

Tu Cupón Book renueva su propuesta

CAMBIOS. La segunda edición de la guía tiene un formato más pequeño, nuevas marcas y descuentos más atractivos

La primera edición de la guía de descuentos Tu Cupón Book vendió 800 copias durante 2014, lo que sus creadoras -Mariana Gomes de Freitas (24) y Alejandra Ghio (24)- consideraron un buen número para ser el primer año. En noviembre del año pasado salió la segunda edición y hasta el momento lleva más de 300 ejemplares vendidos.

La guía de descuentos se puede comprar por internet sin costo de envío en www.tucuponbook.com o en puntos de ventas distribuidos en Carrasco, Pocitos y Punta Carretas. El emprendimiento tiene tres medios de ingresos: las ventas del producto, el pago anual de las marcas y la publicidad que aparece en la guía.

Gomes de Freitas cree que una de las razones por la cual han vendido tantas copias en dos meses se debe a que implementaron cambios necesarios en el producto. Las novedades de la segunda edición incluyen un formato más pequeño, nuevas marcas y descuentos más atractivos.

Mercado y competencia

Tras un año de comercialización, Tu Cupón Book tuvo cambios en su estructura y diseño. "Tras tomar el feedback de nuestro público objetivo, reducimos la cantidad de marcas en la guía para tener un enfoque más preciso", dijo Gomes de Freitas.

En cuanto a la competencia, no existe un producto que sea rival

200

Cupones tiene la versión 2016 de Tu Cupón Book. Cada uno de ellos contiene un descuento cuyo valor oscila entre 20% y 50%.

100

Son las marcas de la segunda edición de la guía. Hay cinco rubros: moda, hogar, servicios, hotelería y gastronomía

\$ 890

Es el costo del producto. La validez de los cupones de la segunda edición es hasta el 31 de diciembre de 2016.

directo en el mercado. La emprendedora Gomes de Freitas agregó que posiblemente se deba a que en Uruguay no está instalado el comercio a través de cupones con descuentos como si sucede en otros países del mundo, por ejemplo, en EEUU.

En cuanto a las ventas, Gomes de Freitas comentó que el pico de es durante las fiestas ya que "muchas personas aprovechan los descuentos para hacer regalos a familiares y amigos".

Proyectos a futuro

Las emprendedoras de Tu Cupón Book se han planteado dos proyectos para el mediano plazo. "En primera instancia, tenemos como meta para el 2017 tener nuestra app para incursionar en la venta on line", indicó Gomes de Freitas. El objetivo es doble: por un lado facilitar la compra del usuario mientras la guía se hace conocida a través de la app y las redes sociales (Tu Cupón Book tiene una cuenta en Facebook e Instagram).

Para el 2018 quieren llegar a varios países de América Latina, como Argentina y Chile. "Ya nos pusimos en contacto con varios comercios de esos países que están interesados en la guía", declaró Gomes de Freitas.

Recientemente, las emprendedoras alcanzaron un acuerdo con el programa 365 de *El Observador* por el que concede a sus socios 20% de descuento en la compra de Tu Cupón Book. ●



El nuevo diseño de la guía de descuentos Tu cupón Book

Las dificultades de los primeros días

●●● Tu Cupón Book surgió como parte de la tesis de Gomes de Freitas y Ghio para la licenciatura en Gerencia y Administración de la Universidad ORT. Se trató de su segundo emprendimiento, ya que son fundadoras de la marca de accesorios Strawberry. La idea inicial era enfocarse en el mundo de la vestimenta y su público objetivo serían mujeres de entre 20 y 25 años. Pero se dieron cuenta de que su proyecto podía abarcar otros rubros y diferentes públicos.

El comienzo no fue sencillo, ya que no existía un producto similar en el mercado y no había

mucha confianza por parte de los comercios en cuanto a que la idea fuera a funcionar. "Lo más difícil fue conseguir que las marcas confiaran y se sumaran. Después de que las primeras se arriesgaron, fue más fácil llegar a otras", sostuvo Gomes de Freitas.

Fue todo un desafío contactar tantas marcas y a la vez diseñar el formato mientras se negociaba con los comercios interesados en distribuir la guía. Decidieron contratar ayuda, ya que el trabajo implicaba dedicarle mucho tiempo y era demasiado para dos personas.