53,691.24
FLUJO OPERATIVO		\$ 144,921.62	\$ 156,895.04	\$ 169,821.68	\$ 183,775.80	\$ 198,837.35
INGRESOS NO OPERATIVOS	VENTAS DE ACTIVOS FIJOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	PRÉSTAMOS RECIBIDOS	\$ -				
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EGRESOS NO OPERATIVOS	PAGO DEUDAS BANCARIAS	\$ 1,195.00	\$ -	\$ -		
	PAGO OTROS BANCOS PICHINCHA	\$ -	\$ -			
	OTROS PAGOS	\$ -				
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS		\$ 1,195.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE CAJA NETO		\$ 143,726.62	\$ 156,895.04	\$ 169,821.68	\$ 183,775.80	\$ 198,837.35
FLUJO DE CAJA ACUMULADO		\$ 288,648.25	\$ 445,543.29	\$ 615,364.97	\$ 799,140.77	\$ 997,978.12

Tabla 19 Estado flujo de caja Optimista

Fueron los mejores periodos de venta de productos de servicios y hubo incremento en el abastecimiento de inventarios con el pago a proveedores y gracias al aumento del aspecto publicitario se presentó el incremento de las ventas.

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio mensual es \$3.267,84 este valor nos permite cubrir con la cuota de la compra de los productos y los gastos administrativos.

COSTOS Y GASTOS

PRODUCTO	Costos y Gastos Fijos (Mensuales)
PAGOS A PROVEEDORES (Locales)	111.40
PAGO A PROVEEDORES (Mayocistas)	1,114.00
REMUNERACIONES AL PERSONAL	1,287.44
SERVICIOS BÁSICOS	45.00
ARRIENDO	500.00
IMPUESTOS	50.00
HONORARIOS PROFESIONALES	160.00
TOTAL Costos y Gastos..:	3,267.84

Tabla 20 Punto de equilibrio

Para cumplir con los costos de operaciones en los cuales se incluyen costos de arriendo, proveedores entre otros necesarios para el despegue del proyecto sin incurrir en una perdida necesitamos vender el valor de USD. 3,267.84 cubriendo cada aspecto de los servicios y ventas de productos.

A continuación, se detalla el listado de productos con sus precios y cantidades que se esperaría vender para el cumplimiento de la cuota y llegar al punto de equilibrio

PRODUCTO	Costo Unitario	Cantidades Vendidas	TOTAL
DIGIMON	110.00	4	440.00
POKEMON	55.00	4	220.00
YUGIOH	75.00	5	375.00
MAGIC THE GATHERING	210.00	5	1,050.00
JENGA	16.00	4	64.00
GATOS EXPLOSIVOS	26.00	5	130.00
JUNTA PALABRAS	18.00	4	72.00
CARCASSONE BASE	35.00	4	140.00
TACO GATO CABRA QUESO	15.98	4	63.92
CARCASSONE JUNIOR	36.00	4	144.00
VIRUS	11.00	4	44.00
ESTRATEGO	27.00	6	162.00
ACCESORIOS	7.15	6	42.92
PROTECTORES	4.00	10	40.00
INSCRIPCIONES A EVENTOS	7.00	40	280.00
TOTAL Ingresos Por Ventas..:			3,267.84

Tabla 21 Costo de productos

Indicadores Financieros

Escenario Realista

Inversion	5,000.00		
Financiamiento	Costo porcentaje		
Capital	36,511.84		
Deudas	1,120.00	5%	
total	5,000.00	15.0%	
apalancamiento 1 año			2
año	flujo	futurizado	actual
0	-5,000.00	-2,218.53	-5,000.00
1	52,409.11	27,357.88	45,573.14
2	58,728.72	36,066.77	44,407.35
3	64,292.88	46,451.61	42,273.61
4	70,332.34	59,782.49	40,212.74
5	76,885.63	76,885.63	38,225.74
		244,325.85	205,692.59
		121,473.13	
Wacc		7.86%	
vai		210,692.59	
van		205,692.59	205,692.59
tir		10.60	

Tabla 22 Indicadores financieros realistas

En un escenario realista se mantienen costos y ventas en un incremento similar debido a la compra de producto e inversión en publicidad para subir demanda y penetrar en el mercado

Para el Wacc se aplicó una inversión de USD 5.000 con un apalancamiento de USD 1.120 de esos USD 5.000 y el Wacc que dio de 7.86% se contrasta con un Tir de 10.60% lo que indica por encima del rendimiento y que se cubre la deuda de apalancamiento y el porcentaje de ganancia es superior al Wacc. En el caso del van al ser superior a 0 (cero), indica que la empresa tiene buena rentabilidad y el indicador es un signo para traer inversionistas potenciales asegurando crecimiento.

Escenario Pesimista

Inversion	5,000.00					
Financiamiento		Costo porcentaje			valor total empresa	40,991.84
Capital	37,631.84					
Deudas	3,360.00	5%				
total	5,000.00	15.0%				
apalancamiento 1 año			2			
año	flujo	futurizado	actual			
0	-5,000.00	-2,218.53	-5,000.00			
1	31,987.27	16,697.56	27,815.02			
2	35,490.62	21,795.67	26,836.01			
3	39,311.93	28,402.87	25,848.23			
4	43,477.81	36,956.14	24,858.58			
5	48,017.01	48,017.01	23,872.94			
		149,650.72	124,230.77			
		74,402.85				
Wacc		7.96%				
vai		129,230.77				
van		124,230.77	124,230.77			
tir		6.51				
periodo de recuperacion		0.126	inversion inicial / flujo de caja			
año 1		0.126	tiempo de recuperación en meses			
año 2		0.049				
año 3		0.035				
año 4		0.027				
año 5		0.021				

Tabla 23 Indicadores Financieros pesimista

En el escenario pesimista las ventas no aumentan y se mantienen iguales en los años proyectados debido a que no se aumentó producto para venta por parte de los proveedores.

En el caso del WACC el negocio hay una perdida mínima gracias al control estable y manejo de costos los cuales no son excesivos pese a que el TIR es inferior al WACC, TIR tuvo una reducción debido a los factores de contracción de mercado y aumento de productos sustitutos que complicaron ventas y mayor competencia en el nicho de torneos y servicios similares, en el caso del van se mantenía en un indicador positivo, pero con menos rendimiento que los otros escenarios. En el caso del periodo de recuperación los tiempos que se nos da para recuperar la estabilidad son relativamente cortos y se puede llegar a un periodo estable de nuevo en el periodo de 5 años

Escenario Optimista

Inversion	5,000.00				valor total empresa	38,527.84
Financiamiento		Costo porcentaje				
Capital	37,631.84					
Deudas	896.00	5%				
total	5,000.00	15.0%				
apalancamiento 1 año			2			
año	flujo	futurizado	actual			
0	-5,000.00	-2,218.53	-5,000.00			
1	144,921.62	75,649.99	126,018.80			
2	156,895.04	96,353.17	118,635.19			
3	169,821.68	122,696.17	111,660.51			
4	183,775.80	156,209.43	105,074.41			
5	198,837.35	198,837.35	98,857.30			
		647,527.58	555,246.22			
		321,935.65				
wacc		7.61%				
vai		560,246.22				
van		555,246.22	555,246.22			
tir		29.07				

Tabla 24 Indicadores Financieros Optimista

En el caso del WACC se ve un escenario extremadamente positivo por parte del apalancamiento el cual no necesito de demasiada deuda a la par de que el TIR supero con un alto porcentaje al resultado del WACC gracias a un excelente periodo de ventas y buena participación de eventos y servicios dado que expresa una ganancia potencia de la inversión.

En el caso del van fue el mayor incremento en consecuencia de ventas sobresalientes y costos no muy altos que se cubrieron muy bien asegurando la inversión considerando factores como la inflación y costo de oportunidad

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- La investigación de mercado confirma una alta aceptación del proyecto, ya que más del 90 % de los estudiantes participantes manifestó interés en la implementación de clubes de juegos de mesa dentro de sus instituciones, evidenciando una demanda real por propuestas educativas innovadoras y lúdicas.
- Los focus groups demostraron que los juegos de mesa son herramientas efectivas para el desarrollo de habilidades cognitivas y socioemocionales, tales como atención, pensamiento estratégico, trabajo en equipo, liderazgo y comunicación, alineándose con las necesidades actuales del sistema educativo.
- Las instituciones educativas evaluaron la propuesta como innovadora y pertinente, mostrando apertura a su implementación como actividad extracurricular, lo que valida la factibilidad comercial y operativa del proyecto.
- Roll & Play presenta una alta factibilidad técnica, debido a que su operación requiere una inversión inicial moderada, materiales reutilizables y una estructura organizacional simple, lo que facilita su implementación y escalabilidad.
- La viabilidad económica del proyecto es positiva, dado que el modelo de monetización se basa en paquetes escolares claros, costos controlados y una proyección financiera que permite cubrir los costos operativos y generar rentabilidad sostenible.
- El análisis de deseabilidad evidencia que el proyecto responde a una necesidad real del mercado, relacionada con la falta de actividades extracurriculares innovadoras, espacios de socialización y alternativas que promuevan el bienestar emocional de los estudiantes.
- El modelo organizacional flexible resulta adecuado para la etapa inicial del proyecto, permitiendo una gestión directa, una rápida toma de decisiones y la contratación de servicios especializados solo cuando son necesarios, optimizando los recursos.
- Las estrategias de marketing definidas son coherentes con el perfil del mercado objetivo, integrando penetración de mercado, diferenciación educativa, adopción digital y comunicación de valor, lo que fortalece el posicionamiento de la marca.
- El proyecto genera un impacto social positivo, al fomentar la interacción social, reducir el estrés académico y promover un aprendizaje activo y significativo dentro del entorno escolar.

- Roll & Play se alinea con objetivos de desarrollo educativo y social, contribuyendo a una educación de calidad, inclusiva e innovadora, y posicionándose como una propuesta sostenible en el contexto educativo de Quito.

Recomendaciones

- Dirigir parte de la estrategia publicitaria a los padres de familia, resaltando los beneficios psicológicos, sociales y académicos de los juegos de mesa, ya que ellos influyen directamente en la toma de decisiones sobre actividades extracurriculares.
- Establecer alianzas estratégicas con redes y grupos de instituciones educativas, como cadenas de colegios privados o fundaciones educativas, para facilitar la implementación simultánea de clubes de juegos en varias sedes y optimizar los costos de captación.
- Fortalecer la propuesta de valor educativa, incorporando informes de impacto y seguimiento del desarrollo de habilidades cognitivas y socioemocionales, con el apoyo de la profesional en psicología.
- Consolidar una presencia digital constante, mediante contenido educativo y demostrativo en redes sociales, mostrando casos reales, testimonios y resultados obtenidos en los colegios participantes.
- Implementar programas piloto antes de escalar el modelo, permitiendo validar ajustes operativos, precios y formatos de los paquetes educativos sin incurrir en altos riesgos financieros.
- Diversificar gradualmente los servicios ofrecidos, incorporando talleres para padres, capacitaciones docentes y eventos intercolegiales que fortalezcan la comunidad educativa alrededor de Roll & Play.

Bibliografía

- Alonso Mateo Gómez. (2020). *El uso de juegos de mesa estratégicos para la enseñanza de las ciencias sociales en educación secundaria: Una experiencia Erasmus*. Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales.
<file:///C:/Users/USER/Downloads/DialnetElUsoDeJuegosDeMesaEstrategicosParaLaEnsenanzaDeLa-7762246.pdf>
- Atherton, G., Dawson, E., & Cross, L. (2025, diciembre). *Proyecto metáforas y mitos: Usar el juego de mesa Dixit para comprender la experiencia vivida por el autismo*. Department of Psychology, University of Plymouth.
<https://031092ubu-y-https-www-scopuscom.proxy.uide.edu.ec/pages/publications/105006462065>
- Blanco Cardozo, R., Ferreira, P., Nelimarkka, M., Haapoja, J., Hockenhull, M., Ojala, M., Pääkkönen, J., Cohn, M. L., Brown, B., Olsson, T., Lehmuskallio, A., Groth, E. M., & Lampinen, A. (2025). *Perspectivas nórdicas sobre sistemas algorítmicos: Cartas como una intervención lúdica en la crisis de la imaginación*.
<https://031092ulk-y-https-www-scopus-com.proxy.uide.edu.ec/pages/publications/105013557985>
- Camas Quito, M. A. (2020). *Presencia de depresión infantil en la escuela “Miguel Prieto” a través de los cuestionarios CBCL y CDI* [Trabajo de graduación, Universidad del Azuay]. Repositorio Digital de la Universidad del Azuay.
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/10206>
- Eddy Suyen, V. R. (2025). *Evaluación y desafíos de la depresión infantil en Ecuador: Prevalencia, factores de riesgo y herramientas diagnósticas adaptadas al contexto nacional*. Revista Veritas de Difusão Científica, 6(2), 977–1005.
<https://revistaveritas.org/index.php/veritas/article/view/671#:~:text=Los%20resultados%20muestran%20que%20hasta,violencia%2C%20adversidades%20tempranas%20y%20pobreza.>

Editorial Sentir. (2023, noviembre 6). *El mal uso y abuso de las tecnologías y sus consecuencias en menores.*

<https://editorialsentir.com/noticias/el-mal-uso-y-abuso-de-las-tecnologias-y-sus-consecuencias-en-menores/>

El Comercio. (2025, enero 14). *Ansiedad, estrés y aislamiento: esto también viven los niños en Ecuador en 2025.*

<https://www.elcomercio.com/tendencias/salud/ansiedad-estres-y-aislamiento-esto-tambien-viven-los-ninos-en-ecuador-en-2025>

Garrido-Sánchez, A. B., & Crisol-Moya, E. (2023). *Revisión sistemática: beneficios de los juegos de mesa en el ámbito de la educación social con menores de entre 6 y 18 años.* Education in the Knowledge Society (EKS), 24, e28528.

<https://doi.org/10.14201/eks.28528>

Gilflores, J., & Granado Alonso, C. (1995). *Using focus groups in educational research.* Evaluation Review, 19(1), 84–101.

<https://doi.org/10.1177/0193841X9501900104>

Gimeno Duaso, R., Hernández Lusilla, S., Sala Corbinos, L., & Montagut Fornós, G. (2024, 16 enero). *Los juegos de mesa como herramienta terapéutica en la adolescencia.* SOM Salud Mental 360.

<https://www.som360.org/es/blog/juegos-mesa-como-herramienta-terapeutica-adolescencia>

Jímenez, R. (2024, julio 2). *Actividades extracurriculares durante el colegio: Aprende la importancia de las actividades extracurriculares para el desarrollo integral de los estudiantes durante su etapa escolar.* Educación Innovadora.

https://blog.innovaschools.edu.ec/actividades-extracurriculares-durante-el-colegio?utm_source=chatgpt.com

Meeplay. (2025, 2 de mayo). *Beneficios de jugar a juegos de mesa.*

<https://meeplay.io/beneficios-juegos-mesa>

Ministerio de Educación. (2025). *Innovación – Recursos (Educación Ecuador)*.

<https://recursos.educacion.gob.ec/innovacion-educativa/>

Ministerio de Educación, Deporte y Cultura. (2024, abril 30). *Docentes impulsan metodologías innovadoras en sus aulas*. Comunicamos.

<https://educacion.gob.ec/docentes-impulsan-metodologias-innovadoras-en-sus-aulas/>

Ministerio de Educación, Deporte y Cultura. (2024, 6 de junio). *Metodologías innovadoras fortalecen el aprendizaje en Informática*.

<https://educacion.gob.ec/metodologias-innovadoras-fortalecen-el-aprendizaje-en-informatica>

QuestionPro. Mugира, A. (s. f.). *Focus group: What it is & how to conduct it + examples*.

<https://www.questionpro.com/blog/focus-group/>

Redacción La Hora. (2025, 25 de julio). *Ecuador, entre los peores países en libertad educativa*:

¿cuánto les cuesta a las familias la falta de autonomía escolar? La Hora.

<https://www.lahora.com.ec/economia/Ecuador-entre-los-peores-paises-en-libertad-educativa-cuanto-les-cuesta-a-las-familias-la-falta-de-autonomia-escolar-20250724-0048.html>

Schnarch Kirberg, A. (2021). *Desarrollo de nuevos productos: creatividad, innovación y marketing*. McGraw-Hill.

Seiler, A., & Lechner, U. (2026). *Mejorar la respuesta a incidentes de ciberseguridad: Un enfoque colaborativo de juego de mesa*. Universität der Bundeswehr München.

<https://031092udl-y-https-www-scopuscom.proxy.uide.edu.ec/pages/publications/105012918785>

Anexos

Entrevistas realizadas a los jóvenes estudiantes dentro del segmento seleccionado, alumnos de diversas instituciones educativas y grados, aportaron información que aporto los datos utilizados como base para definición de problemas y soluciones.

Anexo A Entrevistas de proyecto

Entrevistas Proyecto ROLL AND PLAY de tesis

Anexo B Primera entrevista

Información del entrevistado #1

- Fecha: 2025/09/11
- Nombre del Entrevistador: Juan Sebastián López
- Institución Educativa: UIDE
- Información del Entrevistado
- Nombre: Yashoda
- Edad: 9
- Género: Femenino
- Ciudad: Quito
- Ocupación / Nivel educativo: 5 Grado, estudiante
- Situación social (vive con familia, amigos, solo): Con familia
- Tipo de institución educativa (Universidad, colegio, escuela): Escuela Fiscal

Descripción del Encuestado:

Yo me considero una persona un poco seria, pero graciosa, aventurera también porque me gusta explorar y aprender cosas nuevas

1.- ¿Qué es lo que normalmente haces en su tiempo libre o fines de semana?

Me gusta pasar tiempo con mi mama, hacer pulsera y caminar con mi papa

2.- Cuando te juntas con amigos, ¿qué tipo de actividades prefieren hacer juntos?

Charlar, conversar con ellos sobre sus pasatiempos y su día a día

3.- ¿Prefieres actividades más tranquilas en casa o dinámicas fuera (como cine, conciertos, deportes)?

¿Por qué?

Si prefiero ese tipo de actividades dinámicas, cosas como pintar, hacer manualidades

6.- ¿Qué tan importante consideras que es tener un hobby o pasatiempo en su vida diaria?

Mas o menos ya que siento que disfruto más de escribir

7.- ¿Qué actividades te parecen más divertidas para compartir en grupo y cuáles prefieren hacer en solitario?

Con amigos me gusta excavar y recolectar bichos, bastante dado que puedo hacer esto con amigos y me ayudan

8.- ¿Suelen gastar dinero en sus hobbies? Si es así, ¿en qué cosas o actividades principalmente?

Si, si solemos gastar dinero en las cosas que nos gustan

9.- ¿Crees que los pasatiempos ayudan a conocerse mejor entre amigos o familia? ¿Por qué sí o por qué no?

Si, considero que estos pasatiempos me ayudan a interactuar y generar más lazos con mi familia

10.- Si existiera una nueva actividad de entretenimiento grupal que no conocieran, ¿qué características tendría que tener para llamarles la atención y probarla?

Si, si tiene elementos que me inciten a investigar

11.- ¿Consideras que tus actividades en tu tiempo libre te relajan o te permiten continuar con otras actividades más complejas?

Si, pro que hay veces que me siento cansada, pero realizar estas actividades me ayuda a pensar mejor

12.- ¿En tus hobbies o pasatiempos has conocido gente nueva? Si es así ¿Consideras que gracias a estos pudiste interactuar con personas nuevas?

Si, como compañeros nuevos amigos y gente así

13.- ¿En tu ambiente estudiantil, estarías interesado/a en una actividad extracurricular alternativa a las opciones más tradicionales?

Dependería de lo que ofrezca esta, si es algo que sea muy tedioso creo que no lo disfrutaría

14.- ¿Consideras que existe alguna problemática social en tu institución educativa o has identificado alguna?

Personalmente e visto que existe cierto grado de rechazo entre ciertos grupos

15.- Consideras que una actividad extracurricular te puede llegar a aportar nuevas habilidades y desarrollo personal

Si realmente ya que cada hobby hasta cierto punto puede aprender de varias cosas muy interesantes ya sea a través del hobby o las personas

16.- ¿Cuál consideras que es una falencia o qué aspecto falta en las actividades extracurriculares de tu institución educativa (ejemplo: fútbol, básquet y deportes similares)

No hay muchas nuevas cosas que aprender que no sean deportes y las que ya hay no me gustan mucho ya que se me hacen un poco repetitivas

Anexo C Segunda entrevista

Información del Entrevistado 2

- Nombre: Morales David
- Edad: 17 años
- Género: Masculino
- Ciudad: Riobamba
- Ocupación / Nivel educativo: Primer semestre Universitario
- Situación social (vive con familia, amigos, solo): Con familia
- Tipo de institución educativa (Universidad, colegio, escuela): Universidad

Descripción del Encuestado:

La verdad yo siento que soy un poco más extrovertido, pero cuando estoy con energías, de ahí lo que me gusta hacer es conducir y me ayuda a desestresarme y me considero una persona sociable

1.- ¿Cuáles son los pasatiempos o hobbies que más disfrutas actualmente?

Trotar, viajar y jugar videojuegos

2.- Cuando te juntas con amigos, ¿qué tipo de actividades prefieren hacer juntos?

La verdad lo que más preferimos son salidas más tranquilas, pasear y conocer lugares nuevos para salir de la rutina

3.- ¿Prefieres actividades más tranquilas en casa o dinámicas fuera (como cine, conciertos, deportes)?
¿Por qué?

Yo opto por las dos, yo pienso que se debe equilibrar ambos aspectos

4.- ¿Qué tan importante consideras que es tener un hobby o pasatiempo en su vida diaria?

De verdad yo siento que es necesario ya que así me desestreso y me permite llevar mis otras actividades, en este caso los videojuegos me permiten desestresarme

5.- ¿Qué actividades te parecen más divertidas para compartir en grupo y cuáles prefieren hacer en solitario?

En grupo considero que lomas divertido es salir, hacer cosas que despejen, la verdad o juego videojuegos o veo tele un rato

6.- ¿Suelen gastar dinero en sus hobbies? Si es así, ¿en qué cosas o actividades principalmente?

En las salidas con amigos gasto lo que es necesario para las actividades que hago con amigos

7.- ¿Podrías compartir una experiencia reciente en la que se hayan divertido mucho con amigos o familia?

Cuando estuve fuera del país, fuimos a un parque diversiones con mis amigos y la pasamos bomba

8.- ¿Crees que los pasatiempos ayudan a conocerse mejor entre amigos o familia? ¿Por qué sí o por qué no?

Si, porque entre más interacciones haya uno sabe más cosas los demás

9.- Si existiera una nueva actividad de entretenimiento grupal o individual que no conocieran, ¿qué características tendría que tener para llamarles la atención y probarla?

Que sea una actividad grupal y que sea extrema y genere adrenalina

10.- ¿Consideras que tus actividades en tu tiempo libre te relajan o te permiten continuar con otras actividades más complejas?

Pues cuando estoy estresado, estas actividades me ayudan y me despejan y esto me permite continuar las actividades con más ganas

11.- ¿En tus hobbies o pasatiempos has conocido gente nueva? Si es así ¿Consideras que gracias a estos pudiste interactuar con personas nuevas?

La verdad si, si eres medio sociable en este ambiente hay más confianza

12.- ¿En tu ambiente estudiantil, estarías interesado/a en una actividad extracurricular alternativa a las opciones más tradicionales?

La verdad yo sí pienso eso, ayudaría con cosas más dinámicas aparte consideró que el cerebro se desarrolla mejor y puedes aprender cosas nuevas

13.- ¿Consideras que existe alguna problemática social en tu institución educativa o has identificado alguna?

Existe cierto grado de rechazo entre ciertos grupos

14.- Consideras que una actividad extracurricular te puede llegar a aportar nuevas habilidades y desarrollo personal

Si realmente ya que cada hobby hasta cierto punto puede aprender de varias cosas muy interesantes ya sea a través del hobby o las personas

15.- Cuál consideras que es una falencia o que aspecto falta en las actividades extracurriculares de tu institución educativa (ejemplo: futbol, básquet y deportes similares)

Las restricciones y falta de variedad que hay en los clubes

Anexo D tercera entrevista

Información del Entrevistado 3

Nombre: Daniela

Edad: 15 años

Género: Femenino

Ciudad: Quito

Ocupación / Nivel educativo: Segundo de Bachillerato

Situación social (vive con familia, amigos, solo): Con familia

Tipo de institución educativa (Universidad, colegio, escuela): Colegio

Descripción del Encuestado:

Creo que soy una persona bastante amigable y buena persona, me considero alguien sociable y alguien abierta a nuevas ideas

1.- ¿Cuáles son los pasatiempos o hobbies que más disfrutas actualmente?

Ver tele, tik tok, lectura y gimnasia

2.- Cuando te juntas con amigos, ¿qué tipo de actividades prefieren hacer juntos?

Lo que más hacemos es conversar no somos mucho de estar jugando

3.- ¿Prefieres actividades más tranquilas en casa o dinámicas fuera (como cine, conciertos, deportes)?
¿Por qué?

Yo creo que preferimos salir afuera al centro comercial

4- ¿Qué tan importante consideras que es tener un hobby o pasatiempo en su vida diaria?

Siento que es demasiado importante, ya que siento que es como un recurso para aprender cosas

5.- ¿Qué actividades te parecen más divertidas para compartir en grupo y cuáles prefieren hacer en solitario?

Me gusta en grupo disfruto de juegos de mesa, conversar y ese tipo de cosas

Hacer cosas sola ver tik tok

6.- ¿Suelen gastar dinero en sus hobbies? Si es así, ¿en qué cosas o actividades principalmente?

Si, cuando voy al gimnasio o colecciono figuras, libros, álbumes y cosas similares

7.- ¿Podrías compartir una experiencia reciente en la que se hayan divertido mucho con amigos o familia?

Talvez hoy, en el colegio tuvimos una reunión con estudiantes estuvimos molestandonos y así fue muy chévere

8.- ¿Crees que los pasatiempos ayudan a conocerse mejor entre amigos o familia? ¿Por qué sí o por qué no?

Si, ósea hobbies como coleccionar debido a que necesito un apoyo financiero y paternal el cual mis padres me ofrecen y están ahí para mí

9.- Si existiera una nueva actividad de entretenimiento grupal o individual que no conocieran, ¿qué características tendría que tener para llamarles la atención y probarla?

Que tenga una comunidad con gente de mente abierta y afín en edad

10.- ¿Consideras que tus actividades en tu tiempo libre te relajan o te permiten continuar con otras actividades más complejas?

La verdad si, me pongo a hacer cosas como ver series, me permite no aburrirme y mantenerme centrada

11.- ¿En tus hobbies o pasatiempos has conocido gente nueva? Si es así ¿Consideras que gracias a estos pudiste interactuar con personas nuevas?

La verdad si, he ido a algunos eventos de gente que colecciona y al tener gustos similares hemos podido compartir

12.- ¿En tu ambiente estudiantil, estarías interesado/a en un espacio o actividad extracurricular alternativo a las opciones más tradicionales?

Si, he visto que actividades nuevas que me llamen la atención y conocer nueva gente y tener nuevas experiencias

13.- ¿Consideras que existe alguna problemática social en tu institución educativa o has identificado alguna?

Si, he notado que a veces para mí y algunos compañeros es difícil tener un momento que realmente nos relaje dentro de nuestro colegio lo cual a veces es agotador por ser muy repetitivo

14.- Consideras que una actividad extracurricular te puede llegar a aportar nuevas habilidades y desarrollo personal

Si, yo siento que si son cosas que puede pensar o analizar incluso hacer con amigos y disfrutar mientras hago algo nuevo

15.- Cuál consideras que es una falencia o aspecto que falta en las actividades extracurriculares (ejemplo: futbol, básquet y deportes similares)

Realmente considero que no hay una muy grande variedad de opciones que no sean deporte, siento que solo en el colegio priorizan eso para nosotros en vez de mostrarnos cosas nuevas

Anexo E cuarta entrevista

Información del Entrevistado 4

Nombre: Sebastián Jacome

Edad: 20

Género: Masculino

Ciudad: Quito

Ocupación / Nivel educativo: Estudiante Universitario católica

Situación social (vive con familia, amigos, solo): Familia

Tipo de institución educativa (Universidad, colegio, escuela): Universidad

Descripción del Encuestado:

Alegre promedio con gusto por los videojuegos y los juegos de carta, persona dedicada por sus pasatiempos, reservado pero lleno de experiencias

1.- ¿Cuáles son los pasatiempos o hobbies que más disfrutas actualmente?

Leer, escribir, jugar TCG cartas y videojuegos

2.- Cuando te juntas con amigos, ¿qué tipo de actividades prefieren hacer juntos?

Jugar juegos de cartas

3.- ¿Prefieres actividades más tranquilas en casa o dinámicas fuera (como cine, conciertos, deportes)?
¿Por qué?

Actividades caseras como leer libros y jugar videojuegos

4- ¿Qué tan importante consideras que es tener un hobby o pasatiempo en su vida diaria?

Extremadamente importante, me ayudan a prevenir situaciones violentas o de estrés y se necesita algo para desestresarse de la vida diaria

5.- ¿Qué actividades te parecen más divertidas para compartir en grupo y cuáles prefieren hacer en solitario?

En solitario disfruto de leer y con amigos jugar cartas o videojuegos

6.- ¿Suelen gastar dinero en sus hobbies? Si es así, ¿en qué cosas o actividades principalmente?

Lo que más compro son cartas y videojuegos

7.- ¿Podrías compartir una experiencia reciente en la que se hayan divertido mucho con amigos o familia?

Con familia disfruto de hacer karaoke

8.- ¿Crees que los pasatiempos ayudan a conocerse mejor entre amigos o familia? ¿Por qué sí o por qué no?

Si, definitivamente porque he formado un grupo de amigos gracias a mis hobbies

9.- Si existiera una nueva actividad de entretenimiento grupal o individual que no conocieran, ¿qué características tendría que tener para llamarles la atención y probarla?

Contacto con personas e interacción

10.- ¿Consideras que tus actividades en tu tiempo libre te relajan o te permiten continuar con otras actividades más complejas?

Si, te permite un monto de relajación para plantear mejor mis ideas

11.- ¿En tus hobbies o pasatiempos has conocido gente nueva? Si es así ¿Consideras que gracias a estos pudiste interactuar con personas nuevas?

Si, porque al tener gustos similares he podido conectar a un nivel personal

12.- ¿En tu ambiente estudiantil, estarías interesado/a en un espacio o actividad extracurricular alternativo a las opciones más tradicionales?

Si, para tener conocer nueva gente y interactuar

13.- ¿Consideras que existe alguna problemática social en tu institución educativa o has identificado alguna?

Si, hay mala comunicación e interacción a causa de estigmas generados por prejuicios

14.- Consideras que una actividad extracurricular te puede llegar a aportar nuevas habilidades y desarrollo personal

Si, dependiendo de la actividad puede ofrecer conocimiento y cosas nuevas

15.- Cuál consideras que es una falencia o que aspecto falta en las actividades extracurriculares (ejemplo: futbol, básquet y deportes similares)

Hay poca variedad y las opciones establecidas son muy genéricas

Anexo F Quinta entrevista

Información del Entrevistado 5

Nombre: Gerardo Valbuena

Edad: 17

Género: Masculino

Ciudad: Quito

Ocupación / Nivel educativo: Estudiante Bachiller

Situación social (vive con familia, amigos, solo): Familia

Tipo de institución educativa (Universidad, colegio, escuela): Colegio Bachiller

Descripción del Encuestado:

Me gusta probar de todo y aprender cosas nuevas, soy una persona analítica

1.- ¿Cuáles son los pasatiempos o hobbies que más disfrutas actualmente?

Videojuegos, leer y aprender a tocar guitarra

2.- Cuando te juntas con amigos, ¿qué tipo de actividades prefieren hacer juntos?

Jugar juegos de cartas, juegos de mesa y conversar

3.- ¿Prefieres actividades más tranquilas en casa o dinámicas fuera (como cine, conciertos, deportes)?

¿Por qué?

Un poco de toda para evitar la monotonía

4.- ¿Qué tan importante consideras que es tener un hobby o pasatiempo en tu vida diaria?

Demasiado, ya que realmente te ayuda a salir de la monotonía y más si es un hobby que puedes reinventar

5.- ¿Qué actividades te parecen más divertidas para compartir en grupo y cuáles prefieren hacer en solitario?

Aquellas en las que hay competitividad como juegos de mesa o cualquier actividad física son de las que más disfrutas en grupo, en individuales cualquier actividad que em haga reflexionar

6.- ¿Suelen gastar dinero en sus hobbies? Si es así, ¿en qué cosas o actividades principalmente?

Siempre que pueda gasto en mis hobbies, priorizo cierto ahorro para otras cosas también

7..- ¿Podrías compartir una experiencia reciente en la que se hayan divertido mucho con amigos o familia?

Durante las vacaciones pude disfrutar con mi familia de una amplia variedad de juegos de mesa con mi familia y tuvimos una sana interacción

8.- ¿Crees que los pasatiempos ayudan a conocerse mejor entre amigos o familia? ¿Por qué sí o por qué no?

Totalmente, puedes mostrar un sentimiento de pasión competitividad y disfrute que no se tiene sin ese hobby

9.- Si existiera una nueva actividad de entretenimiento grupal o individual que no conocieran, ¿qué características tendría que tener para llamarles la atención y probarla?

Que se pueda probar de más de una manera y que tenga rejugabilidad

10.- ¿Consideras que tus actividades en tu tiempo libre te relajan o te permiten continuar con otras actividades más complejas?

Si, realmente son momentos en los cuales despejas la mente y puedo concentrar luego en la actividad

que debo hacer

11.- ¿En tus hobbies o pasatiempos has conocido gente nueva? Si es así ¿Consideras que gracias a estos pudiste interactuar con personas nuevas?

Si, he conocido a amistades de por vida y he logrado generados lazos

12.- ¿En tu ambiente estudiantil, estarías interesado/a en una actividad extracurricular alternativa a las opciones más tradicionales?

Siempre prefiero probar algo nuevo y diferente a lo estándar

13.- ¿Consideras que existe alguna problemática social en tu institución educativa o has identificado alguna?

Existe cierto grado de rechazo entre ciertos grupos

14.- Consideras que una actividad extracurricular te puede llegar a aportar nuevas habilidades y desarrollo personal

Si realmente ya que cada hobby hasta cierto punto puede aprender de varias cosas muy interesantes ya sea a través del hobby o las personas

15.- Cual consideras que es una falencia o que aspecto falta en las actividades extracurriculares de tu institución educativa (ejemplo: futbol, básquet y deportes similares)

Las restricciones y falta de variedad que hay en los clubes

Investigación de Método cuantitativo

Encuestas realizadas a 30 jóvenes estudiantes dentro del segmento para obtener información complementaria que respalde la investigación y la identificación del segmento y sus necesidades

Anexo G resultados porcentuales de las Encuestas

Pregunta 1

Ocupación actual

30 respuestas

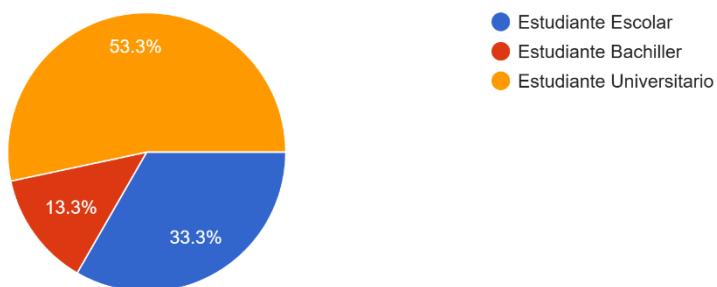


Ilustración 22 pregunta ocupación

Pregunta 2

¿Cuál de las siguientes habilidades consideras que NO es tu punto fuerte?

28 respuestas

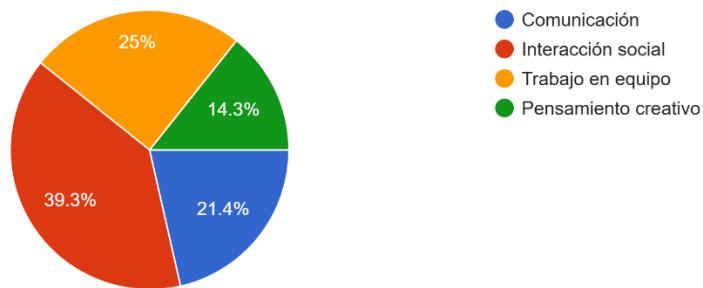


Ilustración 23 pregunta habilidades

Pregunta 3

¿Qué características debe tener una nueva actividad para que llame tu atención?

30 respuestas



Ilustración 24 preguntas características

Pregunta 4

¿Cuál consideras que es una problemática importante dentro de tu ambiente educativo ?

29 respuestas



Ilustración 25 pregunta problemática

Pregunta 5

¿Crees que la falta de innovación en las dinámicas educativas puede afectar tu interés y desempeño estudiantil?

30 respuestas

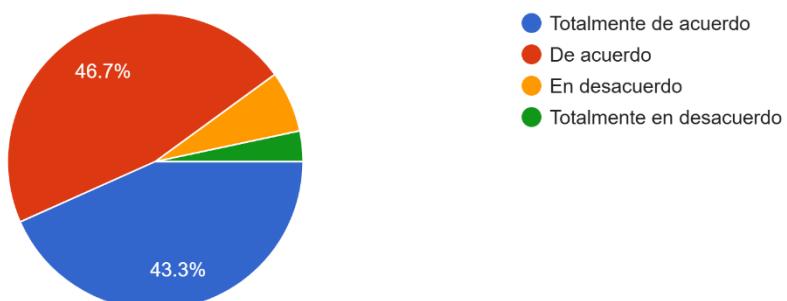


Ilustración 26 preguntas dinámicas

Pregunta 6

¿Consideras que las instituciones educativas deben presentar opciones más didácticas e innovadoras para mejorar la calidad educacional?

30 respuestas

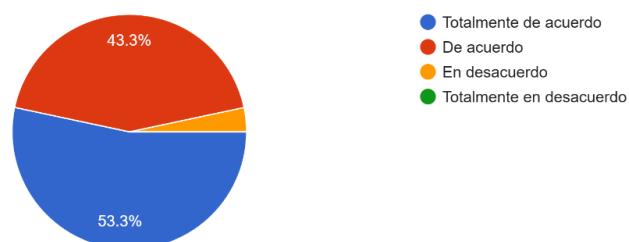


Ilustración 27 pregunta opciones

Pregunta 7

¿Estarías abierto/a a nuevas actividades extracurriculares en tu entorno educativo, que no hayas probado antes?

30 respuestas

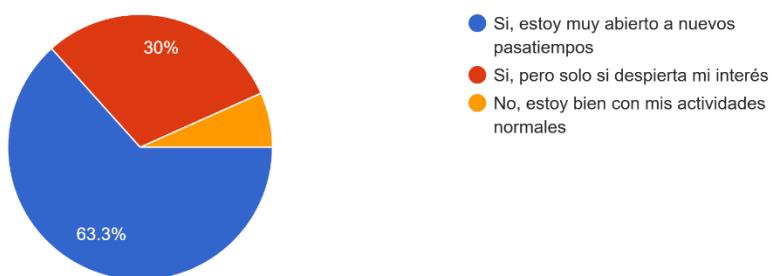


Ilustración 28 pregunta actividades

Anexo H Investigación de mercado

Investigación de mercado realizada.

Se realizó una investigación de mercado mediante 10 focus groups con estudiantes de distintos grados (desde sexto de básica hasta primero de bachillerato) en tres instituciones educativas: Colegio de Liga, Johanes Kepler y Ortega Gasset. El objetivo fue evaluar la aceptación de los juegos de mesa como herramientas educativas y la viabilidad de crear clubes de juegos de mesa dentro de las instituciones. Los estudiantes probaron cuatro juegos seleccionados por sus enfoques analíticos, estratégicos, sociales y psicomotrices: Taco Gato Cabra Queso Pizza, Virus, Pokémon y Junta Palabras.

Anexo I Población de la investigación

Población (Mercado Objetivo)

La población objetivo fueron estudiantes de educación básica superior y bachillerato de instituciones educativas privadas y particulares de Quito, específicamente de los colegios Liga, Johanes Kepler y Ortega Gasset. El mercado se enfocó en jóvenes entre 10 y 17 años, interesados en dinámicas grupales, aprendizaje interactivo y actividades recreativas dentro del entorno educativo.

Anexo J Muestra de la investigación

Muestra

La muestra estuvo conformada por aproximadamente 145 a 165 estudiantes, divididos en 10 focus groups con 4 a 6 estudiantes por grupo, abarcando grados desde sexto de básica hasta primero de bachillerato. Además, se incluyó la participación espontánea de 35 a 28 estudiantes adicionales por institución durante los recreos, quienes también aportaron su retroalimentación sobre la propuesta.

Colegio de Liga, Colegio Johannes Kepler y Colegio Ortega Gasset.



Ilustración 29 Colegio Johannes



Ilustración 30 Colegio Gasset



Ilustración 31 Colegio Liga

El propósito fue analizar la aceptación del concepto de clubes de juegos de mesa educativos y cooperativos como estrategia innovadora de aprendizaje y desarrollo social en estudiantes de distintos niveles.

Anexo K diseño de la investigación

Diseño de la investigación

Se realizaron en 3 Instituciones educativas del Sector del norte y del valle en los cuales focus groups con grupos de 4 a 10 estudiantes por grado, abarcando los niveles desde sexto de básica hasta primero de bachillerato siendo un total de 19 grupos de enfoque.

En cada institución, se presentó a los directivos el objetivo del proyecto y la dinámica propuesta: la implementación de clubes de juegos de mesa como herramientas didácticas para fomentar la concentración, el pensamiento estratégico, la cooperación y la socialización.

Durante las sesiones, se explicaron las reglas y beneficios de cuatro juegos seleccionados por su enfoque analítico, estratégico, social y psicomotriz:

- Taco Gato Cabra Queso Pizza (atención y rapidez)
- Virus (estrategia y toma de decisiones)
- Pokémon TCG (planificación y análisis)
- Junta Palabras (pensamiento verbal y creatividad)

Anexo L Grupos de enfoque colegio de liga

Numero de Focus Group Colegio de Liga

- Sexto Curso
6 estudiantes participantes
- Séptimo curso
6 estudiantes participantes
- Octavo curso
4 estudiantes participantes
- Noveno curso
4 estudiantes participantes
- Decimo curso
4 participantes

- Primero de Bachillerato
4 participantes

Total, de estudiantes participantes del Colegio de liga = 28

Anexo M Grupos de enfoque Johannes Kepler

Numero de Focus Group Colegio Johannes Kepler

- Sexto Curso
10 estudiantes participantes divididos en 2 grupos de 5 cada uno
- Séptimo curso
10 estudiantes participantes divididos en 2 grupos de 5 cada uno
- Octavo Curso
10 estudiantes participantes divididos en 2 grupos de 5 cada uno

Total, de estudiantes participantes del Colegio de Johannes Kepler = 30

Anexo N Grupos de enfoque Ortega Gasset

Numero de Focus Group Colegio Ortega Gasset

- Sexto Curso
6 estudiantes participantes divididos en 2 grupos de 3 cada uno
- Séptimo curso
6 estudiantes participantes divididos en 2 grupos de 3 cada uno
- Octavo Curso
6 estudiantes participantes divididos en 2 grupos de 3 cada uno
- Noveno Curso
4 estudiantes participantes

Total, de estudiantes participantes del Colegio de Ortega Gasset = 22 estudiantes participantes

Anexo O validación con el segmento

Validación con el Segmento de Mercado (Testing)

La validación se realizó mediante pruebas prácticas con cuatro juegos de mesa seleccionados. Estas pruebas se desarrollaron en sesiones guiadas dentro de las instituciones mencionadas, donde los estudiantes interactuaron directamente con los productos. Posteriormente, se recogieron observaciones y comentarios tanto de los alumnos como de los docentes, quienes mostraron una respuesta positiva y alto interés en la implementación de clubes de juegos de mesa como herramienta educativa.

Anexo P instrumento de recolección

Instrumento de Recolección de Información

Se empleó una guía de focus group y una ficha de observación estructurada, que evaluó variables como:

- Estrategia y análisis lógico
- Trabajo en equipo y comunicación
- Interacción social y motivación
- Nivel de interés y disfrute
- Habilidades desarrolladas (atención, memoria, liderazgo, agilidad mental)

Posteriormente, los estudiantes respondieron una serie de preguntas sobre su experiencia, habilidades desarrolladas y su interés en participar en clubes de juegos de mesa dentro de sus instituciones.

Anexo Q resultados

Resultados principales

Los resultados obtenidos fueron altamente positivos

- Los estudiantes mostraron entusiasmo, participación activa y disfrute durante las dinámicas.
- Identificaron el desarrollo de habilidades como atención, estrategia, agilidad mental, liderazgo y comunicación.
- Más del 90% expresó interés en la creación de clubes de juegos de mesa dentro de sus colegios.
- Los directivos de las instituciones evaluaron la propuesta como innovadora, con potencial educativo y social. Luego de presentarles los resultados realizados a los directivos de las instituciones se despertó el interés de estos hacia el proyecto y su aplicación.

Además, se observó una reacción espontánea de interés por parte de otros estudiantes que no participaban directamente, quienes se acercaron voluntariamente a observar las actividades y manifestaron su deseo de unirse, lo que evidencia el atractivo natural y el poder de convocatoria del concepto aparte de un claro deseo por los productos de regalo que se ofrecieron (Yu-Gi-Oh, Magic

The Gathering, Pokémon) los cuales son productos muy populares entre el segmento de los jóvenes.

Anexo R preguntas grupos de enfoque

Preguntas realizadas a los jóvenes participantes de los Focus groups

- ¿Qué habilidades consideran que usaron durante las dinámicas de los juegos de mesa?
- ¿Qué tipo de habilidades consideran que más desarrollaron durante las dinámicas de los juegos de mesa?
- ¿Alguno de ustedes a jugado juegos de mesa con su familia y amigos?
- ¿Dirían que ustedes pueden aprender nuevas habilidades y desarrollar habilidades mientras juegan juegos de mesa?
- ¿Les gustaría que en su Institución educativa se implementaran lun club de juegos de mesa como actividades Extracurricular?
- ¿Estarían Interesados en estos clubes de juegos de mesa como parte de su malla extracurricular?

Anexo S análisis de factibilidad, viabilidad y deseabilidad

Análisis de factibilidad, viabilidad y deseabilidad

- Factible, porque las instituciones mostraron apertura a la propuesta, los estudiantes respondieron positivamente y las dinámicas son de bajo costo y fácil implementación.
- Viable, ya que el modelo requiere una inversión inicial moderada, con una operación sencilla y productos con buena demanda e interés de los consumidores (solo un asistente, una psicóloga que respalde los beneficios y el fundador).
- Deseable, porque responde directamente a una necesidad real del segmento educativo: la falta de actividades extracurriculares innovadoras y espacios de socialización y bienestar emocional.

Conclusión

La investigación demuestra que Roll & Play tiene alto potencial de aceptación en el mercado educativo de Quito. Los resultados respaldan que los juegos de mesa pueden ser una herramienta efectiva para el aprendizaje activo, la integración social y la reducción del estrés escolar, posicionando al proyecto como una propuesta educativa, viable y emocionalmente significativa. En base a esta investigación se logró sacar información de alrededor de 130 a 150 estudiantes que manifestaron interés directo en la propuesta.