

**UNIVERSIDAD GABRIELA MISTRAL
FACULTAD DE INGENIERÍA COMERCIAL
ESCUELA DE NEGOCIOS Y TECNOLOGÍA**



MATEO KÜPFER CAMPOS

**PROYECTO PARA OPTAR AL TÍTULO DE LA CARRERA
VIA EMPRENDIMIENTO REAL**

DAVID TRAMON SEPULVEDA

**DICIEMBRE DE 2022
SANTIAGO DE CHILE**

Índice

Índice	0
Introducción	5
Pestel.....	6
Factores Políticos.....	6
Factores Económicos	6
Factores Sociales	7
Factores Tecnológicos	7
Factores Ecológicos.....	8
Factores Legales	8
Análisis de las cinco fuerzas de Porter	9
Poder de negociación con los clientes	9
Amenaza de nuevos Competidores	9
Poder de negociación de los proveedores	10
Amenaza de Productos sustitutos	10
Rivalidad entre competidores existentes.....	11
Cadena de Valor	12
Definición del problema	12
Macroentorno	12
Sociocultural y demográfico	12
Político.....	13
Económico	13
Ambiental.....	14
Definición de cliente ideal	14
Mercado Objetivo	14
Mercado potencial	15
Mercado disponible	15
Mercado efectivo	15
Mercado objetivo.....	15
Definición del cliente ideal	17
Buyer Persona 1.....	17
Buyer Persona 2.....	18
Buyer Persona 3.....	19
Propuesta de valor	20
Creadores de beneficios	20
Automatización y mejora continua de la tienda y sus productos	20
Uso del mejor despacho de la zona	20
Atención al cliente 24 horas.....	20

Colaboración constante y ayuda remota	20
Productos y servicios:	21
Productos electrónicos Gamer.....	21
Variedad de productos para más comodidad y mejor experiencia.....	21
Aliviador de dolores	21
Aprendizaje continuo.....	21
Ayuda especializada de calidad.....	21
Baja contaminación y 0% de residuos físicos	21
Espacio totalmente virtual.....	21
Segmento de clientes	22
Alegrías	22
Diferenciación de precios	22
Buena resolución y rapidez de funcionamiento	22
Calidad asegura con devolución inmediata.....	22
Tareas del cliente.....	22
Mejora de funcionamiento y calidad	22
Material de apoyo para un uso practico	22
Mayor alcance de productos.....	23
Frustraciones	23
Impaciencia en los tiempos de espera.....	23
Mucha competencia	23
Otorgar confianza	23
Modelo de tu negocio: características	24
Tienda Online.....	25
Cargos por transacción competitivos.....	25
Blog.....	25
Empleados.....	25
Certificados SSL.....	26
Informes	26
Comercio internacional.....	26
Modelo de tu negocio: justificación	27
Lienzo del modelo de negocios.....	28
Socios clave.....	28
Proveedores de cada producto.....	28
Planes de internet.....	29
Marketing y publicidad.....	29
Actividades clave.....	29
Convenios con proveedores	29
Retroalimentación y desarrollo otorgado.....	29

Propuesta de valor	30
Espacio digital	30
Navegación simple y ordenada	30
Precios módicos.....	30
Garantía asegurada	30
Atención al cliente 24 horas.....	30
Relación con el cliente.....	30
Valor y confianza generada en el tiempo.....	31
Contacto directo con la empresa	31
Conformidad en los precios	31
Segmentos de clientes.....	31
Recursos clave.....	31
Despacho seguro.....	32
Atención y garantía asegurada	32
Canales.....	32
Estructura de costes	32
Suscripción anual del servicio.....	32
Entrega y garantía mejorada.....	32
Fuente de ingresos	33
Productos	33
Go To Market.....	33
Cliente validado.....	34
Estrategia de adquisición y retención	34
Producto	35
Precio	35
Envío.....	36
Marketing	36
Como escalar tu negocio	37
Análisis de la competencia.....	38
Competencia directa	38
Competencia indirecta	38
Equipo.....	39
Misión y visión.....	39
Misión:.....	39
Visión.....	39
Estructura Organizacional.....	39
Gerente de eCommerce.....	40
Administrador de web.....	40
Contenido, Mail Marketing, SEO Y SEM.....	40

Operaciones y cuidado del cliente.....	40
Productos y precios.....	40
Analista	41
Soporte técnico y mantenimiento	41
Política de recursos humanos.....	41
Clientes	41
Producto	41
Ética	41
Competencia.....	41
Relaciones laborales	41
Proyecciones financieras.....	42
Estudio de riesgo	43
Conclusiones	44
Bibliografía	45

Introducción

La pandemia fue uno de los impulsos permanentes de la digitalización en los mercados emergentes además de los fuertes cambios y progresos de la tecnología. El consumo de internet ha liderado hasta ahora la transformación digital, por lo que también hemos empezado a ver el despegue de varias aplicaciones de internet industrial, a medida que se fue dando este incremento varios fabricantes aprovecharon estos momentos para innovar y así poder aumentar su productividad. Gracias esto, hemos aprovechado este impulso positivo del mercado gamer para elevar e incluir más el sistema virtual logrando entregar productos que la gente está exigiendo, llevando el espacio gamer a la mejor resolución posible.

“El porcentaje de la población que juega algún tipo de videojuego alcanza casi el 40% de la población mundial, es decir más de 3 mil millones de personas.” (woites, 2021)

GAMER LAB CHILE es una empresa eCommerce dedicada a la venta de electrónicos de juegos y audiovisuales tales como: teclados, mouses, audífonos, cargadores, adaptadores y micrófonos. Nuestro objetivo es cumplir con la comodidad del usuario implementando ciertos productos que brinden una mayor satisfacción a su entorno tecnológico y así mejorar la experiencia de su uso.

Destacando la idea del eCommerce y como este ha influenciado en el crecimiento dada la pandemia, este es un sistema establecido a través de canales digitales, que se basa en un servicio que ofrece la venta de productos, por medio de internet donde los usuarios pueden acceder al catálogo de sus marcas preferidas o de aquellas que necesiten, en cualquier momento y lugar.

Gracias a los factores de confinamiento, educación, teletrabajo y aumento tanto en el uso de streaming como de videojuegos el mercado tecnológico se disparó, ya que las personas necesitaron contar en casa con los dispositivos necesarios para realizar sus labores cotidianas y saciar su tiempo de ocio. Estos fueron factores determinantes que potenciaron la idea de crear este emprendimiento.

En este caso, el sistema de eCommerce que utilizaremos es Dropshipping, un tipo de mercado en el cual la empresa no cuenta con inventario de productos físicos debido a que somos solamente la conexión entre el proveedor y el cliente, con el objetivo de minimizar los costos de inversión inicial y lograr una mayor captación de público (nacional e internacional).

Nuestro mayor público se encuentra entre 16 y 25 años, y consideramos el rango entre 25 y 40 respecto a quienes busquen elevar su experiencia en el uso y manejo de la tecnología.

El servicio que entregará EMPRESA será la accesibilidad a diferentes implementos relacionados y utilizados dentro del mundo Gamer en la actualidad, dejando al alcance de nuestros clientes productos innovadores que necesite para su comodidad y gustos.

El servicio que brindaremos será trabajado y desarrollado a través de la plataforma llamada "Shopify". Esta es una plataforma digital que fomenta a futuros emprendedores a hacer público sus proyectos mediante un sistema de proveedores y publicidad el cual te permite crear diferentes tipos de contenido, páginas web, publicidad en las distintas redes sociales, ayuda financiera y contabilista, gráficas de proyecciones y mucho más.

Pestel

Factores Políticos

Dentro de los factores políticos que debemos mencionar se encuentran la estabilidad gubernamental que en todo el mundo se ha visto afectada por las diversas problemáticas que se no han presentado en los últimos años: Pandemias, guerras y problemas financieros. Esto ha llevado a un sinfín de ajustes dentro de los gobiernos como recortes de presupuestos, leyes más estrictas además de destacar tensiones en la política, por lo que la industria gamer también se ha visto afectada, pero en una medida bastante menor, por ejemplo, en Chile que en estos últimos años todo el sector político y financiero ha sufrido grandes problemas, disputas y caídas.

Factores Económicos

Las condiciones económicas son muy importantes debido a que estos afectan al poder de compra y venta y con esto el gasto de los consumidores, es verdad que a nivel país hemos tenido que aplicar diferentes iniciativas y ajustes para controlar los desplomes, es una situación que también se ha visto alrededor de todo el mundo. Las restricciones y cambios aplicados en el comercio a nivel global han afectado la dirección que tiene el sistema económico dejando un alto impacto al momento de consumir estos productos que en su mayoría son de ocio, no obstante, el crecimiento de este ha registrado un 62% en su consumo y los accesorios gamer ha aumentado en más de un 200% durante el 2021 y con un fuerte crecimiento, destacando que el 60% de las ventas de estos se han realizado por formato online. Por concluyente debemos nombrar que la inflación, tasas de interés, volatilidad de los países, tasas de tipo de cambio, importación y exportación influyen en el flujo de los distintos productos de la industria de los videojuegos. Para este año se espera la primera caída de la industria en esta última década, respecto al año anterior según la consultora *neerlandesa Newzoo* con un 4,3% (2022), aun así estas estadísticas no indican malas proyecciones es verdad que decrecieron, pero esta fue ligera y no aplican que directamente este mercado entre en alguna recesión, es más según la firma de analistas *Ampere Analysis* (2022) se pronostican recuperaciones y aumentos para el 2023 debido a que el mundo gamer ya se encuentra en un etapa de normalidad lejos de la burbuja y

los grandes problemas generados alrededor del mundo este tendrá un aumento sostenido a lo largo del tiempo.

Factores Sociales

Cada vez más son las personas que utilizan el entorno tecnológico que el desarrollo mundial y las distintas marcas ofrecen, sabemos que el teléfono, el computador y un par de aparatos más son indispensables para la mayoría de nosotros, vemos como los jóvenes han automatizado prácticamente todo su entorno generando una dependencia y un alto nivel de consumo para satisfacer necesidades generadas por este mismo. Por el otro lado tenemos a adultos que han capacitado su ambiente no solo privado si no que también laboral en base a este mercado, la comodidad, autonomía, calidad y desarrollo se ve aumentado gracias al énfasis que se les da a estos productos debido al alto estándar que tienen que cumplir impuesto por los usuarios que requieren de un uso altamente efectivo. Informes de la *DFC Intelligence 2020* (industria que se enfoca en el análisis del mercado y pronósticos para el sector de videojuegos), habla de que el 40% de la población mundial juega videojuegos, tan solo en Chile se estima que más del 56% de la población son jugadores ocasionales y que dedican 5 a 10 horas semanales a los videojuegos.

Factores Tecnológicos

La tecnología y la innovación están totalmente anexadas a nuestra época, volviéndose indispensable tanto en la vida cotidiana como en la vida laboral, gracias a la evolución de la tecnología hemos podido ver cómo nos facilita todo. Esta situación se ha vuelto difícil de satisfacer debido a que, a pesar de estar en un constante cambio, también deben enfocarse en las necesidades de los usuarios aplicando cada vez más funciones y herramientas que logren enriquecer el entorno de estos. Como mencionamos anteriormente hoy en día los usuarios son altamente estrictos con lo que quieren, demandando que las tecnologías de los productos que consumen sean de lo mejor. Esto se puede observar en cómo han cambiado los computadores, celulares, televisiones y prácticamente todo el entorno tecnológico que utilizamos, sillas más cómodas, mouses más rápidos, teclados más ligeros y un sinnúmero de nuevos productos cumpliendo con esa necesidad tan apreciada en estos tiempos.

El mercado gamer se enfoca en dar con todas esas necesidades debido a que cumplen un cierto estándar para brindar una gran resolución hacia los videojuegos y esto es lo que hace que estos productos sean tan útiles para diferentes actividades, como por ejemplo las funciones que tienen los mouses gamer son mucho mayores que mouses convencionales, su fluidez en el movimiento además de las formas de sus diseños o sus colores potenciando el atractivo que tienen, como es también el caso de las sillas que son más cómodas, pensadas y diseñadas para alguien que destine grandes cantidades de horas sentado al día y esto le entrega accesibilidad para el uso de no tan solo ocio.

Para que esto haya sido posible los principales aparatos tecnológicos debieron crecer y actualizarse constantemente exigiendo que su entorno cambiara a la misma medida.

Factores Ecológicos

Dentro de los factores Ecológicos podemos ver el deterioro a nivel mundial que hemos sufrido a lo largo del tiempo, el calentamiento global ha tomado importancia al igual que la constante lucha por frenarlo, el factor de producción y aumento de diferentes tipos de productos y servicios ha potenciado el consumo de energía.

El consumo masivo que sea visto en aumento grotesco durante estos años es preocupante, durante el 2021 el mundo genero 53,6 millones de toneladas de residuos electrónicos de ellos tan solo el 17,4% que oficialmente reciclado, tan solo en Chile se producen anualmente 150 mil toneladas de estos residuos y tan solo se recicla el 5%, un 45% al vertedero y el otro 50% almacenado en alguna parte (bodegas, casas, oficinas). En respuesta a esta situación han aparecido diversas opciones y ayudas en Estados Unidos como la EPA (United States Environmental Protection Agency) logra por ejemplo recuperar 35.000 libras de cobre, 772 libras de plata, 75 libras de oro y 33 libras de paladio en un total de un millón de celulares, creando una fuerte preocupación si contáramos toda la industria tecnológica, podemos nombrar a RAZER (empresa dedicada al rubro gamer) que lanzo recién este año los primeros mouses ecológicos del mundo, esto es algo sorprendente pero todavía queda un largo camino que recorrer para lograr en su totalidad un ambiente tecnológico seguro y eco-friendly.

Factores Legales

Con respecto a los factores legales tenemos que estos han sido muy básicos a lo largo del tiempo no se les dio mucho énfasis, sin embargo, debido al alza exponencial que ha tenido su desarrollo en los últimos 5 años junto con el encierro masivo que tuvimos, se han aplicado diferentes leyes y normativas para regular el mercado de este debido a su alta participación y crecimiento masivo, dándole mayor importancia al mercado y una estructura mucho más elevada dando seguridad a las diferentes marcas, empresas y pymes emergentes a lo largo de estos años.

Análisis de las cinco fuerzas de Porter

Poder de negociación con los clientes

Haciendo una referencia al número de clientes el cual está en constante aumento, también podemos apreciar el incremento en tecnologías implementadas dentro del mundo Gamer.

Durante la pandemia vimos como el formato online paso a ser esencial creando más tiempo en el entorno virtual, esto abrió la posibilidad a los distintos usuarios a buscar alternativas para relajarse creando un espacio a los videojuegos. Esto provoco que las ventas durante el 2020 en el mercado de consolas registraran un aumento del 232%, a comparación del 2019.

Ahora para generar atracción con respecto a la página web, con el fin de que se realicen compras, la cual es una por las partes fundamentales del Dropshipping, lo más recomendable es la utilización del SEO (Search Engine Optimization) que consiste en una herramienta de marketing gratuita dentro del SEM (Search Engine Marketing). Cuando hablamos de SEM hablamos de todas aquellas acciones destinadas a aumentar la visibilidad y accesibilidad de las páginas web a través de los buscadores, mientras que el SEO se centra sólo en el posicionamiento dentro del buscador para dar más visibilidad al sitio web.

Por lo que al existir una alta facilidad a la hora de crear publicidad y por la masificación de este tipo de productos, el poder de negociación con los clientes es alta, ya que la amenaza de que el cliente prefiera utilizar los canales más conocidos y pagar un precio más alto por ello nos juega en contra.

Amenaza de nuevos Competidores

Respecto a las amenazas que se presentan en este sector podemos decir que se trata de una industria fragmentada del sector terciario, del cual se presenta un gran crecimiento y no solamente a causa de la pandemia donde es de muy fácil acceso, ya que, es necesario tener o conseguir un buen proveedor que prevea de los productos a un bajo costo para anclar la tienda a un proveedor seleccionado, crear una página web que cumpla lo solicitado y activar la cuenta para realizar los pedidos.

Por ende, la entrada de nuevos competidores es muy alta, lo cual sería una completa amenaza para nosotros.

Poder de negociación de los proveedores

Podría ser considerada una amenaza debido a que las tasas de ganancias dependen de las políticas del plan seleccionado (Shopify) y las comisiones que este decida aplicar, junto con el coste que cada proveedor otorga a los productos que queremos vender en nuestra tienda.

Circunstancias que afectan al poder de negociación
● Diferenciación del producto
● Escasa importancia del cliente hacia el proveedor
● Importancia del producto
● Influencia y capacidad de negociación de los servicios

Como se puede ver dentro de esta tabla tenemos que nuestros proveedores son una amenaza y le cierta ventaja sobre nosotros a la hora de seleccionar nuestros productos debido que el precio está dado tanto en unidad como en cantidad el cual determinará en gran medida nuestro margen bruto, destaca la menor importancia que significa la empresa para el proveedor, ya que tomando en consideración que él cuenta con muchos más compradores simultáneamente además de la importancia que genera cada uno de los productos seleccionados por lo que sería ideal o recomendable contar con un solo proveedor a causa de una búsqueda detallada y exhaustiva que se llevaría a cabo, para la selección de estos.

Ahora esto último puede verse como un beneficio, ya que como se mencionó, lo ideal seleccionar diferentes proveedores que brinden cada uno de los productos, generando independencia y facilidades por si uno de ellos tuviera algún problema por ejemplo de stock, por lo que es imprescindible realizar una búsqueda rigurosa para encontrar al proveedor que ofrezca mejores precios, calidad y variedades productos, de manera que se pueda llevar un control sobre la variedad de precios que existen en los distintos proveedores, las gamas de sus productos, formatos y diseños.

Amenaza de Productos sustitutos

La amenaza respecto a productos sustitutos es elevada, debido a que hay una gran cantidad de tiendas tanto en el formato eCommerce como en formato físico. Dentro del formato online existen múltiples tiendas que cuentan con mayor experiencia, tiempo en el mercado y con una alta confianza del cliente, por otro lado, podemos nombrar tiendas ya estandarizadas y posicionadas con locales que cuentan con gastos en arriendos, o las multitiendas que además cuentan con

productos físicos que se pueden ver. Todas estas ya poseen bodegas, trabajadores, gastos asociados con empresas de envío a domicilio, variedad de productos y precios, costos analizados y todo lo que implica su sistema.

Donde prestan un servicio en base a ventas de sus stocks, además otros factores importantes que aumentan la amenaza de productos sustitutos son:

- Percepción del cliente, en donde no ven una diferencia entre los productos entregados para saciar su necesidad, dando elección a tiendas ya conocidas cerciorándose de que se producto llegara tal y como se lo espera.
- Cuando el rendimiento o calidad del producto es superior al que ofrecemos
- Los precios estandarizados por las diferentes plataformas
- La accesibilidad de los clientes a la hora de adquirir otro tipo de producto ya que tiene muchísimas opciones

Rivalidad entre competidores existentes

En base a lo recién mencionado, se podría realizar una estrategia para combatir la amenaza, como podría ser tener información actualizada con el crecimiento de aquellas empresas que ofrecen dichos productos sustitutos y así evaluar sus precios, su plan de marketing y las respuestas de los consumidores, como también generar una fidelidad hacia los clientes y adoptar estrategias que incrementen las barreras para los productos sustitutos, dando también la posibilidad de adquirir ciertas prácticas o productos que a la competencia le están beneficiando. Además de eso se le puede aportar un valor añadido a los productos y servicios de la empresa, a través de la cadena de valor, ya que este modelo puede ser muy positivo debido a que cuenta con una gran ventaja competitiva gracias a la ausencia de 3 de las 5 actividades primarias que se deben llevar a cabo una empresa, las cuales serían, logística interna, producción y logística externa.

Cadena de Valor



Al analizar la cadena de valor, logramos identificar las ventajas competitivas que tiene una organización, ya que cada actividad agrega valor a la empresa, aunque también implica costos. La diferencia entre estos dos conceptos es que el valor que entregamos se convierte en la cantidad que nuestros clientes están dispuestos a pagar por el producto y el costo que tenemos es la tasa de retorno que obtendremos. Gracias al modelo elegido de Dropshipping, se elimina el costo de tres de estas operaciones y mantiene el valor que brindan, demostrando que es en el modelo donde radica una de nuestras mayores ventajas competitivas.

Definición del problema

Macroentorno

Sociocultural y demográfico

Dentro de esta gran cantidad de jugadores alrededor del mundo nos encontramos con el análisis: “*Essential Facts About the Video Game Industry* publicado por la *Entertainment Software Association (ESA 2020)* especificó que al menos el 38% de la población que juega se encuentra entre los 18 y 34 años, el 26% entre 35 y 54 años, un 21% 18 años o menos, un 9% entre 55 y 64 años y tan solo un 6% de los 65 años para arriba. (*Entertainment 2020*)”

Latinoamérica tiene aproximadamente el 11% de estos consumidores Gamer y específicamente en Chile, de 20 a 24 años es el que presenta mayor uso de Internet, llegando al 94,5% en ese tramo etario. Por el contrario, el grupo que está por sobre los 80 años, es él que menos usa la web, con un 9,8%. Quienes más compran en internet se encuentran en un rango etario que va desde los 25 a los 34 años, siendo la tercera parte del total de los encuestados (33%). Seguido de los de 35 a 44 (24%) y de los más jóvenes, que van desde los 15 a 24 años (22%),

generacionalmente el 27% son *Millennials*. Una muestra de la comparación entre usuarios en zonas rurales vs zonas urbanas, mientras más poblados y sectores aislados el acceso a internet llega a un 49,6% de su población, en las grandes ciudades totaliza un 76,1%. El nivel educacional también es clave a la hora de comprender dónde están los desconectados; a mayor nivel educacional, mayor es el acceso a la red en Chile. Solo el 41% de la población sin educación formal tiene acceso a internet, porcentaje que se eleva a un 87,6% entre los que están con educación media completa y un 95% declarado entre quienes son profesionales.

Político

La inestabilidad y descontento frente al escenario político actual y la continuación de una pandemia que azota el mundo desde el 2019, da inicio al desarrollo de propuestas tecnológicas que buscan beneficios directos para los consumidores, pero muchas tecnologías y desarrollos marcaron el año, aunque no despegaron como se esperaba. Algunos de los más renombrados a nivel global como la telemedicina, conducción autónoma, Edge Computing y Digital Twins.

A partir de estos desarrollos y de otros que sí marcaron la agenda por su crecimiento exponencial y muchas veces inesperado como la inteligencia artificial y con esto, varios productos que se destacaron y se quedaron, también tenemos el decrecimiento en algunos rubros y canales tradicionales que ha llevado a las empresas a buscar nuevas modalidades de venta, acelerando significativamente la transformación digital como una solución para paliar el decrecimiento de sus ingresos. Tanto los hábitos de consumo y los avances tecnológicos que pronostican un crecimiento en las compras online para estos años, como la preocupación por el entorno y la discusión política actual, favorecen a la oportunidad de negocios o propuestas que buscan encontrar un poco de justicia al descontento de la población y consumidores en la adquisición de productos o servicios. No existen impedimentos legales en la actualidad que no permitan desarrollar una plataforma colaborativa considerando la falta de regulación, la oportunidad de crecimiento de esta industria y de hacer partícipe a la sociedad en lo que ellos quieren, resguardando y manifestando el impacto económico, sociocultural y ambiental de esta nueva forma de comprar.

Económico

En comparación a otros países desarrollados, Chile no posee muchas tiendas que sean especializadas en la venta y distribución de productos tecnológicos, provocando de este modo un aumento considerable del precio de estos, tales son los casos de componentes como mouses que pueden llegar a aumentar de 15.000 CLP a 80.000 CLP. Estos precios desmotivan a los clientes y optan por comprar lo más barato, que sigue siendo un producto de precio sobrevalorado, por lo que implementar nuestro modelo de negocios no solo fomentaría un interés por el sector Gamer, sino además daría la confianza a otras empresas a instaurarse con sus propios modelos de negocios lo que logra crear una confianza para inversionistas extranjeros y

tener la oportunidad de traer más productos de diferentes marcas, lográndose de esta manera una reducción de precios y un aumento de clientes.

Ambiental

La crisis medioambiental y el desafío de cuidar el planeta que buscar fórmulas sostenibles exige una respuesta de la tecnología. A partir de esta necesidad, surgen innovaciones con nuevas tecnologías que ayudan a solucionar los problemas ambientales, como la contaminación del aire, contaminación acústica, manejo de residuos, disminución de huella de carbono, entre otros.

Como una de las razones para contaminar menos se centralizaron los modelos de entrega, donde los productos se entregan en un punto de recogida al que acude el consumidor. Las entregas se hacen a través de vehículos menos contaminantes y así, reducir las emisiones como por ejemplo con bicicletas, pero exige repensar el diseño de la red de distribución.

Nuestros pedidos son enviados por los proveedores a través de barcos de carga, por lo que después se envían en camiones de despacho al destino que el cliente solicitó, por lo que nuestro efecto medioambiental es negativo y solo mejorable si los terceros (empresas destinadas al transporte de bienes) actualizan sus métodos de transporte de manera más ecológica.

Definición de cliente ideal

Mercado Objetivo

Para definir el mercado objetivo de nuestro grupo de clientes que pueden estar interesados en nuestros productos o servicios y que cuantifican la demanda existente por el bien o servicio que se pretende analizar, hay que:

Segmentar el mercado a través de distintos criterios

Ya concluida nuestra segmentación e identificado nuestro público objetivo, se tendrá que cuantificar nuestro mercado objetivo para lo cual es necesario definir 4 mercados para el proyecto.

Nuestro mercado objetivo finalmente serán hombres y mujeres entre 16 y 25 años además de hombres y mujeres entre 26 y 45 años de la región metropolitana que principalmente se encuentran en el sector oriente de la región, no obstante, los productos seleccionados y nuestro modelo de negocios se ideó para abarcar en lo posible a todos los niveles económicos, que estén dispuestos a comprar en nuestra tienda.

Mercado potencial

Hace referencia a nuestro conjunto de individuos que pertenecen al segmento que hemos definido para la comercialización de nuestros productos o servicios. Y son aquellas personas que necesitan nuestro producto o servicio general alrededor del mundo, estas tienen entre 16 y 25 años además de personas entre 26 y 45 años, que pertenecen a la clase media para arriba y buscan opciones de tecnología más accesible, duraderas y eficaces.

Mercado disponible

Está formado por el conjunto de consumidores que tienen la necesidad de comprar el producto o servicio, pero no solo de tipo general, sino con características más específicas, buscan algo más particular y accesible para su bolsillo. Principalmente son hombres, escolares y trabajadores.

Mercado efectivo

Es una parte del mercado disponible y está formado por el conjunto de consumidores que tienen la necesidad de comprar un producto o servicio aún más específico que el correspondiente al mercado disponible por lo que generalmente deben encargarlo fuera de su región.

Mercado objetivo

Es una parte del mercado efectivo que se fija como meta ser alcanzada por el proyecto, es decir la parte de la demanda a ser atendida, para lo cual la base son criterios definidos por los inversionistas o proyectistas.

Esta empresa se encuentra en el sector de la tecnología, cuyo crecimiento ha ido aumentando en los últimos años. El mercado objetivo de nuestro Dropshipping son las personas, empresas ya sean grandes o chicas, que utilicen la tecnología en su vida cotidiana, o aquellas que estén incursionando en este sentido, junto con aquellos que están a la vanguardia de los aparatos electrónicos.

Para superar la alta competencia de este sector hemos decidido centrarnos en estos segmentos. En primer lugar, la función por la que nos hemos encaminado es la de la venta de productos tecnológicos, ya que es un campo que se explotó bastante durante la pandemia. En estos últimos 2 años está teniendo un fuerte repunte en su demanda. Por tanto, nuestra misión es acercar este tipo de productos a nuestro público objetivo sin que tenga que hacer un gran esfuerzo de búsqueda. De esta manera nos abrimos hueco en un sector con una fuerte competencia, respondiendo a quién vamos a vender estos productos podemos decir que nos hemos focalizado principalmente entre 16 y 45 años, ya que este es el grupo de clientes que

consideramos que más va a demandar este tipo de productos, al tratarse del boom mundial. En un futuro no se descarta ampliar el grupo de clientes introduciendo otros elementos. También, hablamos de la tecnología que vamos a emplear para llevar a cabo esta función y cubrir las necesidades de nuestros clientes. Puesto que se trata de un negocio mediante Dropshipping las únicas tecnologías que vamos a necesitar son la página web y las redes sociales, que nos permiten estar en continuo contacto con nuestros clientes y con nuestros proveedores.

A pesar de ser un sector fragmentado y con una alta competencia presenta también un gran crecimiento, los artículos tecnológicos son uno de los que presentan un mayor número de ventas online en todo el mundo. Su crecimiento a lo largo de los años se debe a su mejora evolucionada que tuvo durante este último tiempo y a lo que requerimiento que tuvieron satisfacer las personas en pandemia. Las compras online subieron y con estas también la tecnología, todos en su momento requirieron de ella en sus hogares y esta se ajustó correctamente y es por eso que se vio un aumento en la confianza de los clientes hacia las páginas web y por consiguiente a las compras online. Por otro lado, hoy en día la tecnología permite a los clientes apreciar cada vez mejor cómo son los productos y permite una comunicación fluida empresario-cliente que mejora las relaciones y que impulsa la adquisición final. Al tratarse de una empresa mediante Dropshipping contamos con ventaja por un menor número de barreras de salida y una menor estructura de costes. En relación con los proveedores, estos no suponen amenaza pero no es tan elevada como mencionamos anteriormente ya que hay una gran dispersión de estos, no tienen una fuerte influencia ni capacidad de negociación y los productos que venden no están diferenciados, sin olvidar la referencia de nuestros clientes podemos decir que el aumento de la información que tienen en su poder en la actualidad debido a las nuevas tecnologías tiene un efecto negativo pero a la vez positivo, ya que de esta manera podemos llegar a más rápido a una mayor cantidad de público.







Por esto consideramos que una de las mejores maneras de instalarse en este sector es a través de la creación de una empresa mediante Dropshipping, ya que presenta las grandes ventajas de no tener costes ni de almacenamiento ni de distribución, logrando así centrarnos en la captación de clientes, en dar visibilidad a la página web y en crear una fuerte relación de confianza con el cliente. A pesar de ser una empresa pequeña dentro de un mercado tan grande es posible diferenciarnos y tener un crecimiento constante.

Definición del cliente ideal

Como quise investigar en diferentes rangos etarios me encontré que las diferentes edades tenían necesidades muy similares si bien tienes vidas totalmente distintas todas querían lo mismo.



Buyer Persona 1

Sofia se complementa mucho con su entorno tecnológico lo que nos abre la facilidad a cumplir con las necesidades que le surgen, a pesar de que no son todas sus necesidades tenemos un factor importante, que a la hora de estar en casa va a utilizar y bien con el tiempo encontrar nuevas necesidades que le surjan al tener productos tecnológicos.

 Nombre Sofía Enriquez Edad Entre 16 y 18 años Nivel de educación más alto enseñanza media Redes sociales     	Que es lo que quiere Pasarlo bien y cuando esta en la casa jugar videojuegos.	
	Gustos Salir con sus amigos, jugar tenis y jugar videojuegos.	Canales Favoritos Instagram y TiK Tok.
	Herramientas que necesita para trabajar Computador, Mouse, Teclado, Silla, Camara, Microfono, Audifono.	Obtiene información a través de Redes sociales y sus padres.
	Metas u objetivos Poder jugar con mis amigos y ser buena en los juegos.	Zona demográfica Actualmente viviendo en sector oriente, region metropolitana.
	Dificultades principales Dinero (le pide a sus padres). Productos feos (que no le gustan).	Temores Que no lleguen las cosas que compro. Que no lleguen rapido.



Buyer Persona 2

Max se dio a entender de que sin la tecnología él no podría funcionar, el sigue en la universidad y el formato de sus estudios son totalmente online, además de mencionar que está trabajando en la creación de un libro de fantasía sin los implementos que lo rodean en su entorno virtual sería imposible lograr la resolución que espera y sería aún peor con implementos de baja calidad.

	Que es lo que quiere Optimizar su rendimiento en los juegos y lograr diseñar sus trabajos para la universidad	
Nombre Max Verdugo	Gustos Videojuegos, leer, animacion digital.	Canales Favoritos Instagram, Tik Tok y Discord
Edad Entre 18 y 24 años	Herramientas que necesita para trabajar Computador, Mouse, Teclado, Silla, Audifonos.	Obtiene información a través de Redes sociales, tiendas online, noticias nacionales y familiares.
Nivel de educación más alto Universidad no finalizada	Metas u objetivos Lograr un rendimiento optimo de su entorno tecnologico, comodidad y facilidad a un precio modico.	Zona demográfica Actualmente viviendo en santiago oriente, region metropolitana
Redes sociales 	Dificultades principales Escasez de productos a su gusto, coste de productos mas personalizados en su region, alto nivel de rendimiento tecnologico.	Temores Ser estafado por el formato online. Tiempo excesivo de despacho. Poca garantia en sus compras.
Tamaño de la organización Trabajador independiente		

Buyer Persona 3

Rafael posee una dependencia de otro grado, es cierto que no gasta todo su tiempo jugando videojuegos tiene que trabajar constantemente por el computador teniendo que pasar muchas horas de su día al frente del escritorio, por otra parte podemos nombrar que los clientes de su edad no se centran tanto en los juegos ya que tienden a sociabilizar más con su entorno físico aun así debemos destacar que en su caso al tener un formato de trabajo de este calibre lo liga mucho a un entorno altamente tecnológico y de calidad.

	Que es lo que quiere Poder trabajar comodo y eficientemente desde su casa, ademas de tener un entorno util y relajante para jugar.	
Nombre Rafael Sepulveda		
Edad Entre 35 y 44 años	Gustos Pasar tiempo con su mujer y sus gatos, videojuegos, leer	Canales Favoritos Twitch, Instagram, Facebook, Discord
Nivel de educación más alto Título profesional		
Redes sociales 		
Industria Kinesiólogo	Herramientas que necesita para trabajar Computador, Mouse, Teclado, Silla, Audifonos, Microfono, Camara	Obtiene información a través de Noticias nacionales y mundiales, Redes sociales y amigos
Tamaño de la organización Trabajador de empresa	Metas u objetivos Atender a sus pacientes con la calidad que merces y lograr una buena resolucion de sus videojuegos.	Dificultades principales Tiempo muy justo, escacez de productos de su gusto en su region y un mercado con muchas opciones.
Zona demográfica Actualmente viviendo en santiago oriente, region metropolitana		
Responsabilidades laborales Atender Pacientes de forma remota.		Temores Ser estafado en el formato online. Poca garantia de sus compras. pagar de mas.

Esto en conclusión nos dice que las similitudes son muy grandes y las necesidades a pesar de estar destinadas a distintas actividades pasa a ser indispensables para cada uno de ellos logrando satisfacer su entorno y adaptándolo necesariamente para actividades laborales, de estudio y de ocio.

Propuesta de valor

Creadores de beneficios

Automatización y mejora continua de la tienda y sus productos

Debido a ser un eCommerce, GAMER LAB CHILE tiene la posibilidad de adaptarse a un sinfín de posibilidades, al tener completa disposición de diferentes proveedores las posibilidades de buscar un producto nuevo son muy altas adaptándose a cualquier tipo de mercado, tendencia o moda que se pueda apreciar en el desarrollo de los años.

Los tipos de productos que se venderán están destinados a accesorios Gamers por lo que podremos vender una gran variedad de productos y tener diferentes categorías dentro de lo que se ofrece. Por otro lado, la mejoría continua nos destaca debido a que el apoyo que se le otorga a la empresa al suscribirse al plan de Shopify es de alta calidad y con asistencia en las diferentes áreas necesaria para cumplir con las funciones y proyecciones estimadas.

Uso del mejor despacho de la zona

Gracias a la alta gama de repartidores que el mundo posee Shopify se adapta a diferentes alternativas de despacho, aunque existan comisiones más elevadas por los diferentes servicios de despacho el usuario al momento de comprar el paquete elige dentro de las posibilidades de su región la entrega más cómoda para él.

Atención al cliente 24 horas

Debido a la alta participación de colaboradores y la operación remota que la empresa utiliza, el sistema de atención es completo y de formato online si bien el emperador tiene sus horas de sueño la asistencia proporcionada se encarga de no fallar ante cualquier problema o consulta.

Colaboración constante y ayuda remota

Apoyo constante de la plataforma Shopify junto con sus profesionales, nos ayudaran en todo lo que necesitemos y nos guiaran en el proceso para mejorar constantemente.

Productos y servicios:

Productos electrónicos Gamer

GAMER LAB CHILE posee una gran variedad de productos destinada al entorno tecnológico ya sea en la casa o en la oficina, por lo que el uso de este se hace muy deseado a la hora de necesitar una resolución y comodidad.

Variedad de productos para más comodidad y mejor experiencia

Nos guiaremos por las tendencias de los usuarios y los modelos que están buscando, GAMER LAB CHILE posee una variedad de productos de todos los ámbitos, ¿Por qué? Es muy fácil si el proveedor lo tiene lo podemos vender y al existir una innumerable cantidad de proveedores a lo largo de todas las páginas de venta de productos podemos ligar el eCommerce a muchos productos y crear publicidad para ellos.

Aliviador de dolores

Aprendizaje continuo

Al tener contacto con varios colaboradores y en teoría ayuda para el progreso de la empresa tenemos la facilidad de aprender constantemente sobre el negocio, sistema y productos, buscando en donde se creó un problema para vender la solución más inmediata, uno nunca deja de aprender hasta de su misma idea.

Ayuda especializada de calidad

Como explicamos anteriormente tenemos la facilidad de recibir ayuda por el servicio que estamos utilizando, dando constante retroalimentación y progreso a la empresa.

Baja contaminación y 0% de residuos físicos

Debido a que trabajamos por internet no tenemos un local que contamine con sus diferentes características ni productos que no se vendieron y que perdieron su vida útil.

Espacio totalmente virtual

Al ser un eCommerce, GAMER LAB CHILE tiene un entorno totalmente virtual dando la posibilidad de crear nuevo contenido o expandirse creando diferentes páginas y categorías de productos.

Segmento de clientes

Alegrías

Productos a variedad, calidad asegurada, atención al cliente, precios módicos, despacho deseado, garantía, son una de las cuentas alegrías que le brindaremos a nuestros clientes si bien todas estas son muy importantes para darle satisfacción aquellos que compren en nuestra tienda debemos asegurarnos de cumplir con sus exigencias para otorgar esa confianza tan delicada y crucial para expandir el valor que agregaran como usuarios.

Diferenciación de precios

Al existir demasiados proveedores podemos seleccionar todo tipo de productos por sus precios además de buscar e implementar la mejor calidad. Buscar el proveedor que otorgue el producto seleccionado al menor precio.

Buena resolución y rapidez de funcionamiento

La página contará con las diferentes formas de pago y será de acceso rápido esto quiere decir que cada producto y su categoría correspondiente estará detallada para facilitar al cliente.

Calidad asegura con devolución inmediata

Las devoluciones son un factor importante para brindar confianza al cliente, pero no son suficiente para garantizar que todo salga acorde a lo que el usuario estaba esperando, por lo que asegurar la satisfacción que ofrecemos es esencial para el buen funcionamiento de la empresa.

Tareas del cliente

Mejora de funcionamiento y calidad

Aquí el cliente está generando la calidad que tanto lo enriquece debido a la tecnología que brindan los productos, satisfaciendo su necesidad de mejora además de cumplir con la comodidad esperada.

Material de apoyo para un uso practico

La página web de la empresa contara con videos describiendo cada producto junto con sus atributos, instalación y uso.

Mayor alcance de productos

Al funcionar con proveedores en diferentes partes del mundo contamos con una amplia gama de posibilidades que a pesar de encontrarse en la región del usuario este tiene un costo muy alto o simplemente no se encuentra disponible por su ubicación.

Frustraciones

Impaciencia en los tiempos de espera

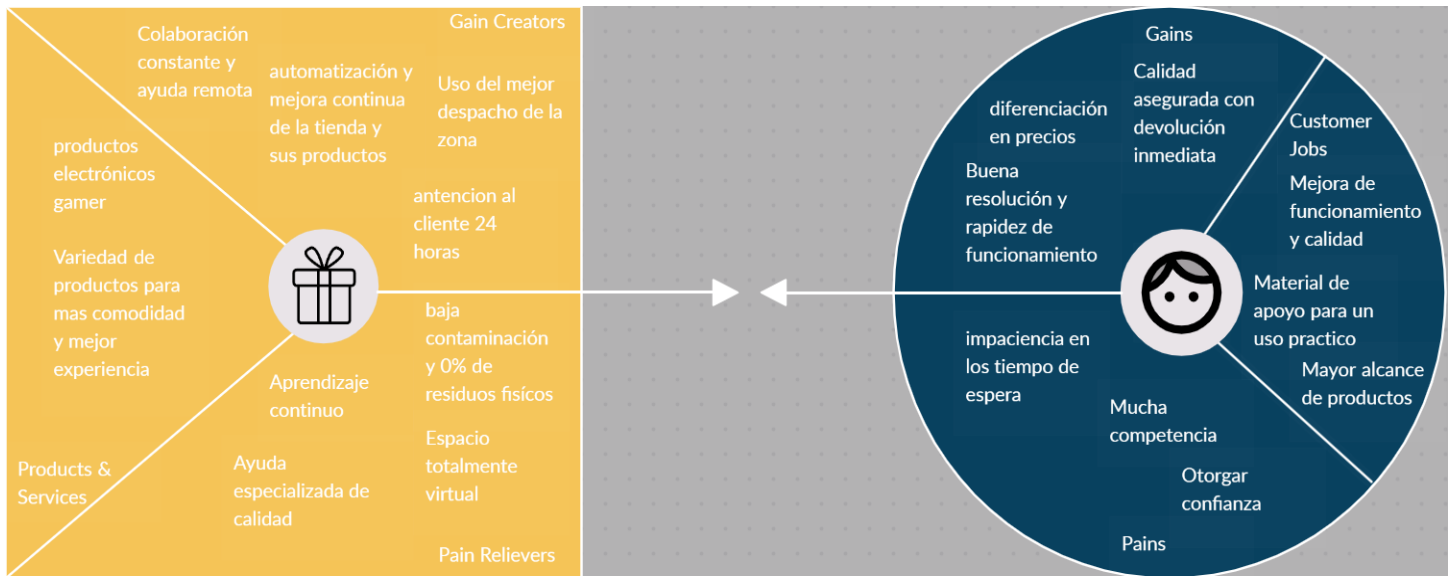
Los usuarios de las diferentes plataformas online siempre quieren que los productos estén en menos de 24 horas con ellos o bien literalmente después de haberlos comprado, el sistema de despacho se ajusta a la región del usuario por lo que al momento de realizar la compra se asignara la vía más rápida para cumplir con su destino, aun así cumplir con una fecha estimada siempre será crucial para la empresa.

Mucha competencia

Es cierto el mercado de aparatos electrónicos es gigantesco tiene un sinfín de productos, tiendas, multi tiendas y proveedores es por esto que uno de los puntos más importantes de la empresa es encontrar ese producto que todos quieren además de brindar las diferentes expectativas que los usuarios desean cumplir.

Otorgar confianza

Cada vez más la conexión entre eCommerce y los clientes es más pequeña generando de a poco confianza en las distintas plataformas, pero esto es en gran parte después de consumir algún tipo de producto o servicio, por lo que la primera mirada que se da a las nuevas tiendas, marcas o productos puede ser un tanto perjudicial en primera instancia, esto debe ser solucionado mediante una explicación detallada de todo lo que el usuario desea cumplir como las especificación legales o paginas seguras y verificadas, pero además de esto intentar brindar confianza por medio de un proceso bien presentado, una buena publicidad, una página apreciable, fácil acceso, orden, y por supuesto desde el proceso total. Desde que el usuario ve el producto, lo compra y lo recibe.



Modelo de tu negocio: características

Como ya sabemos el modelo de Dropshipping es muy simple



Existen 4 tipos de planes a elegir en la plataforma de Shopify, algunos de ellos ofrecen descuentos por contratar un plazo más extendido con suscripciones por ejemplo anuales ofrece un 10% de descuento.

Cada uno de estos planes cuentan con una tienda online con su respectivo blog, productos a vender ilimitados, recuperación del carrito de compra, seguridad incluyendo certificado SSL (Certificado de clave pública) para protegerte a ti y a tus clientes, códigos de descuento, tarjetas de regalo, soporte al cliente 24 horas al día, escalabilidad con servicios preparados para todos los días del año.

Dentro del costo de las suscripciones de cada plan tenemos que considerar que cada uno de ellos lleva un costo de transacción por venta.

1. Shopify lite: 2,4% + 0,26 US\$ por venta
2. Basic Shopify: 2,4% + 0,26 US\$ por venta
3. Shopify (Plan intermedio) y plan que utilizaremos :2,1% + 0,26 US\$ por venta
4. Advance Shopify: 1,8% + 0,26 US\$ por venta

Existe un 5to plan, pero no está contemplado debido a su alto coste de entrada es más los usuarios e incluso la misma página de Shopify recomienda utilizar este plan cuando ya tengas experiencia trabajando con ellos.

Shopify cuenta con su propio método de pago llamado Shopify Payments que cuenta con todas las garantías y seguridad que los usuarios esperan de un servicio tan elaborado, el énfasis que le dieron a este medio de pago fue que si los usuarios que vendan productos prefieran utilizar otros medios de pago por ejemplo PayPal o directamente a sus tarjetas de crédito las comisiones serán distintas y más elevadas, por lo que incentivan a usar su sistema, esto es bueno debido a que al tener todo registrado con ellos los problemas se resuelven mucho más rápido.

El plan que utilizaremos de inicio es el plan Shopify (Plan intermedio): debido a que es el mejor en precio y calidad además brinda múltiples ayudas y beneficios muy útiles para lograr los objetivos de la empresa, este tiene un valor de 50 dólares al mes y cuenta con las siguientes características:

Tienda Online

puedes crear y personalizar una tienda online para tus productos y gestionarla a través del panel de control de Shopify. Puedes cambiar la apariencia de tu tienda usando el editor de temas integrado de Shopify.

Cargos por transacción competitivos

ofrece tarifas competitivas en los cargos por transacción. Consulta la página de precios de Shopify para conocer los cargos por transacción específicos de los planes para tu región.

Blog

Tu tienda online incluye un motor de creación de blogs, que puedes usar para publicar artículos, brindar información a tus clientes sobre eventos y promociones, y recibir comentarios y reseñas de tus clientes.

Empleados

El plan de Shopify admite cinco cuentas para empleados.

Certificados SSL

Un certificado SSL gratis es un protocolo de seguridad que establece una conexión segura entre un servidor y un navegador para garantizar la seguridad de tu información y la de tus clientes. Con Shopify puedes activar los certificados SSL gratis para encriptar el contenido de tu tienda online y publicarlo de manera segura utilizando “HTTPS” en lugar de “HTTP”. Con esto aparece el ícono SSL del candado al lado de la URL de tu tienda online en la barra de direcciones.

Informes

Puedes hacer un seguimiento del rendimiento del negocio usando los informes. El plan de Shopify viene con la página de informes y estadísticas, informes financieros, informes y estadísticas de productos, Vista en tiempo real, informes de adquisición, informes de inventario, informes de comportamiento, informes de marketing, informes de pedidos, informes de ventas, informes de ventas minoristas, informes de ganancias e informes de clientes.

Comercio internacional

El plan Shopify ayuda a tu crecimiento internacional a través de Shopify Markets, una herramienta de gestión *Cross Border* que te permite configurar ajustes específicos para cada región internacional.

Información extraída de la página oficial Shopify.com

Ahora con respecto a los proveedores, China es uno potencial, pero a la vez podemos utilizar las diferentes páginas de comercio de productos a lo largo del mundo en el ámbito tecnológico, para trabajar en el mercado de Dropshipping, podemos nombrar a:

1. Made In China
2. Aliexpress
3. Amazon
4. Wish
5. Mercado libre

Existen distintos tipos de proveedores dentro de estas páginas a su vez cada uno de ellos tiene muchos productos de diferentes categorías por lo que eligiéremos el que más nos acomode y cumpla con los productos seleccionados, es más podemos ir cambiando de proveedor conforme surja un nuevo producto que se quiera comercializar. Cada uno de estos proveedores tendrán sus propios precios por unidad y cantidad, a pesar de esto tenemos la ventaja con Aliexpress debido a que esta posee un acceso más rápido y automatizado para anclarse al proveedor a

elección gracias a la facilidad que entrega Shopify para funcionar en esta página. Las comisiones por venta o por producto retirado de proveedores no se aplica para el usuario que está vendiendo el producto si no que es un proceso interno.

Empezaremos con Aliexpress ya que es la página más funcional y con acuerdos que tiene Shopify.

Modelo de tu negocio: justificación

Dentro de todo lo que ofrece Shopify nos encontramos que además su modelo de negocios es bastante simple y preciso, se usa prácticamente en cualquier mercado y no se necesita mayor especificación para llegar entenderlo, aun asi la apertura para indagar dentro de este mercado es bastante amplio dando facilidades para crear un modelo de negocios que nos identifique aún más logrando la capacidad de analizar qué problema podemos resolver y como nos vamos a proyectar en el futuro apuntando a otorgar un mayor valor a nuestros clientes y asi enriquecer a la empresa.

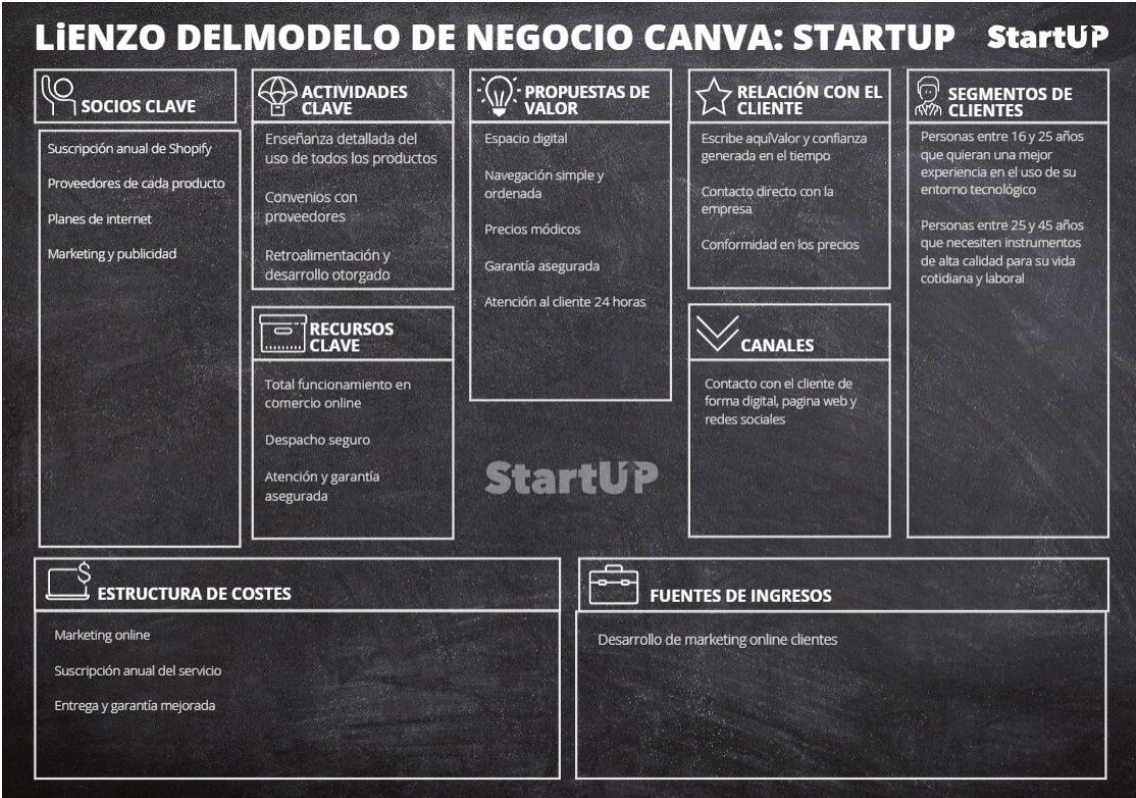


Ya hemos mencionado con anterioridad lo que es el modelo de Dropshipping, por lo que cabe destacar que al ser un eCommerce cumple con ciertos roles que deberá ejercer para un sistema más didáctico con ellos se ve como es el funcionamiento de cualquier empresa online que relata esto de su industria, podemos ver como todos los costos asociados a una empresa física desaparecen en este mercado. La afiliación a proveedores es algo esencial que debemos cumplir para poder realizar nuestras ventas siendo de suma importancia, sumado con la información tecnológica que necesitaremos ejercer una resolución perfecta para mantener la empresa al día

de todo su ambiente dando facilidades para ver que podemos estar haciendo mal y que podemos mejorar, además de tener completa disposición a nuevos productos para lograr un ciclo de vida nuevo constantemente.

Lienzo del modelo de negocios

Este será nuestro lienzo del modelo de negocio actualizado y mejorado para que dentro del mercado Dropshipping podamos distinguirnos de nuestra competencia además de la confianza que entregaremos a nuestros clientes gracias al énfasis del estudio realizado.



Socios clave

Suscripción anual de Shopify

Bueno como ya sabemos es necesario elegir alguno de los planes para poder empezar a funcionar dentro del servicio.

Proveedores de cada producto

Tendremos especial cuidado con los productos seleccionados y como sabemos que cada proveedor tiene diferentes productos analizaremos aún más a nuestro proveedor logrando encontrar al más conveniente, otorgando una mayor confianza para la conexión empresa proveedor.

Planes de internet

Para lograr llevar todo esto a cabo es indispensable adquirir un proveedor de wifi para lograr funcionar dentro de la red, por lo que debemos establecer un costo de uso, afortunadamente ya estamos en una época que las facilidades para navegar por internet son gigantescas y los costos módicos y totalmente accesibles.

Marketing y publicidad

Ya que uno de nuestros pilares de comunicación se base en formato online debemos tener en cuenta que para lograr mover y mostrar nuestro producto debemos afiliarnos a las distintos Ads y así poder presentar nuestros productos. De los que más utilizaremos serán Facebook Ads, Google Ads e Instagram Ads.

Actividades clave

Enseñanza detallada del uso de todos los productos

Implementaremos distintos tipos de videos que proporcionaran al usuario una experiencia aumentada a la hora de ver nuestros productos, dando satisfacción al usuario de que todo está bien explicado además de su uso e instalación.

Convenios con proveedores

Estos convenios los podemos mencionar conforme vayamos aumentando nuestras ventas, ya que de vez en cuando Shopify ofrece promociones para los diferentes costos de sus paquetes, el tener más ventas nos ayudara a formar vínculos mayores con nuestros proveedores dando la posibilidad a negociar los precios por cierta cantidad de productos.

Retroalimentación y desarrollo otorgado

Esta parte es fundamental debido a que, si ya nos están apoyando con cualquier duda o problema, nos están dando facilidades de análisis de los distintos informes que ofrece en este caso seleccionado Shopify (plan intermedio) para lograr llevar la empresa a un desarrollo progresivo por lo que es totalmente indispensable utilizar este servicio que nos están otorgando.

Propuesta de valor

Espacio digital

Ya que somos una empresa de formato eCommerce contamos con nuestras diferentes plataformas digitales página web, Instagram y Facebook logrando llegar a la mayor cantidad de gente posible.

Navegación simple y ordenada

Nuestras plataformas serán de un formato simple y didáctico para facilitar a los usuarios navegar y encontrar su producto ideal.

Precios módicos

Debido a que nos centramos en buscar el mejor producto para nuestro cliente tenemos que cumplir con que los precios serán módicos debido a que funcionamos con proveedores internacionales tenemos la facilidad de adquirir precios por debajo del mercado local.

Garantía asegurada

Debido a la conectividad que aporta la red tendremos la facilidad de poder estar siempre para nuestros clientes dando seguridad y tranquilidad al momento de cualquier falla o artículo defectuoso.

Atención al cliente 24 horas

Gracias a la ayuda que presta Shopify tendremos atención constante y ágil para facilitar cualquier tipo de duda o problema.

Relación con el cliente

Esto será fundamental para la empresa ya que en la confianza que tiene el cliente con nosotros nos dará mayor valor como marca y esto nos beneficiará enorme y constantemente.

Valor y confianza generada en el tiempo

Tener valores y demostrar confianza requiere tiempo, trabajarlos será indispensable para el funcionamiento de GAMER LAB CHILE puesto que satisfacer al cliente con su producto tal y como se lo imagino será de suma importancia.

Contacto directo con la empresa

Sumado con el soporte que otorga Shopify, nuestras distintas plataformas tendrán la opción para que el usuario pueda contactarse con nosotros siempre que lo desee.

Conformidad en los precios

Aparte de poseer precios módicos y lograr dar esa percepción al cliente de que su producto vale lo que pago por lo que ajustaremos los precios para que tanto sean módicos como para que los usuarios sepan que la calidad está integrada en ellos.

Segmentos de clientes

Debido a que tenemos varios tipos de cliente nos centramos en 2 rangos etarios los cuales son: Personas entre 16 y 25 años que quieran una mejor experiencia en el uso de su entorno tecnológico y con esto satisfacer su necesidad de consumo si bien es cierto dentro de este rango los usuarios poseen en su mayoría responsabilidades por lo que satisfacer su necesidad de ocio les brindara tambien comodidad para realizar sus distintas actividades.

Personas entre 25 y 45 años que necesiten instrumentos de alta calidad para su vida cotidiana y laboral ya que tambien podemos nombrar que este rango juega videojuegos tenemos que destacar que el problema a satisfacer es compartido debido a que lo que consuma debe satisfacer su tiempo de ocio, pero tambien es indispensable que cumpla con sus necesidades laborales.

Recursos clave

Total funcionamiento en comercio online

Como sabemos que tanto Shopify y Aliexpress estarán enlazados a nuestra página podremos cerciorarnos de que esta no fallará y mantendrá el funcionamiento de nuestro carrito de compra constantemente.

Despacho seguro

A pesar de asegurar el mejor despacho de la zona del cliente, siempre existirá el factor error por lo que más que asegurar el despacho, por nuestra parte, aseguraremos total y completa tranquilidad del cliente atreves de todas las garantías posibles para nuestros usuarios.

Atención y garantía asegurada

Como mencionamos anteriormente debemos cumplir con este seguro debido a que es en su mayoría el seguro de la confianza del cliente por lo que será un recurso indispensable y su cumplimiento será uno de los temas más analizados.

Canales

Contacto con el cliente de forma digital, página web y redes sociales

Esto como lo habíamos explicado será los canales claves para llegar a todos nuestros clientes.

Estructura de costes

Marketing online

Debido a que es indispensable el uso de las diferentes plataformas de Ads este será un costo constante ya que sin el flujo de nuestra información nuestra empresa no podría generar utilidades

Suscripción anual del servicio

Ya que Shopify ofrece diferentes planes, promociones y paquetes con los diferentes periodos o festividades del año dejaremos el pago solamente anual ya que podríamos vernos beneficiados con costos más bajos o alguna bonificación en el futuro.

Entrega y garantía mejorada

Ya que estamos destacando que nos centraremos en brindar una garantía total y una entrega conforme a lo acordado y satisfactoria esto tiene un costo, este costo esta ofrecido por las plataformas que utilizaremos y es totalmente libre por lo que es decisión propia de la empresa, ya que consideraremos como muy importante cumplir con la calidad de imagen que estamos asegurando.

Fuente de ingresos

Desarrollo de marketing online clientes

Tenemos solo una fuente de ingresos que es vender productos a través de nuestras plataformas y este se caracteriza principalmente por marketing y publicidad por lo que realmente estamos ganando cada vez que la empresa se hace más y más conocida.

Productos

Dentro de la gama de productos que puedo utilizar existe múltiples proveedores que ofrecen diferentes opciones por lo que se realizó un análisis en profundidad de que productos eran los más convenientes, se separan por categoría precio y cualidades para lograr que el cliente encuentre lo que está buscando al precio adecuado y con las características deseadas.

Los productos se comercializarán en la empresa son:

- 4 Mouse
- 3 Teclados
- 3 Audífonos
- 2 Mouse Pad
- 1 Iluminación
- 2 Micrófonos
- 3 Sillas
- 2 Cámaras

Nombre de producto, imagen, precio, categoría, información de proveedores, calificación de proveedores por los usuarios, son las especificaciones que estarán detalladas en el PDF “Lista de productos”

Go To Market

Ya que realizar un plan de acción que implemente nuevos productos en nuestro mercado es algo indispensable se logró establecer cuáles serán los aspectos claves que realizaremos para alcanzar a nuestros clientes, de esta forma saber como dirigirnos a nuestro mercado potencial mejorando el resultado de las ventas ofreciendo una buena experiencia al comprar nuestros productos, logrando aumentar las posibilidades de éxito de cada producto, reducir costos innecesarios y evitar errores.

Cliente validado

Después de las entrevistas concluí que grande parte de lo que estaba satisfaciendo es altamente necesario si bien cada uno de los entrevistados aseguro tener actividades fuera de su entorno tecnológico destacaron el hecho de que es totalmente necesario para cumplir con sus responsabilidades, no importa en el rango etario que se encontraban, ellos precisaban de estos accesorios para poder funcionar. Como mencionamos con anterioridad la magnitud de el consumo de estos va en un progreso masivo y tenemos que apegarnos a cumplir con lo que esta buscando el cliente al momento de agilizar su entorno virtual. Nuestro cliente requiere de estos instrumentos, este se apega a la tecnología y a su uso, con esto nace la necesidad de su consumo. La dependencia generada por ellos mismos logro abrir un enfoque hacia que productos les convienen y les hacen útiles la vida cumpliendo asi esas nuevas necesidades, apuntando al porqué de nuestra exigencia de resolver este problema. De esta forma logramos reafirmar de que nuestros productos son útiles de diferentes formas y que sus capacidades y atajos son algo que fomenta la tranquilidad para el usuario.

Dentro de lo que mas se destaco fue el temor de los clientes hacia la falta de garantía y seguridad, por lo que logramos sintetizar y detallar la mejor resolución para que esto no diera una intranquilidad al usuario, dando enfoque a las distintas herramientas necesarias y asi cumplir con el objetivo de su satisfacción complementado con el despacho mejorado otorgado por nosotros y asi realizar entregas más rápidas y expeditas que tanto desean todos los consumidores.

Estrategia de adquisición y retención

Dentro de nuestra estrategia tenemos que tener en cuenta de que existen diferentes implementos que nos ayudaran a establecer un vinculo mas fuerte con nuestros clientes ahora bien debemos enforcarnos de manera constante a atraer nuevos clientes debido a que esto es un foco clave para generar estabilidad a largo plazo, a pesar de tener clientes debemos encontrar potenciales que se quieran fijar en nosotros y destacar por sobre las otras opciones de esta forma se intenta volver fieles a la marca a la mayor cantidad de usuarios.

Debido a que GAMER LAB CHILE se centra en el formato online debemos entender que la gran forma de lograr captar y mantener a los clientes es algo imprescindible pero tambien variada, existen diferentes formas en las que nos podemos guiar pero tenemos que saber claramente que distinguirse de nuestra competencia por la red es difícil debido a las grandes barreras de entrada que el mercado ya posee una variedad sin fin de electrónicos, videojuegos y accesorios, por lo que tendremos que obtener eso que nos hace destacar para lograr la conexión con más y más usuarios. Ya que como primera instancia no podemos competir con multitiendas o tiendas físicas que tienen más identidad y expresión debido al tiempo en el mercado y ya con una captación

grande, partiremos por enfocarnos en cómo podemos diferenciarnos del resto del mercado online.

Sabemos que en el mercado online cientos de empresas ya lograron establecerse y posicionarse, cada una de ellas con sus fuertes, debilidades y enfoques, por lo que entender que es lo esencial en este mercado es clave. Pensando en como se mueve un producto de manera online entenderemos que el producto, precio, envío y marketing son lo mas indispensables, por lo que buscaremos posicionarnos en el mercado analizando estos 4 factores logrando captar la atención del público y lograr que nos vean.

Este conjunto de acciones las lograremos atender en tal medida que el usuario vaya ganando confianza con nosotros.

Ya que estas 4 son tan importantes explicaremos cada una de ellas.

Producto

Bien, sabemos que todos tienen un o mas productos, todos los intentan vender, enfocan la calidad, su contenido y que beneficios otorga, pero nunca está de más enfocarse en estos aspectos, si bien son los aspectos que todos quieren es ideal para un cliente satisfecho, pero aparte de esto ¿cómo podemos destacar con lo mismo? Es por esto que con anterioridad hemos mencionado que el diseño, la disponibilidad y el uso de los productos se encuentren dentro de las expectativas del usuario, por lo que el extra que le daremos a nuestros productos será que los diseños se enlacen a la calidad requerida en las diferentes categorías, además debemos mencionar el cliché de siempre “encontré un producto que me encanta pero no lo venden en mi región o país” es por esto que nos enfocaremos en elegir esos productos que escasean para lograr una captación de aquellos usuarios que se sientan frustrados de no poder tener el producto que quieren, además brindaremos videos explicativos con cada instalación y uso de nuestros productos y asi otorga una resolución completa de lo que es capaz cada uno de estos, dando a entender como funcionan y de esta forma otorgar seguridad al cliente de que la resolución del producto será útil y adecuada.

Precio

Como mencionamos, tenemos que varios productos que escasean en las diferentes zonas y es por esto que tienen un costo muy elevado y por sobre su calidad, nos queremos enfocar en entregar el precio calidad que tanto desean, logrando una satisfacción por el usuario y que este, este dispuesto a pagar esa cantidad sin necesidad de pensar en “¿fue una buena compra?” Esto nos hará mostrarnos como empresa fiel y segura, logrando que la gente nos recomiende y valore positivamente.

Envío

Hemos destacado que el envío se hace conforme la región en la que se encuentre el usuario y es por esto que se elige al mejor distribuidor de la zona para entregar dicho producto, pero además tenemos que pensar en que el cliente quiere que su producto llegue a una fecha estimada, con un producto en buen estado y una garantía que le asegure que su producto llegara perfecto o que bajo algún problema su dinero será reembolsado, como política de la empresa la garantía está totalmente asegurada además tenemos que la empresa decidió establecer que el costo de envío no será incrementado por el costo que aplica un envío y una entrega mas expedita, este será uno de los costos añadidos que la empresa tomo como propio otorgándole seguridad aun mayor y de manera gratis a cada uno de sus clientes.

Marketing

Si bien esta área es muy importante debemos hacer que el usuario se enfoque en nosotros y quiera leernos, es por esto que buenas imágenes, buenos productos y publicidad llamativa es necesario para esta captación, como nos estableceremos primariamente en Instagram, Facebook y pagina web deberemos tomar en cuenta que solo los primeros 2 son la mayoría de nuestra captación, afortunadamente en estas 2 se encuentra un gran grupo de amantes de los videojuegos, gracias a esto el enfoque de nuestro marketing será entrar en grupos de videojuegos en Facebook, seguir y captar a los diferentes usuarios que ocupan Instagram por medio de seguirlos promocionando la tienda, concursos y descuentos para diferentes épocas del año, captar gente mas introducida en estas plataformas que quiera colaborar con mostrar nuestra empresa y darle su aprobación, realizar transmisión por Instagram para resolver dudas y mostrar testimonios de clientes, con esto lograremos que nuevos y potenciales clientes se fijen en esta nueva empresa y quieran darle un vistazo e incluso comprar nuestros productos.

Como escalara tu negocio

Si bien somos una empresa en un mercado emergente y ya más conocido debemos tantear el terreno obteniendo experiencia sobre como funcionamos los primeros meses, de esta forma multiplicar la magnitud de la empresa y enfatizar el aumento del ingreso sin aumentar los gastos y precios, es por esto que de primero hay que tener paciencia y ver como se desarrolla la empresa, además de esto debemos tener proyectado que iremos haciendo en el tiempo para no quedarnos atrás y mejorar cada día, podemos nombrar los planes de mayor costo en Shopify, ellos brindan un servicio aun mayor que el que vamos a utilizar de esta forma destinar la empresa a crecer junto con los planes mejorados, esto nos ayudara a generar con pequeñas inversiones extra una adaptabilidad mejor a nuestro entorno ya que necesitaremos dimensionar que resolución máxima podemos lograr antes de avanzar.

Pasando por la mejora del plan de Shopify podemos nombrar la gran actualización que tendrán los productos, sabemos que el no contar con stock nos facilita mucho a la hora de realizar reingeniería dentro de la empresa esto no quiere decir que reinventemos todo nuestro mercado si bien Dropshipping tiene una gran facilidad para redestinar la empresa a cualquier otro mercado y vender un producto totalmente distinto, nos enfocaremos en ver hasta dónde podemos abarcar nuestro mercado.

Ya que los principales artículos que venderemos son solo una parte de el entorno virtual, sumado a esto realizaremos ajustes constantes de los productos menos vendidos, no necesariamente los sacaremos de nuestra tienda, pero tambien veremos nuevos sustitutos que puedan mejorar la satisfacción de nuestros clientes logrando adaptar los precios de la manera más conveniente. Tenemos como objetivo lograr abrir nuestras puertas de manera presencial logrando una total y completa estabilidad de la marca, si bien este factor se sale del mercado que queremos llegar, si fuera algo que la empresa desea hacer el sistema de Dropshipping tambien se puede adaptar a este entorno logrando que la empresa eCommerce tenga cualquier tipo de adaptabilidad que desee. Ya que cada proceso aumentado requiere un mayor énfasis daremos la suma al talento humano, que quiere decir esto, trabajar solo en una empresa que crece constantemente puede llegar a no ser suficiente por lo que se crearan distintas áreas y equipos para lograr manejar cada aspecto de la empresa más fondo.

Por último, ya que somos una empresa que no puede enfatizar en generar menos contaminación destinaremos una parte de la empresa a buscar productos que sean reciclables, de esta forma dar espacio y apoyo al medio ambiente.

Análisis de la competencia

Bien dentro de lo que sabemos de nuestra competencia es que es muy alta si bien es cierto que estamos tratando de diferenciarnos de nuestra competencia no podemos dejar de lado la cantidad de esta. Por un lado, no tenemos demasiados sustitutos por lo que es un alivio a la hora de idear nuevos productos, pero debemos tener muy claro cuales son las diferentes empresas que comercializan productos casi idénticos a los nuestros.

Para esto quise separar la competencia en directa e indirecta y así poder entender de la dinámica que esta conlleva y como influye nuestro entorno en el mercado.

Competencia directa

Este tipo de competencia es la que ofrece el mismo tipo de producto que nosotros, ambos tratamos de vender y satisfacer la misma necesidad, por lo que es una lucha constante sobre quien capta mas clientes y quien se queda con su fidelidad.

Dentro de la competencia directa podemos nombrar a un sinnúmero de empresas que al igual que nosotros vende accesorios electrónicos destinados al entorno Gamer por ejemplo podríamos nombrar a las grandes multitiendas como Ripley, Falabella y Paris. Estas no solo venden los mismos artículos que nosotros si no que tienen una gran gama de diferentes productos de las diferentes categorías, esto aun así nos da un cierto beneficio en la especialidad que nos centramos debido a que nos enfocamos en solo un tipo de producto y esto genera mayor análisis de los productos seleccionados intentado ofrecer el mejor producto de todos. Ahora bien, tenemos que analizar otro tipo de tiendas como Pc Factory, Microplay, ZMART, entre otros. Además, podemos nombrar varias tiendas independientes que comenzaron en este rubro y llevan ya un tiempo en el mercado por lo que como mencionamos en el análisis del mercado las barreras son bastante altas.

Competencia indirecta

Bien ¿y que le queda a la competencia indirecta? Esta la entendemos como productos sustitutos que a pesar de ser diferentes cumplen con la misma satisfacción que nosotros, en este sentido podríamos nombrar también a las multitiendas debido a que la gran variedad de productos que vende del entorno tecnológico no son solo Gamers. Estas por ejemplo, comercializan sillas convencionales, mouse de oficina y artículos más sencillos que no requieren tanto detalle, ahora es cierto que hemos detallado a lo largo de la investigación que los precios de estos productos siguen siendo elevados y no cumplen con la misma tecnología o comodidad que ofrecen los artículos Gamer, juntando todos estos productos podemos concluir de que al final será indispensable el uso de estos accesorios ya sean convencionales o Gamer, debido a la necesidad que produce adaptarse a nuestros entornos tecnológicos con una mayor resolución.

Equipo

Misión y visión.

Misión: Liderar indiscutiblemente el mercado de artículos tecnológicos Gamer en Chile, otorgando el mayor grado de satisfacción a los clientes a través de una asesoría especializada y cerca, ofreciendo la más amplia variedad de productos y los precios más atractivos.

Visión: Nuestra orientación estratégica de crecimiento es ser la primera preferencia de nuestros clientes a la hora de comprar accesorios gamer.

Además de contar con ayuda por parte del servicio que estamos contratando tenemos una estructura para lograr trabajar en conjunto con diferentes tipos de personas, de esta forma poder contratar y expandir las posibilidades de conexión en todo el mundo.

Estructura Organizacional

Ya que en primera instancia la tienda eCommerce que desarrollare será en formato individual no se contará con un equipo. Sabemos que tenemos ayuda por parte de Shopify, pero estos no los especificaremos como participantes de los puestos de trabajo.

El porcentaje constatado de la empresa será 100% de Mateo Kupfer Campos, dueño del stand up, si bien se piensa generar puestos de trabajo dentro de la empresa, no abra participación a inversión del resto de los trabajadores.

Analizando la escalabilidad que tendrá GAMER LAB CHILE en el tiempo debemos asegurar preparaciones para los cambios y adaptaciones que tendremos a lo largo del proyecto. Es por esto que se realizara una estructura y jerarquía dentro de la empresa ya acordada y lista para implementar de ser necesario.

Nuestra estructura organizacional está formada por un sistema jerárquico escogido para organizar a nuestros trabajadores, Esta el ser un eCommerce debe tener un formato distinto que una empresa convencional debido a que se centra en la logística vía online, por lo que deberemos tener en consideración una estructura enfocada al marketing y al manejo de las plataformas.

Dentro de las áreas que abriremos al momento de expandir la empresa se encuentran las áreas que se recomienda para un servicio en línea, estos son escalables y duraderos en el tiempo, estas serán:

Gerente de eCommerce

Es el encargado de coordinar a las personas dentro de la empresa y a sus respectivas áreas además de llevar el análisis del organigrama de la empresa, proveedores y las relaciones dentro de cada departamento. Este es el que define el desarrollo del modelo de negocios y las estrategias comerciales.

Administrador de web

Este es el encargado de todo el desarrollo detrás de la visual de la página de la tienda, este se encarga en recopilar y mejorar el contenido de esta, actualizar los productos, además de estar a cargo de eventos, promociones y descuentos.

Contenido, Mail Marketing, SEO Y SEM

Su principal misión es la creación de contenido, este se encarga de la comunicación digital con los clientes y los clientes potenciales a través de la entrega masiva de información vía mail, así informar sobre nuevas promociones, descuentos y productos. Además, dentro de su área se incluye la gestión del contenido en redes sociales y del contenido en el sitio web y así lograr una gran utilidad con el departamento de administración web, además esta área se encarga de la creación del SEO monitoreando los avances y resultados de los creadores y gestión del contenido. Por concluyente esta área se encarga del SEM por lo que aquí es donde se crean las campañas y estrategias de marketing para aumentar el tráfico en nuestros canales de comunicación.

Operaciones y cuidado del cliente

Esta área esta encargada de la creación de ERP, planificando recursos de la empresa logrando automatizar y administrar los procesos de las distintas áreas, además de categorizar los productos, textos, precios, fotos y la gestión del stock con los proveedores, todo lo que este relacionado con el cliente atendiendo los procesos antes y después de la compra, gestión de las dudas y reclamos, devoluciones y los seguimientos de pedidos.

Productos y precios

Esta es el área encargada de elegir los productos en base a las necesidades del cliente enfocado en el material, diseño, herramientas, utilidades y atajos. Además, es el encargado de buscar productos con buenos precios y establecer una fijación de estos para un desarrollo mas completo de los productos que están buscando los clientes y así poder llevar las finanzas de la empresa a los objetivos establecidos por el gerente.

Analista

Este departamento está encargado de cada KPI de las diferentes áreas por lo que serán los creadores de tableros con los objetivos de cada departamento de la empresa de esta forma poder analizar los indicadores del desempeño de los proyectos, actividades, productos, marketing y así poder ver el rendimiento de cada objetivo y tomar mejores decisiones.

Soporte técnico y mantención

Esta área esta encargada de todo lo que tenga que ver con el servicio, mantención técnica y estabilidad de nuestros canales, que todo esta siempre funcionado acorde a lo establecido.

Política de recursos humanos

Clientes

Nuestro contacto con el cliente será vía online, pero siempre respetando los derechos y precios que ofrezcamos en medio de nuestro sitio web.

Producto

Nuestros productos ofrecidos serán enviados en un periodo corto de tiempo, buscando la mayor eficiencia que la tecnología nos brinda y que los recursos lo permitan, permitiendo que la calidad sea un éxito en GAMER LAB CHILE, y destaquemos por distribuir productos que la competencia no tenga y nosotros sí en nuestra página web.

Ética

Comprometernos al 100% con clientes, trabajadores y competencia, manteniendo un registro transparente para que nuestras relaciones sean positivas a lo largo de nuestro desarrollo como empresa.

Competencia

Nos comprometemos a siempre actuar de manera lícita y nunca traicionar los valores que destacamos, y que la competencia nos haga crecer y tener más conocimiento del rubro y de la tecnología que haga que nuestro mercado crezca logrando desenvolvemos de la mejor manera.

Relaciones laborales

La empresa promueve como valores significativos la honestidad, confianza y crecimiento personal y laboral de cada colaborador, permitiendo que la empresa sea un lugar de formación y sano ambiente laboral.

Proyecciones financieras

Tomamos como supuesto el hecho de que venderemos 1 producto de cada uno de la tienda durante el primer mes esto hace un total de 20 productos. Utilicé un crecimiento sostenido durante los meses del primer año de un 10%, para después utilizar un crecimiento sostenido de un 10% anual, por lo que el primer año serán 428 productos vendidos, segundo año 470, tercer año 517, cuarto año 569 y quinto año 626, esto a decir verdad es algo bastante módico ya que hay tiendas del mismo calibre que tienen 400 ventas de un solo producto al mes, pero para empezar lo quise hacer lo más realista posible.

	0	1	2	3	4	5
Ventas		11.697.203	12.866.924	14.153.616	15.568.977	17.125.875
Costos		9.659.944	10.625.938	11.688.532	12.857.385	14.143.124
Margen		2.037.259	2.240.985	2.465.084	2.711.592	2.982.751
gasto por publicidad	-	22.500	22.500	22.500	22.500	22.500
costos fijos	-	540.000	540.000	540.000	540.000	540.000
Costos variables	-	93.578	102.935			
UAI	0	1.474.759	1.678.485	1.902.584	2.149.092	2.420.251
impuestos		345.720	380.291,69	418.320,86	460.152,94	506.168,24
UDI		1.129.040	1.298.193,58	1.484.262,93	1.688.939,23	1.914.083,15
Inversion Publicidad	22500					
Inversion inicial	540.000					
Flujo de caja del proyecto	\$ -562.500,00	\$ 1.129.039,61	\$ 1.298.193,58	\$ 1.484.262,93	\$ 1.688.939,23	\$ 1.914.083,15
Inversion	562.500					
Tasa de descuento	10%					
VP	4.539.999					
VAN	3.977.499					
TIR	214%					

Como podemos apreciar la inversión inicial es bastante baja por lo que el equivocarse no costaría tan caro. Para concluir utilice una tasa de descuento del 10%, actualmente en Chile es de un 6,26% este se utiliza para ver cómo se comportará el valor del dinero en el tiempo por lo que lo exagere un poco para estar aún más seguro, vemos como obtenemos un valor presente (VP) positivo y considerable, un valor actual neto (VAN) favorable y el porcentaje de la tasa interna de retorno (TIR) por sobre lo que espere. Este negocio tiene mucha rentabilidad y sería viable realizarlo.

Se envía Excel con los respectivos cálculos junto con la entrega

Estudio de riesgo

En este proyecto el principal peligro que existe es la alta probabilidad de un rebrote de COVID, lo que provocaría un cierre fronterizo para los bienes exportados en este caso de China. En el mismo caso puede que las guerras se extiendan por el globo causando más problemas de exportación, lo que también es un impedimento superior a la producción de nuestros productos. Unos riesgos controlables pero que no podemos dejar de lado son el claro aumento del valor del dólar con relación al CLP, lo que sería perjudicial para nuestro proyecto puesto que nuestros proveedores son del extranjero y solo aceptan dólares, por otro lado el pago con las diferentes divisas ya está establecido, pero ahí recae el problema para el cliente ya que debe pagar la conversión impuesta en su región y la plataforma la transformara a la moneda internacional utilizada que como sabemos es el dólar, aun así la configuración de Shopify permite el pago al usuario en dólares por lo que también nos podríamos ver beneficiados con los aumentos en los precios de la divisa, es más dependiendo que nos beneficie más podemos optar por una divisa en específico y utilizarla para hacer los cambios que sean más convenientes.

Para finalizar, los riesgos que en su mayor grado podremos manejar son el desinterés del cliente por nuestros productos, ya sea porque la gente ya no quiere el teletrabajo o encontró un nuevo ocio que no podemos satisfacer con nuestro tipo de productos, por lo que una manera de evitar esto sería analizar otros mercados y productos para ver la viabilidad de una reingeniería total hacer quebrar a la empresa. En el peor de los casos nuestro proyecto deberá transformarse a un proveedor más para las multitiendas, de esta forma podremos sobrevivir al mal momento que se está viviendo, pero esperamos que esto nunca ocurra.

Conclusiones

Finalizando esta la investigación podemos concluir que a pesar de ser un emprendimiento este requirió un detallado análisis de muchos factores y para esto recopilar información es crucial, leer diferentes testimonios, capacitarse a uno mismo y lograr entender lo que se está llevando a cabo. El análisis en profundidad del mercado, su entorno, en como la propuesta de valor logra dar con la clave para aportar valor al cliente y poder entregar esa satisfacción que busca en nosotros. Entendí que el mercado en el que me enfoque es bastante cambiante pero a la vez con un horizonte muy prometedor tiene un sinfín de ideas innovadoras y productos que están constantemente saliendo al mercado, comprender a la competencia y en que se especifican para captar atención, en que no solo el producto importa si no el entorno y la experiencia que brinda la empresa, comprender que en el mercado eCommerse la publicidad no lo es todo si no tambien es entender que es lo que el cliente busca y que quiere ver al enfocarse en la empresa, comprender que nuestro mercado tiene mucha competencia y asimilar que la gente tiene demasiadas opciones de compra, la tecnología ha ido evolucionando y observar esta transformación a lo largo del tiempo y ver que nos está tocando la puerta es algo totalmente deslumbrante, hay que abrazarla y utilizarla a nuestro favor. Aprendí mucho a lo largo del proyecto entendí como pensaba el cliente al que quería llegar, cuales eran sus hábitos y el por que de utilizar todos estos implementos durante su día a día, las entrevistas me ayudaron a previsualizar que era eso necesario que tanto querían, la necesidad de seguridad y tranquilidad en la obtención de sus productos y el gran uso que le dan estas en sus distintas actividades, tambien me llamo la atención la gran variedad de posibilidades que da este mercado, poder vender prácticamente cualquier cosa y ni siquiera tener que fabricarla, lo encuentro algo realmente fascinante, la facilidad de reamar la empresa y destinarla a algo totalmente diferente si es que el proyecto no funciona además de las miles de ideas que puedes tener para no perder el dinero invertido, eliminamos inventario, no tenemos depreciación, no existe ningún tipo de estrés si no se vende algo ya que jamás lo tendremos acumulado guardando polvo, sin duda uno de los mejores mercado que he investigado, planeo hacerlo parte de mi vida y destinar una considerable cantidad de tiempo a crear diferentes tiendas que se enfoquen en productos distintos, creo que es algo que todos deben conocer y experimentar porque realmente cambia la manera de pensar y uno logra entender el potencial que la tecnología brinda a la hora de poder hacerlo realmente exitoso.

Bibliografía

- <https://www.theesa.com/resource/2020-essential-facts/>
- <https://theconversation.com/el-impacto-ambiental-de-comprar-por-internet-149462>
- https://es-us.finanzas.yahoo.com/noticias/gasto-videojuegos-crecido-75-nivel-140400317.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAJ7Ok2_EvbH5qhaKnm5qmNdB5z2tC-AlgZFGOIitGV_g8k4mijtZQ18MKuzIH_7tRicRCUAAzoCuWII_uSs
- <https://www.publimark.cl/marketing/mercado/vistazo-al-mercado-gamer-en-pandemia-de-covid-19.html>
- <https://www.telam.com.ar/notas/202108/566625-aumenta-el-numero-de-gamers-en-la-argentina-y-el-mundo-actividad-que-suma-cada-vez-a-mas-adultos.html>
- <https://www.infobae.com/latinpower/gaming/2022/05/07/el-gaming-y-los-esports-seguiran-creciendo-en-2022-cuales-seran-los-principales-mercados-y-las-plataformas-mas-populares/>
- <https://www.america-retail.com/chile/el-explosivo-crecimiento-del-mundo-gamer-desde-los-notebooks-hasta-el-boom-de-las-consolas/>
- <https://www.elmostrador.cl/agenda-pais/2021/01/21/consumo-de-videojuegos-aumento-en-un-62-durante-la-cuarentena/>
- <https://forbes.co/2022/05/22/actualidad/crece-el-publico-gamer-un-estudio-revela-sus-ganancias-y-tendencias-esenciales-para-este-ano>
- <https://www.dfcint.com/>
- <https://www.lavanguardia.com/tecnologia/videojuegos/20221201/8628621/industria-videojuego-decrece-primera-vez-10-anos.html>
- <https://www.hobbyconsolas.com/noticias/sector-videojuegos-decrecera-ano-pero-espera-recuperacion-2023-1088713>
- <https://www.paiscircular.cl/economia-circular/30861/>
- <https://es.statista.com/grafico/12308/mayores-generados-de-basura-tecnologica-del-mundo/>
- <https://hipertextual.com/2022/06/razer-ratones-gaming-ecologicos>
- <https://www.algoritmolegal.com/propiedad-intelectual/guia-legal-de-los-videojuegos/>
- <https://growthhacking.cl/4-estrategias-adquisicion-retencion-lanzar-producto/>
- <https://www.crehana.com/blog/gestion-talento/estrategia-de-adquisicion/>
- <https://hawksem.com/blog/digital-marketing-for-customer-acquisition/>
- <https://blog.nubox.com/empresas/como-escalar-un-negocio#h4>
- <https://expertopyme.com/shopify/>
- <https://www.hiberus.com/crecemos-contigo/el-equipo-perfecto-en-un-ecommerce-estructura-equipo-ecommerce/>
- <https://rockcontent.com/es/blog/go-to-market/>