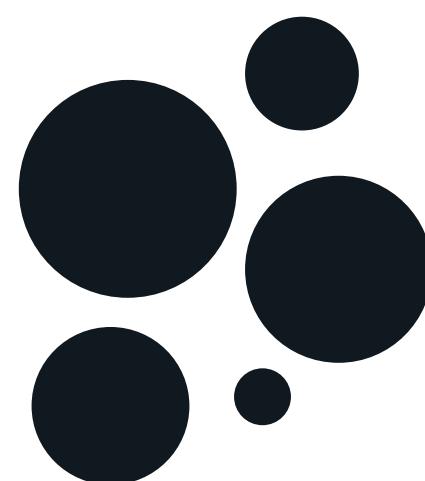


# BRAND BRIEF

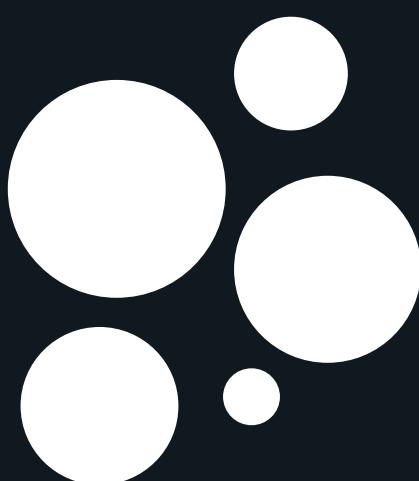
QUINTU 



**Somos un sitio web de juegos de azar en línea  
que te ofrece la posibilidad de hasta quintuplicar  
tu dinero.**

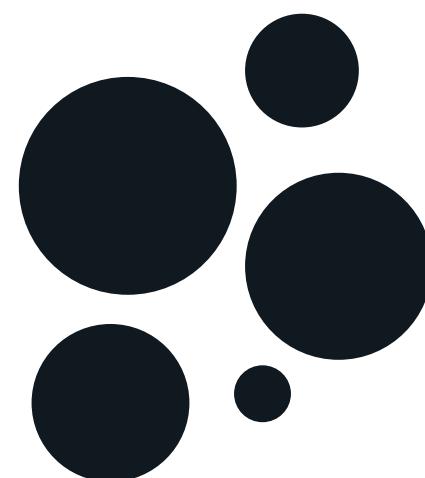


# CONTENIDOS



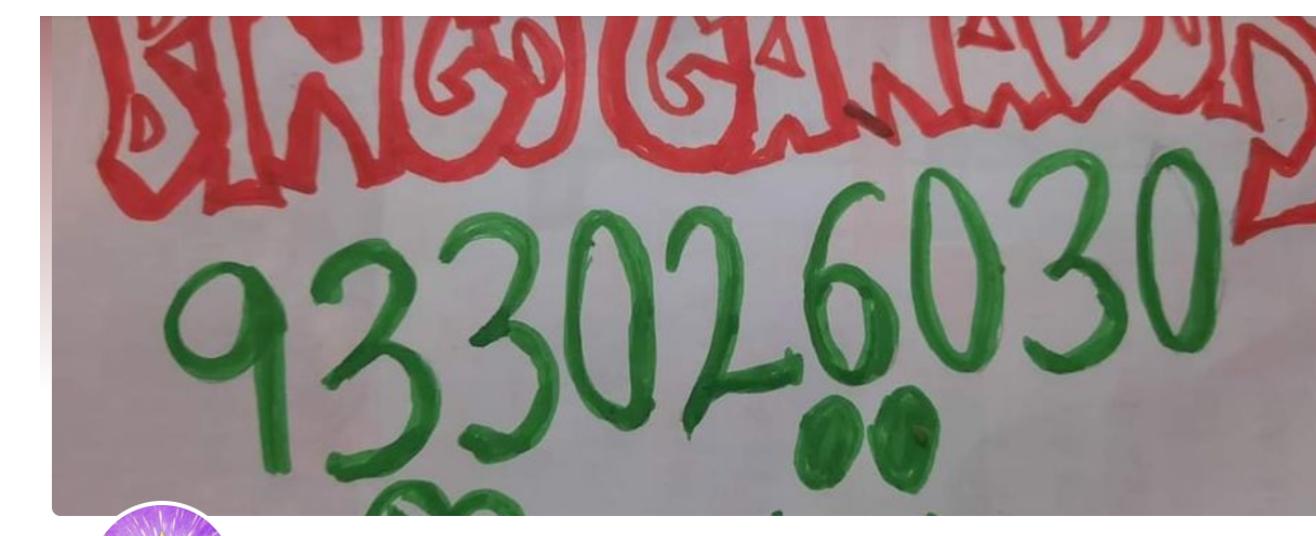
# **¿Qué queremos ser para ti?**

**Queremos ser el sitio web seguro y confiable  
para que puedas jugar tus apuestas de forma  
segura y sin letra pequeña.**



# PROBLEMÁTICA

Identificamos que existen varios sitios informales que organizan juegos de azar por medio de redes sociales en especial Facebook, sin ninguna regulación, poniendo en riesgo el dinero de las personas con potenciales estafas.



BINGO Ganador PERÚ  
@SitiowebDeEntretenimiento - Sitio web de entretenimiento



Bingo de Reyes  
★ 5 (6 opiniones) - Deportes y recreación

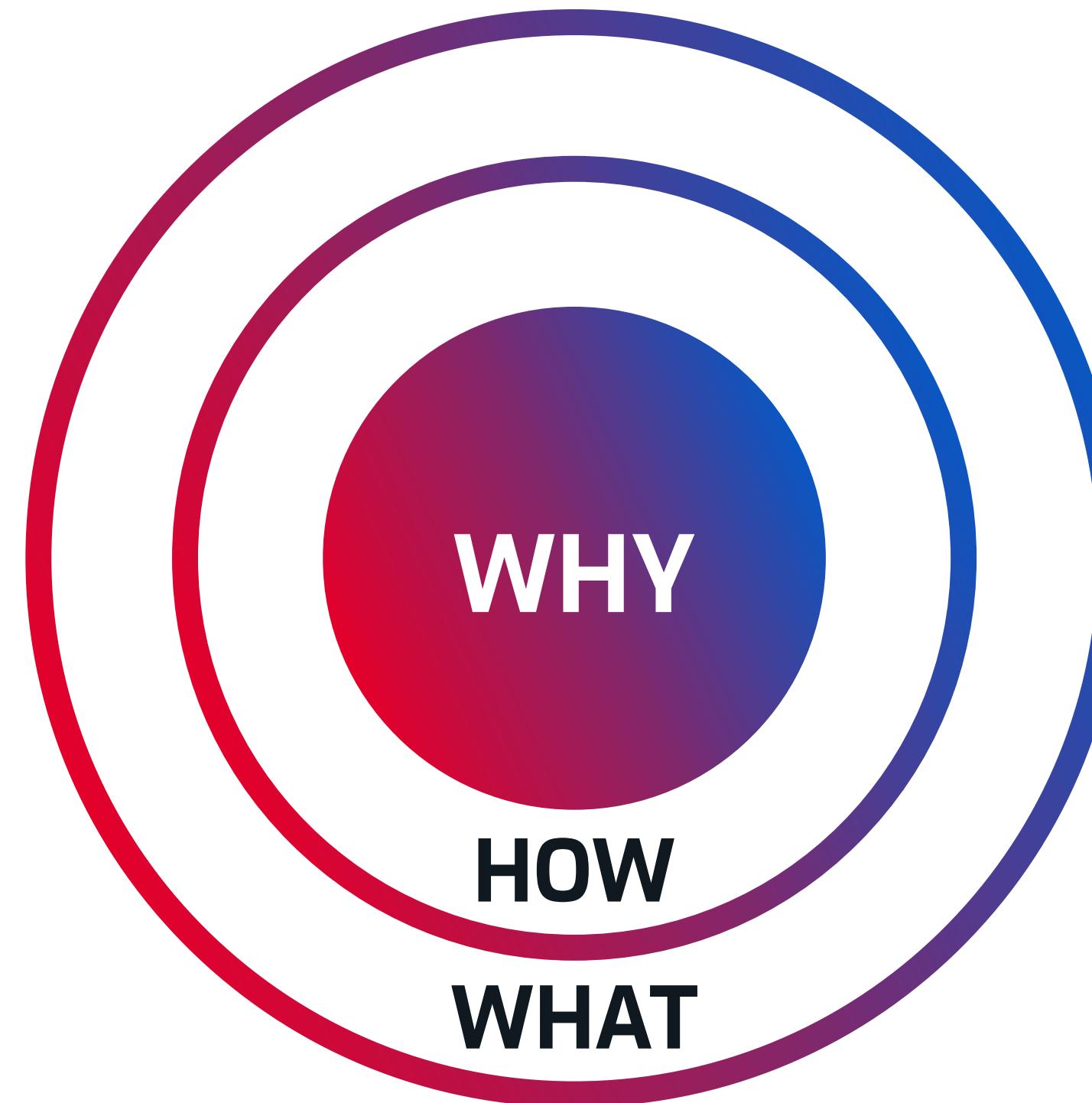


Bingo Perú Online  
Sito web de entretenimiento



Bingo GOLDEN PERÚ  
@bingo.golden.peru - Blog personal

# REASON WHY



## WHY

Porque queremos prevenir estafas a los usuarios que usan este tipo de servicios, formalizar este sector, ampliar las posibilidades de ganar de nuestros usuarios y llevar entretenimiento seguro.

## HOW

Por medio de un portal web propio, que cuente con las más importantes certificaciones de seguridad en línea y de protección de datos.

## WHAT

Con la venta de tickets y gestión para juegos de azar en línea inspirado en las juntas vecinales y rifas.

**Somos tu sitio web seguro y confiable para jugar y quintuplicar tus apuestas. Un sitio sin letras pequeñas.**

# PERFIL DE MARCA

QUINTU

- Nuestra marca esta construida bajo la arquitectura monolítica.
- Nuestro arquetipo esta distribuido en 70% héroe y 30% sabio.
- Tenemos planeado tener 2 servicios distribuidos en etapas:
  - 1ºetapa: Sorteo de dinero con la promesa de hasta quintuplicar el dinero.
  - 2ºetapa: Sorteo de productos tecnológicos con un recargo para poder ser sorteados siguiendo el flujo de la 1º etapa.
- Nuestro PO se encuentra entre los 20 y 25 años, suelen frecuentar las RRSS, en especial Facebook para buscar juegos de azar en línea, también suelen hacer apuestas deportivas.
- Nuestra marca esta construida bajo la arquitectura monolítica.
- Nuestro mantra es Cree, juega y gana
- Nuestro tagline es ¿Qué esperas para ganar?

# FODA

## Fortalezas

- Una plataforma propia
- Personalidad jurídica
- Protección de datos garantizada

## Oportunidades

- No existe una plataforma como tal.
- La competencia es informal y solo está en Facebook.
- La competencia no emite comprobantes.

## Debilidades

- El sitio será nuevo en su clase.
- Poco conocido en la primera fase.
- Demorará el desarrollo e implementación de la web

## Amenazas

- La disponibilidad del dominio.
- Las regulaciones por parte del estado.
- La funcionalidad de la web en fase beta.

# MARKETING MIX

## Producto

El producto es nuestra principal carta de presentación por lo cual se manejará con riguroso cuidado, esta estrechamente relacionado a la estrategia de precio.

## Precio

Los precios serán muy bajos para poder generar el posicionamiento que deseamos y nos ayuden a romper el hielo con el usuario y nos permita generar la confianza que buscamos.

## Plaza

Nuestra operación será 100% digital, por lo tanto, nuestro lugar clave es nuestro sitio web.

## Promoción

Como inicio estaremos invirtiendo en pautas en Facebook para poder atraer el tráfico hacia nuestro sitio web, ¿Por qué Facebook y no otra red social?, en esta plataforma está el grupo de personas a la que deseamos llegar.

# MARKETING MIX

## Physical e.

A los primeros ganadores se les estará enviando certificados personalizados junto a merch para generar lazos y generar interés en el público.

## Procesos

Haremos que nuestro sitio web sea lo más intuitivo posible, contaremos con un equipo calificado que nos permita a recolectar datos de usabilidad y hacer constantes mejoras.

## Público Objetivo

Vive en Lima, Perú, profesional en marketing, trabaja en el sector retail y su nivel de instrucción es superior.

Pasatiempo: ver películas en plataformas de streaming, jugar en PS, navegar en RRSS.

Objetivos: Ascender su posición laboral, hacer un postgrado, tener su negocio propio, entrar al mercado digital.

Temores: A ser estafado, Hacer pagos en línea en sitios poco confiables.

Motivación: Obtener un dinero extra, compartir momentos con amigos y vivir nuevas experiencias.

# ¿CÓMO ES LA MARCA?

## ¿Cómo se comporta?

Nuestra marca es amigable y cercana, es ese amigo que te habla con franqueza y te explica las cosas con paciencia y buena disposición.

## ¿Qué queremos lograr?

Generar la confianza con el usuario, creemos que es un pilar muy necesario en nuestro proyecto más aún cuando habrá dinero moviéndose en el medio.

## ¿Qué noharemos nunca?

No compartir novedades con nuestros usuarios, que sepa lo que esta sucediendo y lo que venimos preparando. Dejar de contestar es un error que nos puede costar caro.



# POSICIONAMIENTO

## ¿Cómo la queremos?

Queremos ser el sitio web seguro y confiable para que puedas jugar tus apuestas de forma fácil y segura.

## ¿Cómo la obtenemos?

Siendo lo más transparente posible y respondiendo todas las interrogantes de los usuarios, aunque sean absurdas o estén publicadas.



# TONO DE COMUNICACIÓN

## ¿Qué tono usaremos?

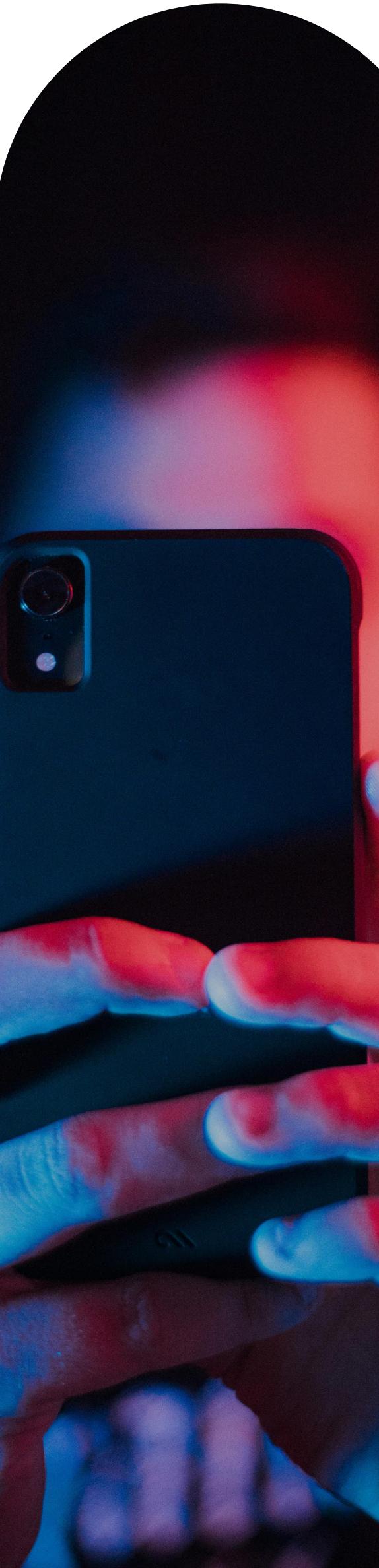
Usaremos un tono cercano con nuestros usuarios, uno que no sea tan formal pero que tampoco sea muy irreverente. Con carácter cordial y jovial.

## ¿Usaremos argots?

En principio no, pero de ser necesario incluiremos los más populares pero que estén dentro de lo aceptable.

## ¿Qué no usaremos nunca?

Palabras que puedan prestarse a malas interpretaciones o que puedan ser denigrantes para un sector de la población.



# NAMING

QUINTUPLICAR  
QUINTUPLICAR  
QUINTU

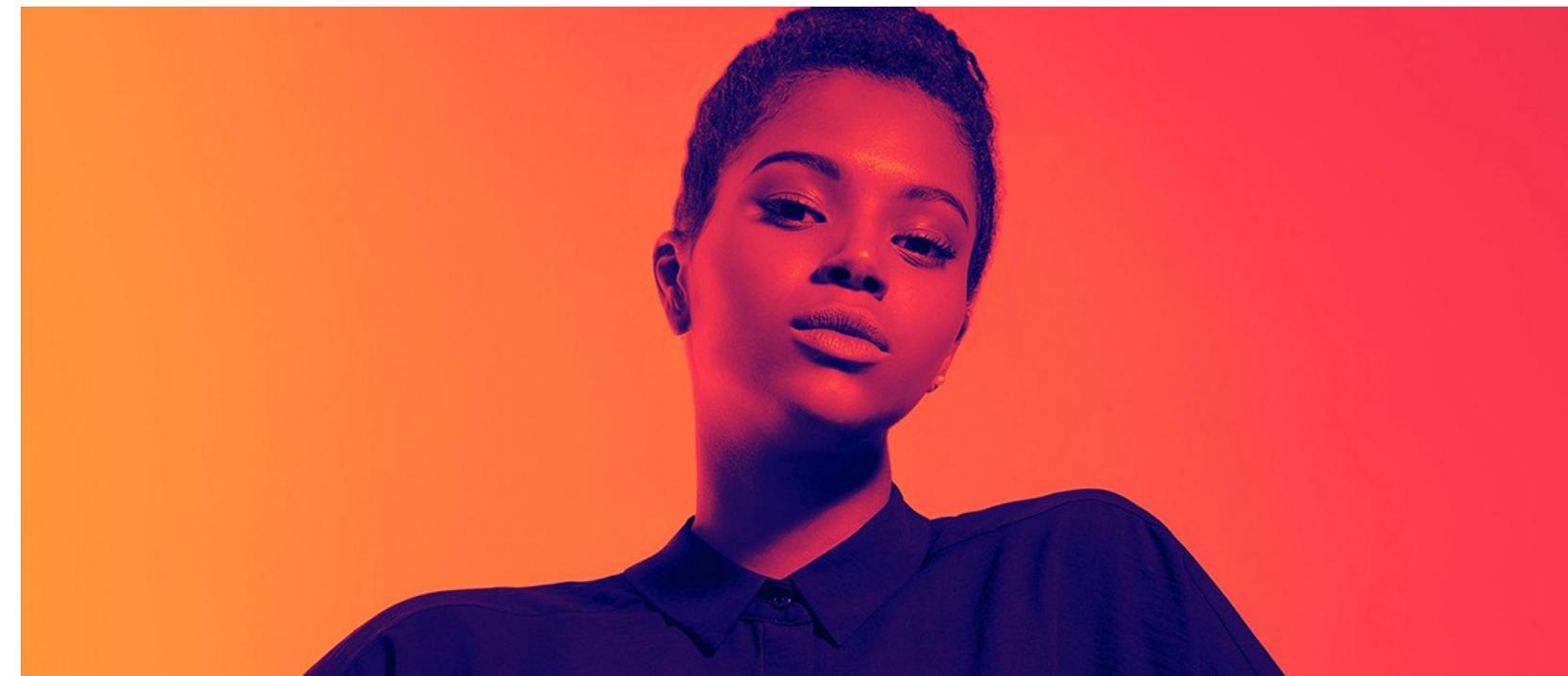
Tipo: Abstracto / descriptivo

¿Tiene viabilidad web?

Si, al ser corto nos hace de fácil de recordación al usar cualquier dominio: por ejemplo:  
[quintu.com](http://quintu.com), [quintu.pe](http://quintu.pe), [quintu.com.pe](http://quintu.com.pe), [quintu.cl](http://quintu.cl), [quintu.es](http://quintu.es), [quintu.co](http://quintu.co), etc.



# MOODBOARD



**WE ARE  
LOOKING  
FOR  
EXPERTS.**

[APPLY NOW](#)

# TIPO DE LOGO



Nuestro **imagotipo** tiene dos sectores que pueden funcionar independientemente, el primero es el **logotipo con la leyenda “QUINTU”** y el **isotipo con una carita sonriente con un guiño**.

# REGISTRO DE MARCA

## ¿Qué marca se registrará?

QUINTU

## ¿Qué servicios ofrece?

Juegos de azar vía online y entretenimiento



### DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO Y/O SERVICIO

SECCIÓN 1. SOLICITANTE		<input checked="" type="checkbox"/> Persona Natural	<input type="checkbox"/> Persona Jurídica
1.1. Datos del Solicitante			
Nombre o Denominación / Razón Social JEFFERSON MANUEL CANALES QUINTANILLA			
Tipo de Documento de Identidad	Nº Documento de Identidad	Nº RUC	Nacionalidad / País de Constitución
<input checked="" type="checkbox"/> DNI <input type="checkbox"/> Otros: <input type="checkbox"/> CARNET DE EXTRANJERÍA	70864768	-	PERU
DIRECCIÓN DEL SOLICITANTE: CALLE, N° [REDACTED]			
DISTRITO	PROVINCIA	DEPARTAMENTO	
SAN JUAN DE MIRAFLORES	LIMA	LIMA	
CORREO ELECTRÓNICO DEL SOLICITANTE	Nº TELÉFONO	Nº FAX	
manuel@canales.pe	[REDACTED]	-	
<input type="checkbox"/> MARCAR ESTE RECUADRO EN CASO EXISTA MAS DE UN SOLICITANTE Y/O REPRESENTANTE. EN TAL CASO, INDIQUE LOS OTROS SOLICITANTES Y/O REPRESENTANTES EN EL ANEXO A.			
1.2 Datos del Representante o Apoderado (llenar sólo en el caso de contar con representante)			
Nombre o Denominación / Razón Social -			
Tipo de Documento de Identidad	Nº Documento de Identidad	Nº RUC	
<input type="checkbox"/> DNI <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> CARNET DE EXTRANJERÍA	-	-	
DIRECCIÓN DEL REPRESENTANTE EN EL PERÚ: CALLE, N° (Domicilio para efecto de Notificaciones) -			
DISTRITO	PROVINCIA	DEPARTAMENTO	
-	-	-	
CORREO ELECTRÓNICO DEL REPRESENTANTE EN EL PERÚ	Nº TELÉFONO	Nº FAX	
-	-	-	
<input checked="" type="checkbox"/> Se Adjunta documentación que acredita representación <input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el Expediente N°:			

SECCIÓN 2. DATOS RELATIVOS DE LA MARCA		
2.1. Tipo de Marca		
<input type="checkbox"/> DENOMINATIVA	<input type="checkbox"/> FIGURATIVA	<input type="checkbox"/> OTROS (Especificar:)
<input type="checkbox"/> DENOMINATIVA CON GRAFIA ESPECIAL	<input checked="" type="checkbox"/> MIXTA	-

**2.2. Indicación de la Marca**  
(En caso de ser una marca denominativa consigne la denominación)  
QUINTU

**2.3. Reproducción de la Marca**  
En caso de marcas mixtas, figurativas, denominativas con grafía especial u otras, adjunte o inserte el facsímil)



**2.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca**  
Sí  NO

2.5. Lista de Productos y/o Servicios (deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicite el registro)						
CLASE	PRODUCTOS Y/O SERVICIOS					
41	Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales					
<input type="checkbox"/> MARCAR ESTE RECUADRO SI EL ESPACIO ANTERIOR NO ES SUFICIENTE. EN TAL CASO, INDIQUE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS ADICIONALES EN EL ANEXO B.						
SECCIÓN 3. REIVINDICACIÓN DE PRIORIDAD (llenar sólo en caso de tenerla)						
3.1. Nº de la solicitud cuya prioridad que reivindica	3.2. Fecha de Presentación	3.3. País de presentación	3.4. Clase	3.5. Productos y/o Servicios respecto de los cuales reivindica prioridad(*)	3.6. Adj. Prio. Ext.(**)	3.7. Adj. Trad.Prio. Ext.(**)
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
* Llenar sólo en los casos que reivindique prioridad única respecto de algunos de los productos o servicios de la clase. ** Adjunta Copia Certificada de la solicitud de Prioridad Extranjera *** Adjunta Traducción de la copia certificada de la solicitud de prioridad Extranjera						
<input type="checkbox"/> MARCAR ESTE RECUADRO SI EL ESPACIO ANTERIOR NO ES SUFICIENTE. EN TAL CASO, INDIQUE SI SE REIVINDICA LA PRIORIDAD RESPECTO DE OTRAS SOLICITUDES EN EL ANEXO C.						
SECCIÓN 4. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (llenar sólo de ser el caso)						
4.1. Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real invocado en el(s) Expediente(s) N°	4.2. Clase(s)					
[REDACTED]	[REDACTED]					
[REDACTED]	[REDACTED]					
[REDACTED]	[REDACTED]					

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Calle de la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800  
web: www.indecopi.gob.pe

F-MAR-03/1E

# GESTIÓN DE CO-BRANDING

## ¿Cómo se comporta?

Una alianza con una entidad financiera es lo ideal para QUINTU ya que al vincularse con ella será asociada a confiabilidad y eso es lo que buscamos en la primera etapa, adicionalmente podemos aprovechar las herramientas que el banco posee para facilitar las transacciones.

## ¿Qué buscamos con esa alianza?

Darnos a conocer al público y generar alianzas estratégicas para poder usar los servicios de la entidad financiera para poder ejecutar las transacciones con mayor eficiencia.



# MODELO EAST

## Fácil

Nuestra plataforma es intuitiva y sin engorrosos pasos, si necesitas ayuda adicional nuestro Contact Center esta siempre disponible.

## Oportuno

Toda la información que podemos compartir contigo estará disponible siempre.

## Atractivo

Las personas tienen la posibilidad de hasta quintuplicar su dinero con un pequeño monto.

## Social

Generar afinidad entre el portal y sus usuarios por medio de campañas en RRSS.

Generar confianza por medio de nuestros canales de atención disponibles en nuestro Contact Center.

Generar bonos para nuestros usuarios por referir a nuevo jugadores.

# INBOUND MARKETING



**Visitantes**

Optimización  
de SEO

Pago de pautas

Crear contenidos



**Prospectos**

Recordatorios  
ocasionales

Contenidos  
promocionales

Campañas de  
atracción



**Clientes**

Campañas de  
descuentos

Remarketing

Mailings con  
descuentos  
anticipados



**Emabajadores**

Mailings  
personalizados

Beneficios exclusivos

Envío de novedades  
de forma anticipada

**Herramientas:** Web, SEO, servicios de mailing, cuentas de redes sociales, analíticas de rastreo por medio de GTM y/o FB Pixel.



**MANUEL  
CANALES QUINTANILLA**  
Miembro titular del directorio

C: mcanales@quintu.mcq.pe  
F: +51 898 619 194

**QUINTU**

Este correo electrónico contiene información legal confidencial y privilegiada. Si Usted no es el destinatario a quien se desea enviar este mensaje, tendrá prohibido darlo a conocer a persona alguna, así como a reproducirlo o copiarlo. Si recibe este mensaje por error, favor de notificarlo al remitente de inmediato y desecharlo de su sistema.



GANADOR



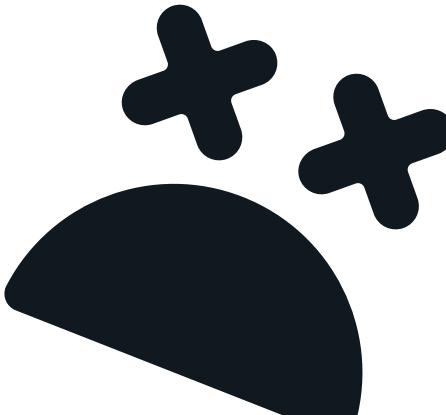
OPERACIÓN  
EXITOSA



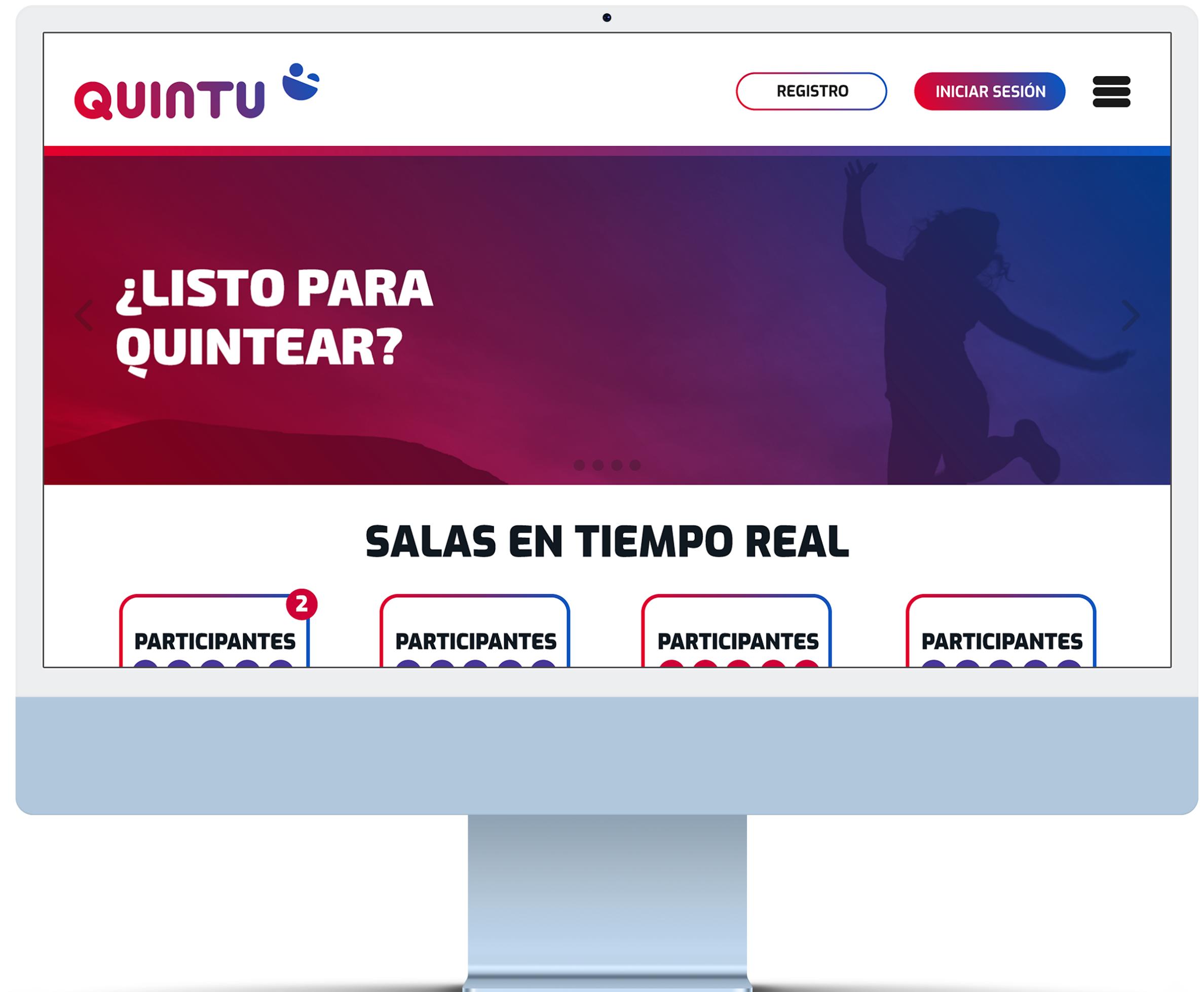
OPERACIÓN  
DENEGADA



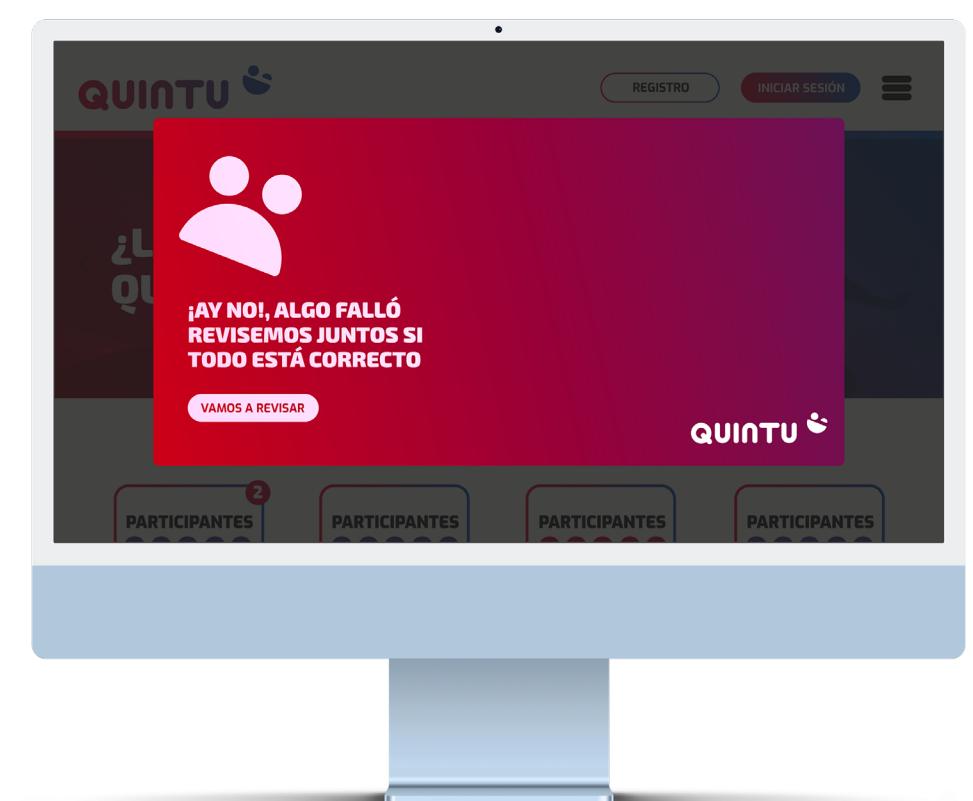
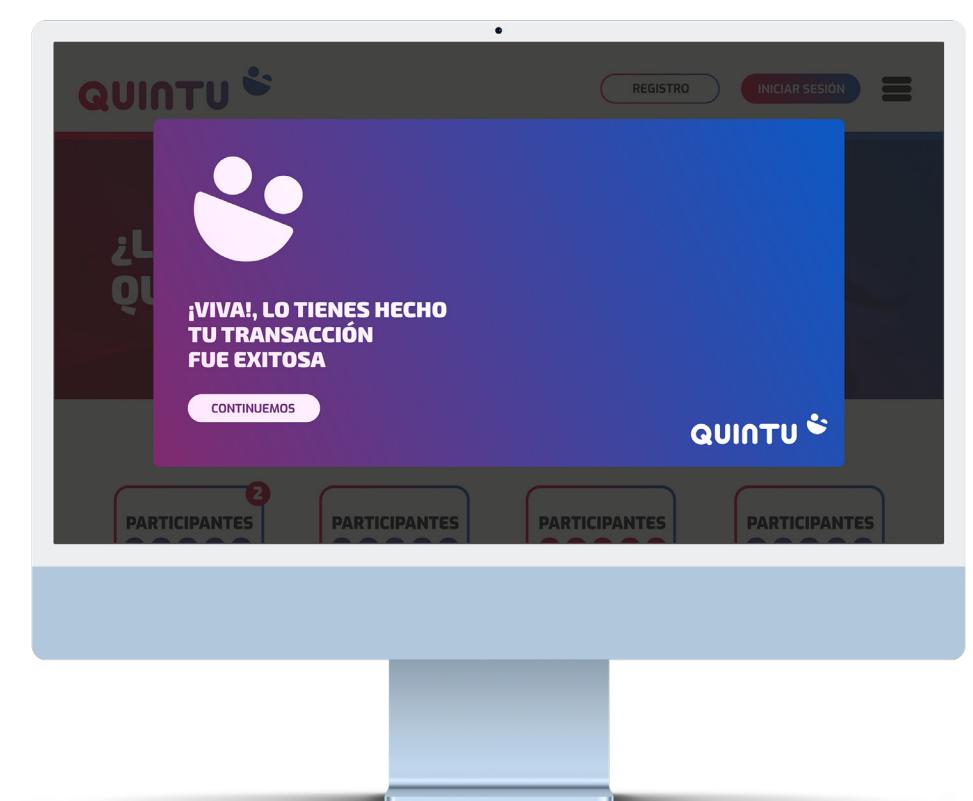
NO GANADOR



ERROR 404



The image shows the homepage of the Quintu website. At the top, there is a navigation bar with the Quintu logo, a "REGISTRO" button, an "INICIAR SESIÓN" button, and a menu icon. Below the navigation is a large banner featuring a silhouette of a person dancing against a red and blue gradient background. The text "¿LISTO PARA QUINTEAR?" is displayed in white on the left side of the banner. Below the banner, the text "SALAS EN TIEMPO REAL" is centered. A row of four buttons, each labeled "PARTICIPANTES", is shown, with the first button having a red circle badge with the number "2" above it. The main content area below has a light blue background.



# CONCLUSIONES

**Creo que los lineamientos desarrollados durante el presente curso son importantes para crear marcas que tengan una personalidad que pueda conectar con el público que estamos apuntando.**

**Entiendo que una marca debe ser adaptable sobre cualquier superficie ya que debe perdurar a través del tiempo**

# QUINTU

