



“RETRO KONGSOLAS”

Parte I

**PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN**

**Alumno: Nicolás Inzunza Díaz
Profesor Guía: Arturo Toutin Donoso**

Santiago, noviembre 2022

Índice

Índice	2
Resumen Ejecutivo	4
1. Oportunidad de Negocio.....	5
2. Análisis de la Industria, Competidores, Clientes	6
2.1. Industria.....	6
2.2. Competidores	10
2.3. Clientes	13
3. Descripción de la Empresa y Propuesta de Valor	13
3.1. Modelo de Negocios.....	13
3.2. Descripción de la Empresa	16
3.3. Estrategia de Crecimiento o Escalamiento. Visión Global.....	18
3.4. RSE y Sustentabilidad	20
4. Plan de Marketing.....	21
4.1. Objetivos de Marketing	21
4.2. Estrategia de Segmentación.....	22
4.3. Estrategia de Servicio	27
4.4. Estrategia de Precio	28
4.5. Estrategia de Distribución	29
4.6. Estrategia de Comunicación y Ventas	29
4.7. Estrategia de la Demanda y Proyecciones de Crecimiento Anual	31
4.8. Presupuesto de Marketing y cronograma.....	32
5. Plan de Operaciones.....	34
6. Equipo del proyecto.....	35
7. Plan financiero.....	36
8. Riesgos críticos.....	37
9. Propuesta inversionista	38
10. Conclusiones	39
11. Bibliografías y fuentes.....	41
12. Anexos.....	42

Índice de Tablas

Tabla 1: Resumen Análisis PESTEL. Elaboración propia.	8
Tabla 2: Tamaño de mercado B2C. Elaboración propia.	10
Tabla 3: Tamaño de mercado B2B. Elaboración propia.....	10
Tabla 4: Comparación de los competidores. Elaboración propia.	11
Tabla 5: Fortalezas y Debilidades de Competidores. Elaboración propia.	12
Tabla 6: Mapa de Stakeholders. Elaboración propia.	21
Tabla 7: Rango etario según IM. Elaboración propia.	23
Tabla 8: Ingreso grupo familiar según IM. Elaboración propia.	23
Tabla 9: Disposición a pagar. Elaboración propia.....	28
Tabla 10: Estimación de demanda B2C. Elaboración propia.	31
Tabla 11: Estimación de demanda B2B. Elaboración propia.	32
Tabla 12: Presupuesto de marketing y cronograma. Elaboración propia.	32

Índice de Figuras

Figura 1: Posicionamiento de la Industria de la industria. Elaboración propia.....	12
Figura 2: Modelo de Negocio Canvas. Elaboración propia.	15
Figura 3: Plan de expansión a evaluar. Elaboración propia.	20
Figura 4: Objetivos de Marketing. Elaboración propia.	22
Figura 5: Posicionamiento esperado. Elaboración propia.	26
Figura 6: Logo Retro Kongsolas. Elaboración propia.....	31

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Encuesta. Elaboración propia.	24
---	----

Resumen Ejecutivo

Durante los años 90, diversos videojuegos fueron lanzados para consolas como Super Nintendo, PlayStation, Nintendo 64 y Atari, dejando momentos inolvidables para una generación. La empresa Retro Kongsolas ofrece una experiencia de diversión digital mediante el arriendo de consolas de videojuegos antiguas (retro) para cumpleaños, fiestas, juntas con amigos/as, eventos empresariales o para el uso familiar, brindando una experiencia diferente para las personas más jóvenes, de recuerdo y entretenimiento para los adultos. Retro Kongsolas tiene diversas modalidades, lo que permite que los clientes puedan armar un pack acorde a sus gustos y necesidades.

Según una encuesta realizada, el 64,4% de los encuestados estaría dispuesto a arrendar consolas retro. Además, la encuesta indicó que el 37,2% de los encuestados no tiene ninguna consola y un gran porcentaje tiene consolas de última generación como PlayStation 4, PlayStation 5 y Nintendo Switch.

El arriendo de consolas retro permite a los clientes variar los tipos de juegos y consolas cada vez que contratan el servicio, algo que no sería posible si tuvieran que comprar los equipos. Para ofrecer una experiencia de servicio grata, Retro Kongsolas incorpora el servicio de última milla.

Para abrir el negocio, Retro Kongsolas requiere una inversión de \$27.323.396 y una inversión de capital de trabajo de \$24.945.027. Se espera que la inversión se recupere en aproximadamente 2 años y 4 meses, y se proyecta que el modelo de negocio genere un VAN positivo de \$65.985.092 con una TIR del 49% durante un período de operación de 5 años.

1. Oportunidad de Negocio

La industria de los videojuegos es una de las que más creció durante la pandemia, impulsada en gran medida por las cuarentenas y medidas de confinamiento que obligaron a millones de personas alrededor del mundo a quedarse en sus hogares (el consumo de videojuegos a nivel global aumentó en un 62% durante 2020). El consumo de videojuegos aumentó un 20% durante el primer trimestre del 2022 en Chile, cifra positiva para la industria considerando que poco a poco las medidas tomadas por el gobierno para prevenir el contagio de COVID se van relajando y las personas vuelven a salir de sus hogares. (Fiadimark, 2022)

En Chile las importaciones de consolas de videojuegos en el primer semestre del 2021 registraron un aumento de un 234,1%. (T13, 2021) Se estima que en el mundo generó al menos US\$180.300 millones de dólares solo en el 2021. (MI, s.f.)

Hace unos años que se vive un auge de consolas retro, las principales empresas de videojuegos sacaron al mercado réplicas en miniatura de consolas como PlayStation, Nintendo y Super Nintendo, todas siendo éxito en ventas. En noviembre de 2016 debutó la NES Classic Edition que vendió 2,3 millones de consolas y en septiembre de 2017 se lanzó la SNES Classic Edition que vendió 5,3 millones de consolas. (Arista, 2018)

En base a la Investigación de Mercado, se puede concluir que existe disposición a arrendar este servicio de consolas de videojuegos antiguos, dado que un 64,4% de los encuestados estaría dispuesto a hacerlo (ver anexo 1), la consola favorita de los encuestados es el Super Nintendo y los juegos Arcade, con esto se puede decir que la disponibilidad de los juegos tipo Mario y Donkey Kong será clave para tener una propuesta atractiva. Existe disposición a arrendar más de una consola por un día incluyendo despacho y retiro, además de instalación, juegos y controles extras para vivir una experiencia con más personas. Un 51% de los encuestados está dispuesto a pagar más de \$30.000 por una consola que incluye un juego y 2 controles, a eso hay que considerar el costo extra de los adicionales y la cantidad de consolas por venta (en promedio 2,38 consolas/arriendo). La razón principal de arriendo es para fiestas de cumpleaños, es por esto que las frecuencias de arriendo más mencionadas son 1 y 2

veces al año. Finalmente, se puede decir que esta disposición a arrendar consolas de videojuegos se respalda a que un 37,2% de los encuestados no tienen ninguna consola y un gran porcentaje tienen consolas de última generación.

En la Investigación de Mercado se identifican los siguientes competidores potenciales: Cumplegamer, Consola Virtual, Cabeg y Invaders Games. Todos ellos tienen una oferta de productos similares, basado principalmente en el arriendo de consolas de última generación (PlayStation 4, PlayStation 5, Xbox Series X/S y Nintendo Switch).

En base a las Investigaciones de Mercado realizadas y descritas anteriormente se determina que existe un segmento de clientes que tiene la deseabilidad, disposición a pagar y a usar, como también existe un espacio en el mercado no cubierta actualmente.

2. Análisis de la Industria, Competidores, Clientes

2.1. Industria

La industria de los videojuegos es el sector económico involucrado en el desarrollo, la distribución, la mercadotecnia, la venta de videojuegos y del hardware asociado. Engloba a docenas de disciplinas de trabajo y emplea a miles de personas alrededor del mundo.

A medida que el mundo comienza a reabrir nuevamente, el mercado de los videojuegos ha demostrado ser resistente. Los ingresos seguirán creciendo en 2022 y alcanzarán los US\$203.100 millones a través del gasto de los consumidores (+5,4% interanual). El número de jugadores globales también tendrá un gran avance este año, superando la marca de los 3,0 mil millones para llegar a 3,1 mil millones de jugadores a finales de año.

Las ventas de videojuegos en consolas están cayendo este año y las ventas para computador (PC) sin variación. Dos factores principales están impulsando esto:

- Restricciones de suministro, con PlayStation 5 y Xbox Series X, y en menor medida, los componentes de PC, aún con una gran demanda y escasez. La escasez de semiconductores sigue limitando algunos aspectos del mercado y seguirá haciéndolo hasta al menos 2023.

- Retrasos en los juegos AAA (juegos con desarrollo y marketing de alto presupuesto), que se vieron agravados por las medidas de trabajo desde el hogar que interrumpieron el desarrollo. Los títulos de gran presupuesto que comenzaron a producirse al comienzo de la pandemia ahora están entrando en la etapa de desarrollo de posproducción. Los estudios aún se están adaptando y los retrasos también eran comunes antes de la pandemia (debido al aumento de los presupuestos de desarrollo y las ambiciones de AAA). (Wijman, 2022) (ver anexo 2).

Análisis del Macroentorno:

Para analizar las variables externas más importantes y que afectan el desarrollo de la industria se realiza un análisis PESTEL.

Análisis PESTEL

Como conclusión del PESTEL, se identifican diferentes aspectos que reflejan las condiciones actuales del mercado chileno, las cuales se clasifican en relación a su criticidad. Los aspectos más críticos son: económicos y tecnológicos, los cuales se pueden mitigar al evaluar las preferencias de los clientes y así enfocar la inversión con las consolas favoritas del mercado para maximizar la rentabilidad del negocio; al ser un servicio único en la industria se debe considerar las consolas antiguas como un recurso clave; además cabe mencionar que para la industria de los videojuegos, la tecnología y la aparición de nuevas tecnologías impacta en las empresas que arriendan consolas de última generación, ya que deben renovar constantemente su oferta de productos, en cambio para una empresa con consolas antiguas esto no impacta de la misma forma porque los productos siguen siendo los mismos.

En base a lo anterior, se puede mencionar que no existe ningún impedimento para el desarrollo de una empresa de arriendo de consolas de videojuegos, ya que los aspectos más críticos pueden ser mitigados. (ver anexo 3 y tabla 1).

Tabla 1: Resumen Análisis PESTEL. Elaboración propia.

PESTEL	Criticidad	Riesgos	Exigencias	Oportunidades
Políticos	Bajo	Plebiscito Constitucional de Salida		
Económicos	Alto	Alta inflación Impacto efecto Covid Riesgo País Contracción del crecimiento		
Sociales	Medio	Crisis demandas sociales		Teletrabajo
Tecnológicos	Alto	Nuevas tecnologías, consolas última generación. Videojuegos online Realidad Virtual y Aumentada		Mejores formas de llegar al público objetivo Redes sociales
Ecológicos	Bajo		Control de desechos y reciclaje	Economía circular (utilizaciones de desechos) Conciencia social, preferencia de consolas con menor consumo energético
Legales	Medio	Legislación laboral 40 hrs Legislación medio ambiental Reforma de pensiones Reformas tributarias	Exigencias legales	

Microentorno:

Análisis de la Industria – PORTER

Del análisis de las cinco fuerzas de Porter Ampliado (industria complementaria) se puede concluir que es una industria atractiva (ver anexo 4), existen 3 fuerzas que son oportunidades que permiten ingresar y tener poder de negociación con los proveedores y clientes. Existen 3 fuerzas que son amenazas para la industria:

- Competidores actuales: Existe una alta competencia con empresas que cuentan con ofertas y precios similares.
- La amenaza de nuevos entrantes, la baja inversión inicial genera que rápidamente cualquier emprendedor pueda ingresar a este mercado. Para esto se debe trabajar en la diferenciación, que entregue una calidad superior en la venta y post venta de servicio. Implementar el plan de fidelización que permita la recontractación del servicio. Una alta gama de productos que el cliente tenga la oportunidad de elegir y que cada juego que tenga la intención de arrendar esté disponible.
- Amenaza de servicios o productos sustitutos, las consolas y videojuegos alternativos tienen un valor menor que los productos originales. La emulación de

consolas en computador y consolas Classic o Mini también son amenazas, para esto se debe trabajar mucho con los clientes en la experiencia del servicio entregado, demostrando la preocupación de entregar y recibir los productos en buenas condiciones.

Tendencias de la industria

La industria de los videojuegos ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años. Las principales tendencias que se están viendo en la industria son: más espectadores que jugadores, crecimiento de los juegos móviles, crecimiento juegos retro, juegos en la nube, revolución tecnológica 5G, realidad aumentada y realidad virtual. (ver anexo 5).

Tamaño de mercado

- Segmento B2C

Para el cálculo del tamaño de mercado (ver tabla 2) se tomaron en cuenta los siguientes criterios de segmentación: hombres y mujeres, rango de edad de 20 a 59 años (en base a la IM); comunas: Santiago, La Reina, Las Condes, Macul, Ñuñoa, Peñalolén, Providencia y Vitacura. Se consideran los siguientes elementos obtenidos de los resultados de la investigación de mercado: 64,4% de los encuestados con disposición a arrendar una consola de videojuegos antigua, 2,38 consolas a arrendar por cliente en un evento, precio promedio por una consola de \$27.455, deseo de despacho y retiro con un 77,9% de preferencia a un precio de \$8.000, con una frecuencia de compra promedio de 1,7 veces al año, se obtiene el tamaño de mercado anual estimado de: \$16.525.029.287

Es importante destacar que la estimación de tamaño de mercado se realiza con la información de población en las comunas objetivos y los rangos etarios definidos en la segmentación. Además, este es el mayor tamaño de mercado al cual se puede llegar.

Tabla 2: Tamaño de mercado B2C. Elaboración propia.

Ítem	Cantidad	Unidad
Población con edad entre 20-59 años en comunas seleccionadas	979.697	Personas
Disposición a arrendar según IM	64,4%	%
Clientes	630.925	Personas
Frecuencia de Compra (veces al año) según IM	1,74	Unidad
Duplicidad (Personas / Consola)	2	Personas/Consola
Promedio Consola / Arriendo según IM	2,38	Consola/Arriendo
Tamaño de Mercado	16.525.029.287	\$

- Segmento B2B

El segmento B2B corresponde a empresas que prestan servicios principalmente a otras empresas, agregando los servicios de Retro Kongsolas en su catálogo. Por ello, para estimar el tamaño de mercado del segmento (ver tabla 3) se busca información de las pequeñas y medianas empresas (61.391 para el año 2020, según información de SII) (SII, 2022), en las comunas objetivo (8 comunas), asumiendo un comportamiento similar a los datos recabados en la IM (disposición a contratar y precio promedio) y asumiendo que en este caso no aplicaría la duplicidad (en el caso de empresas) y una frecuencia de 1 vez al año, se tiene:

Tabla 3: Tamaño de mercado B2B. Elaboración propia.

Tipo de Empresa	Cantidad	Unidad
Grande	6.261	Cantidad
Mediana	10.225	Cantidad
Pequeña	51.166	Cantidad
Micro	132.673	Cantidad
Total general	200.325	Cantidad

Mediana y Pequeña Empresa	61.391	Cantidad
Disposición a arrendar según IM	64,4%	%
Cantidad de empresas	39.536	Cantidad
Tamaño de Mercado (B2B)	2.828.812.679	\$

2.2. Competidores

En Santiago se identificaron pocos competidores directos en la industria de los videojuegos, específicamente arriendo de consolas de videojuegos, sólo se identificaron

4 competidores directos: Cumplegamer, Consola Virtual, Cabeg e Invaders Games, que ofrecen un servicio similar, pero con un enfoque relacionado a consolas de última generación.

Las principales características de los competidores son:

- Ofrecen la misma variedad de consolas de videojuegos: PlayStation 4, PlayStation 5, Xbox Series S/X, Nintendo Switch.
- Todos ofrecen soporte de televisor.
- Todos ofrecen realidad virtual a excepción de Cabeg y todos ofrecen simuladores de carrera.
- CumpleGamer y Consola Virtual ofrecen Guitar Hero Live.
- Todos ofrecen un servicio por 4 horas.

Como parte del análisis del entorno se realizó un estudio de mercado de los competidores y se elabora análisis de las fortalezas y debilidades de los competidores:

Tabla 4: Comparación de los competidores. Elaboración propia.

Características	Cumplegamer	Consola Virtual	Cabeg	Invaders Games
Local físico	No	No	No	No
Página web	Si	Si	Si	Si
Redes sociales	Facebook, Instagram, WhatsApp	Facebook, Instagram, YouTube	Instagram, WhatsApp	Instagram, YouTube, WhatsApp
Horario	Lunes a viernes: 10:00 a 22:00hrs Sábado y Domingo: 10:00 a 14:00hrs	N/A	Todos los días: 24/7	N/A
Tarifas	Módulo de consola por 4 horas: \$59.990	Módulo de consola por 4 horas: \$101.150	Módulo de consola por 4 horas: \$120.000	Módulo de consola por 4 horas: \$60.000
Realiza eventos	No	Si	Otros eventos (fiestas)	No
Servicios adicionales	Comida (pizza)	N/A	Arriendo de aplicación de audio, proyección para películas	N/A

Tabla 5: Fortalezas y Debilidades de Competidores. Elaboración propia.

Empresa	Fortalezas	Debilidades
Cumplegamer	<ul style="list-style-type: none"> - Amplia variedad de consolas de última generación - Pack fiesta gamer - Realidad Virtual, Guitar Hero Live - Innovadora oferta de comidas 	<ul style="list-style-type: none"> - Baja flexibilidad en duración de arriendo
Consola Virtual	<ul style="list-style-type: none"> - Amplia variedad de consolas de última generación - Pack fiesta gamer - Realidad Virtual, Guitar Hero Live - Simuladores de carreras 	<ul style="list-style-type: none"> - Baja flexibilidad en duración de arriendo - Solo arriendo módulos con televisor, no arrienda únicamente la consola con juegos
Cabeg	<ul style="list-style-type: none"> - Realidad Virtual - Simuladores de carreras 	<ul style="list-style-type: none"> - Baja flexibilidad en duración de arriendo - Baja variedad de juegos - Se enfoca más en ampliación y proyección de películas, eventos.
InvadersGames	<ul style="list-style-type: none"> - Amplia variedad de consolas de última generación - Pack fiesta gamer - Realidad Virtual - Simuladores de carreras 	<ul style="list-style-type: none"> - Baja flexibilidad en duración de arriendo

Adicionalmente se elabora tabla que resume la variedad de producto de cada una de las empresas. Como se puede observar, todas las empresas ofrecen prácticamente lo mismo, a excepción de Cabeg, la que es la más débil respecto a oferta de productos (ver anexo 6).

Mapa de posicionamiento de la Industria:

En base a la información recopilada y descrita en las tablas anteriores, junto con la percepción de la calidad de servicio es que se construye el siguiente mapa de posicionamiento de la industria:



Figura 1: Posicionamiento de la Industria de la industria. Elaboración propia.

2.3. Clientes

En la industria de los videojuegos en Chile existen cerca de 8 millones de jugadores, los que utilizan consolas, celulares y/o computador. El 73% está compuesto por hombres y el 27% por mujeres. Un 79% se concentra entre los 15 y 34 años, la edad promedio es 27 años.

Dentro de los dispositivos que utilizan para jugar, se encuentran: un 79% juega en su celular, un 44% en su computador, y un 43% en consolas. Los géneros favoritos de los jugadores, el 55% elige lógica, un 53% aventura, un 53% acción, y un 50% estrategia.

El 18% de los chilenos y chilenas declara jugar videojuegos durante su tiempo libre. Además, se encontró que, debido a la pandemia, se han disparado las ventas de consolas de videojuegos, superando el 200% (ver anexo 7).

En la industria del videojuego se puede identificar a los clientes quienes pagan un producto o servicio relacionado a videojuegos, independiente si es el usuario final, usuarios son los que utilizan las consolas de videojuegos, computador y/o celulares, y finalmente los influenciadores que motivan e incentivan el uso de diferentes juegos en redes sociales, YouTube, o presencialmente con amigos y/o familiares.

3. Descripción de la Empresa y Propuesta de Valor

3.1. Modelo de Negocios

Retro Kongsolas es una empresa que ofrece el servicio de arriendo de consolas de videojuegos retro (antiguas), con gran variedad de videojuegos disponibles y con accesorios para potenciar la experiencia del cliente. Adicionalmente, para el segmento de empresas (B2B), Retro Kongsolas puede ser parte del portafolio de servicios disponibles y que ofrecen empresas de organización de eventos, permitiendo agregar una alternativa diferente y única.

El arriendo podrá realizarse por una o más consolas, que estarán ordenadas en diferentes packs de contratación que serán detallados más adelante, estos cuentan con consola, set de 2 controles y 3 videojuegos, adicionalmente existirán packs con televisión

con soporte y luces LED. Estos packs se encontrarán disponibles en sus versiones de 4 horas, 6 horas y un día de arriendo.

Se contará con gran variedad de consolas tales como Nintendo, Super Nintendo, Nintendo 64, Nintendo Wii, PlayStation 1, PlayStation 2, PlayStation 3, Xbox 360, Atari, Sega y un amplio catálogo de videojuegos.

Retro Kongsolas se orienta en satisfacer las necesidades de dos tipos de clientes:

- Personas que deseen contratar el servicio de arriendo para su uso en eventos con familiares, amigos/as, o para el uso personal (B2C).
- Empresas que subcontraten los servicios de arriendo para eventos empresariales u otro tipo organizados por ellos (B2B).

El modelo de ingresos considera el pago directo a través de WebPay (o similar) en la página web o mediante transferencia bancaria. Para el segmento empresa se contempla la emisión de factura y el pago mediante transferencia bancaria.

Las propuestas de valor de Retro Kongsolas (B2C y B2B) se detallan en figura 2.

En términos de propiedad intelectual se requiere inscribir la marca y logotipo en el registro de marcas comerciales del INAPI (Instituto Nacional de Propiedad Industrial) (INAPI, 2022), además de adquirir el dominio de la página web en NIC Chile (NIC, 2022) y crear las cuentas de la empresa en redes sociales como Instagram, TikTok, Twitter, Facebook, etc. Retro Kongsolas contará con consolas y videojuegos originales que están protegidos por la marca registrada de las empresas que las diseñaron y fabricaron.

La propuesta de valor de Retro Kongsolas en el segmento B2C y B2B genera encaje con su respectivo segmento de clientes, produciendo un alineamiento con potenciar las alegrías de los clientes y mitigar y reducir la generación de frustraciones de ellos, lo que se detalla en anexo 8.










<p>Asociaciones clave </p> <p>-Proveedores que tengan consolas antiguas, controles y juegos disponibles para venta. -Proveedores de repuestos para consolas. -Proveedor de servicio de diseño de página web (outsourcing) -Google Ads (Publicidad) -Servicios de administración de personal, RRHH, medios de pago, etc. -Servicio de última milla.</p>	<p>Actividades clave </p> <p>-Adquisición de consolas antiguas, controles, videojuegos y puesta a punto para el servicio de arriendo. -Mantenimiento y mejoramiento de consolas. -Diseño y programación de página web. -Venta y retención de clientes. -Marketing y publicidad. -Contratación y adm. de personal. -Medición de calidad y satisfacción del servicio. -Soporte a la instalación.</p>	<p>Propuestas de valor </p> <p>Propuesta de Valor B2C: Servicio de arriendo de consolas de videojuegos antiguas (también llamadas retro), con amplia variedad de videojuegos y de fácil instalación. Que permita generar una grata experiencia, al compartir con amigos y/o familiares.</p>	<p>Relaciones con clientes </p> <p>-Servicio de arriendo mediante una página web fácil de usar, intuitiva y amigable. -Ofrecer ofertas a clientes frecuentes. -Enviar información relacionada al mundo gamer. -Manual paso a paso para instalación. -Cotizaciones y respuestas a dudas y consultas mediante Whatsapp.</p>	<p>Segmentos de mercado </p> <p>Cientes B2C: Hombres y mujeres, entre 20 y 59 años, que quieran arrendar una consola de videojuegos antigua (retro) para vivir o revivir la experiencia de jugar en ella. Que vivan en las comunas de Santiago, Providencia, La Reina, Las Condes, Vitacura, Macul, Ñuñoa y Peñalolén.</p>
<p>Estructura de costes </p> <p>-Diseño, programación y mantención de página web. -Servicio de captación de clientes (generación de cotizaciones, explicación de los servicios y coordinación de entrega). -Servicio técnico (Control de inventario, mantenimiento de consolas, pantallas, controles y videojuegos). -Servicio de última milla (entrega y retiro). -Administración (Finanzas, RRHH, Servicio al cliente, etc.). -Google Ads (Publicidad). -Oficina y/o bodega (incluye costo de servicios básicos, teléfono celular e internet).</p>	<p>Recursos clave </p> <p>-Variedad de Consolas Antiguas en buen estado. -Marca "Retro Kongsolas". -Dominio página web. -Contrato diseño de página web. -Contrato servidores página web. -Staff de administración. -Contrato con Google Ads. -Equipo de ventas -Contrato con servicio última milla. -Canales digitales y perfiles RRSS. -Manual Plug & Play (Paso a Paso) -Fono Consulta</p>	<p>Propuesta de Valor B2B: Ser una opción adicional a los servicios ofrecidos para eventos, permitiendo agregar una alternativa diferente y única a su propuesta de servicios, lo que les permite complementar y potenciar su catálogo de productos y su valor al cliente final.</p>	<p>Canales </p> <p>-Página web www.retrokongsolas.cl -WhatsApp cuenta empresa. -Redes sociales (Twitter, Tiktok, Facebook, Instagram) -Distribución mediante empresa de última milla. -Plan de Fidelización</p>	<p>Cientes B2B: Pequeñas y medianas empresas de eventos que deseen incluir a Retro Kongsolas en las opciones de servicios disponibles para complementar los eventos que organicen en las comunas de Santiago, Providencia, La Reina, Las Condes, Vitacura, Macul, Ñuñoa y Peñalolén.</p>
		<p>Fuentes de ingresos </p> <p>Cobro a los clientes por el arriendo de los diferentes packs disponibles, los que incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consola. • 2 Controles. • 3 Videojuegos. • Despacho y retiro (servicio última milla). • Opciones de 4 y 6 hrs. de arriendo. • Televisión con soporte y luces LED (en algunos packs). • Manual de instalación Plug & Play 		

Figura 2: Modelo de Negocio Canvas. Elaboración propia.

3.2. Descripción de la Empresa

Capacidad económica: Se dispone de la capacidad financiera personal y como oportunidad de evaluará la postulación a capitales semilla, además de analizar posibles financiamientos con instituciones financieras.

Conocimiento técnico y de mercado: Se cuenta con experiencia en la compra y uso de videojuegos, conociendo las principales tendencias relacionadas.

Conocimientos financieros: Los conocimientos en torno a la generación de planes de negocios, administración de equipos de trabajo, marketing y estrategias desarrollados durante los cursos del MBA son vitales para poder evaluar e implementar esta oportunidad y llevarla a cabo de buena manera. Es posible implementar esta oportunidad de negocio de manera exitosa.

Misión: Proveer un servicio ágil y confiable de arriendo de consolas de videojuegos retro para que los clientes y quienes ellos definan vivan un momento entretenido de juego.

Visión: Ser la empresa líder en servicios de arriendo de consolas de videojuegos retro, con equipos en buen estado y con excelente calidad de servicio.

Objetivos:

- Generar una divertida experiencia del usuario
- Proveer una excelente calidad de servicio
- Contar con equipos en buen estado y bien mantenidos.
- Tener una amplia oferta de consolas, videojuegos y servicios adicionales.

Valores: Excelencia, Responsabilidad, Confianza, Sustentabilidad

Factores Críticos de Éxito

Retro Kongsolas se distingue de la competencia por ofrecer un servicio de arriendo de consolas antiguas, de menor acceso en la actualidad y que la competencia no tiene, además permite generar una experiencia entretenida con amigos y/o familiares. Contar con consolas antiguas y originales permite potenciar la experiencia de diversión con

refuerzos positivos provenientes de las experiencias pasadas de los usuarios. Para lograr esto existen diversos factores críticos de éxito como son:

- **Selección y compra de consolas y videojuegos:** Consiste en encontrar en el mercado consolas y videojuegos en buen estado, óptimo funcionamiento y buen aspecto. Además de contar con una amplia variedad y stock de equipos.
- **Mantenimiento de consolas y videojuegos:** El servicio de mantenimiento y soporte técnico de consolas y videojuegos es clave para asegurar que los equipos funcionan adecuadamente y con ello aumentar la satisfacción de los clientes, dando valor a la marca y permitiendo darle sustentabilidad al negocio al aumentar las probabilidades de retorno de los clientes, además de permitir la divulgación de recomendaciones positivas respecto a la empresa. Una vez realizado el mantenimiento de las consolas, se agrega un sello de calidad con el fin de indicar que se encuentran en óptimas condiciones, además de permitir la detección de posibles intervenciones por parte de los clientes, evitando la sustracción de piezas que afecten su funcionamiento. Este sello de seguridad debe contar con características que permitan detectar fácilmente su manipulación, además su revisión será un paso clave en la devolución de los equipos.
- **Publicidad:** Un tema crítico es poder comunicar a los clientes la propuesta de valor, para lo cual es clave la presencia constante y focalizada en redes sociales.
- **Marca:** Lograr posicionar la marca Retro Kongsolas.
- **Alianzas:** En el segmento B2B el generar alianzas estratégicas con empresas de eventos para que puedan ofrecer los servicios y así captar una mayor participación de mercado. Es importante contar con un servicio de última milla que cumpla con los requerimientos de servicio al cliente, puntualidad y disponibilidad.
- **Implementar un plan de fidelización:** es relevante para asegurar que los clientes vuelvan a arrendar el servicio, lo que, junto a una buena experiencia de servicio, aumentará las probabilidades de ello.

Una de las fortalezas es el enfoque en arriendo de consolas antiguas y originales de menor acceso en el mercado, además del know-how que se debe construir en la reparación y mantenimiento de estas consolas.

La competencia por su parte se orienta en satisfacer las necesidades de arriendo de consolas modernas, de mayor acceso.

La oferta de productos se basa en la compra de productos usados, que serán sujeto de un plan de reparación, revisión y mantenimiento, para asegurar calidad de funcionamiento y buen estado estético. Si alguna consola no es apta para su uso en arriendo, se evaluará si es útil su compra para obtener repuestos para mantenimiento. La obsolescencia de las consolas y videojuegos será definida por el equipo técnico, procurando asegurar un nivel de calidad aceptable, potenciar la calidad del servicio y la experiencia del cliente.

Para mitigar algunos posibles problemas como el deficiente estado de consolas y videojuegos es relevante contar con un equipo técnico calificado, que sea capaz de evaluar de manera correcta el estado de mantenimiento de los productos antes de ejecutar la compra. Además, se desarrollará un plan de recambio de adhesivos, limpieza de componentes y carcasas para mejorar y tener un producto con calidad en su aspecto.

En el anexo 9 se detalla el análisis VRIO, donde se destacan como ventaja competitiva sostenible el mantenimiento y mejoramiento de consolas, basado en una cultura de mantenimiento donde se captura, documenta el proceso y los conocimientos que se adquieran en el camino y finalmente la marca Retro Kongsolas.

Dado lo anterior la estrategia competitiva de Retro Kongsolas será la diferenciación, utilizando las ventajas competitivas descritas para generar valor.

3.3. Estrategia de Crecimiento o Escalamiento. Visión Global.

Inicialmente se buscará la adquisición de las consolas preferidas en la investigación de mercado (mayor a 15% de preferencia), como son: Nintendo, Super Nintendo, Nintendo

64, Nintendo Wii, PlayStation 1, PlayStation 2, PlayStation 3, Xbox 360, Atari, Sega (ver pregunta 2, anexo 1).

Los videojuegos serán tipo arcade, deportivos, aventura y acción, todos con preferencias mayores a 15% en la investigación de mercado, específicamente en la pregunta tipos de videojuegos preferidos (ver anexo 1).

La oportunidad de negocio donde se desarrollará Retro Kongsolas permite iniciar las operaciones con un negocio base definido por las comunas descritas anteriormente. Luego de lograr consolidar un negocio estable (Generación de flujos positivos durante 1 año), se evaluará desarrollar un plan de crecimiento, que considere tres aspectos:

- **Crecimiento en oferta de productos y servicios:** En esta etapa se evaluará incorporar complementos a la oferta de arriendo de consolas y productos alimenticios como comidas temáticas relacionadas a juegos (pizzas, tablas, galletas, tortas, etc.), tragos temáticos (para eventos de mayores de edad, en este caso se debe evaluar las complejidades de contar con patente de alcoholes), adornos/ornamentación para eventos, figuras y elementos relacionados a videojuegos que sirvan como regalo o souvenir, incluso incluir arriendo de máquinas Arcade. En esta etapa la información de los clientes será clave para identificar sus necesidades y así lograr fortalecer la oferta de productos alineado con los requerimientos de los clientes de Retro Kongsolas, y posibles alianzas con terceros.
- **Crecimiento con implementación de locales físicos:** Buscar oportunidades de instalar un local que permita la celebración de eventos con todos los productos de Retro Kongsolas ya instalados.
- **Crecimiento geográfico:**
 - **Nacional:** En la etapa de crecimiento geográfico se evaluará la cobertura del servicio, donde se puede planificar su expansión a las restantes comunas de la Región Metropolitana (considerando el impacto en los tiempos de despacho), como también su expansión a regiones.
 - **Internacional:** Al consolidar la presencia nacional se debe evaluar su expansión internacional, considerando mercados latinoamericanos donde se detecten

oportunidades de negocio. Esta expansión debe considerar diferentes alternativas de expansión como son: Compra de una empresa local, creación de una nueva empresa o generar una alianza con alguna empresa presente en el nuevo mercado y que no cuente con el modelo de negocios de Retro Kongsoles. Algunas oportunidades detectadas son el mercado argentino y peruano, donde no se encontraron oferta de arriendo de consolas antiguas, ya que se enfocan en arriendo de consolas de última generación.

En el momento de definir el plan de expansión se deben evaluar todas estas alternativas para definir el plan óptimo de crecimiento de Retro Kongsoles (no incluido en plan base). El orden preliminar se define en la siguiente figura.

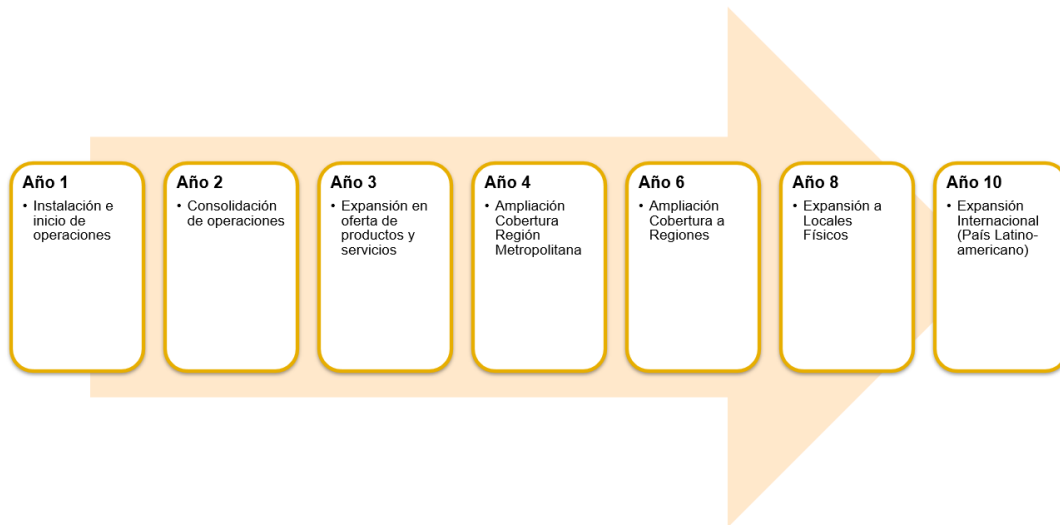


Figura 3: Plan de expansión a evaluar. Elaboración propia.

3.4. RSE y Sustentabilidad

Retro Kongsoles tiene un fuerte componente y compromiso con la sustentabilidad, la base del negocio se funda en la recuperación y utilización de consolas antiguas retro, por lo que se reutilizan componentes y equipos ya construidos hace varios años. Se reciclarán piezas de equipos antiguos para permitir el mantenimiento de otras consolas, permitiendo la reducción de la huella de carbono de la compañía. Se incorporará la variable de sustentabilidad en la selección de la última milla, dando preferencia a aquellas empresas que tengan automóviles eléctricos dentro de su flota.

Dentro de los valores de la empresa destaca la sustentabilidad como sello del desarrollo de Retro Kongsolas. Al tratarse de un servicio que consiste en el arriendo de consolas antiguas, maximizando el uso de las unidades ayuda a reducir los requerimientos de compra de otros equipos por parte de los usuarios.

Adicionalmente, Retro Kongsolas tendrá un manejo administrativo con un enfoque importante en la digitalización de los procesos, incluyendo la publicidad que se sustentará principalmente en redes sociales y página web, lo que permitirá la reducción de residuos.

Es importante mencionar que el consumo promedio de las consolas antiguas es menor a las consolas de última generación, por lo que también es un aporte en la reducción de la huella de carbono (ver anexo 3).

Tabla 6: Mapa de Stakeholders. Elaboración propia.

Stakeholders	Objetivo	Nivel de interés	Nivel de influencia	Acciones posibles		Estrategia
				Impacto +	Impacto -	
Personal	Entregar un servicio de calidad e incrementar el número de arriendos de acuerdo a lo proyectado por la empresa	Alto	Alto	Generar buen ambiente laboral, alta motivación y cooperación, maximizar la calidad de servicio	Desmotivación, mal ambiente laboral, no alcanzar los bonos de desempeño en base a las metas	Crear programa de evaluación de desempeño basado en la calidad del servicio y cumplimientos de metas
Comunidad	Servicio reconocido por su aporte a mejorar la sustentabilidad, economía circular y medioambiente	Alto	Alto	Ser reconocido por el compromiso con el medioambiente y sustentabilidad lo que permite potenciar la marca	Tener una baja publicidad y no ser reconocido o tener una mala imagen	Tener publicidad tanto del producto como de la marca, destacando el alto compromiso con la sustentabilidad
Proveedores	Respetar tiempos de pago	Bajo	Bajo	Mantener los pagos al día	No cumplir con los compromisos de pago	Mantener relaciones duraderas con los proveedores
Clientes	Clientes altamente satisfechos con el servicio entregado	Alto	Alto	Una recompra de servicio, buena calificación de servicio entregado y recomendación a amigos y/o familiares	No satisfacción con el servicio entregado y que no recompre o no recomiende el servicio	Selección de personal calificado y empático que tengan directa relación con el cliente

4. Plan de Marketing

4.1. Objetivos de Marketing

Para el cumplimiento de los resultados esperados por la empresa en términos de ventas, margen y utilidad es que se definen los siguientes objetivos de marketing:



Figura 4: Objetivos de Marketing. Elaboración propia.

Los objetivos están orientados en cumplir en un plazo de 12 meses con los datos financieros estimados en segmento B2C y B2B. Para las visitas web se asume que un 2,86% de las visitas se concretarán en una compra (ver anexo 10).

Con el fin de medir la satisfacción de los clientes, al término de cada servicio de arriendo se consultará a los clientes que tan satisfechos están con el servicio y feedback para mejorar, para ello se utilizar una Escala de Likert definida en anexo 11.

4.2. Estrategia de Segmentación

En función de la investigación de mercado que consistió en una encuesta respondida por 225 personas, se deduce que:

- Un 64,4% de los encuestados arrendarían una o más consolas de videojuegos antiguos (retro), de estos 145 encuestados:
 - 57% corresponden a género masculino y 43% a género femenino.
 - Son de los siguientes rangos etarios:

Tabla 7: Rango etario según IM. Elaboración propia.

Menos de 20 años	Entre 20 y 29 años	Entre 30 y 39 años	Entre 40 y 49 años	Entre 50 y 59 años	60 años o más
2,10%	22,80%	35,20%	24,80%	10,30%	4,80%

- Los ingresos del grupo familiar son:

Tabla 8: Ingreso grupo familiar según IM. Elaboración propia.

Menos de \$500.000	Entre \$500.001 y \$1.000.000	Entre \$1.000.001 y \$2.000.000	Entre \$2.000.001 y \$3.000.000	Entre \$3.000.001 y \$4.000.000	Más de \$4.000.000
4,80%	16,60%	21,40%	17,20%	14,50%	25,50%

- 50% tiene estudios universitarios
- 75% es trabajador dependiente
- 34% corresponde a las comunas objetivo

Considerando estos resultados, Retro Kongsoles se enfocará en los siguientes segmentos de clientes:

Segmento B2C:

Macrosegmentación de Mercado (B2C):

Se evaluarán las variables geográficas y variables demográficas de este segmento de cliente:

- **Variables geográficas:** Usuarios de consolas de videojuegos ubicados en estas 8 comunas de la Región Metropolitana de Chile: Santiago, Providencia, La Reina, Las Condes, Vitacura, Macul, Ñuñoa y Peñalolén.
- **Variables demográficas:** Usuarios en el tramo etario entre 20 y 59 años que abarca el 93% de la población encuestada (ver gráfico 2). La preferencia de contratación de este entretenimiento es similar para hombres y para mujeres, 62,6% y 67% respectivamente. El ingreso de renta de los usuarios está en el rango medio/alto (AB, C1, C2 y C3) (AimChile, 2022). La ocupación de los usuarios

encuestados son principalmente trabajadores dependientes, trabajadores independientes y estudiantes. En general son usuarios que les gustan los videojuegos y que tuvieron experiencia con videojuegos retro, además que utilicen parte de su tiempo libre jugando videojuegos en algún dispositivo.

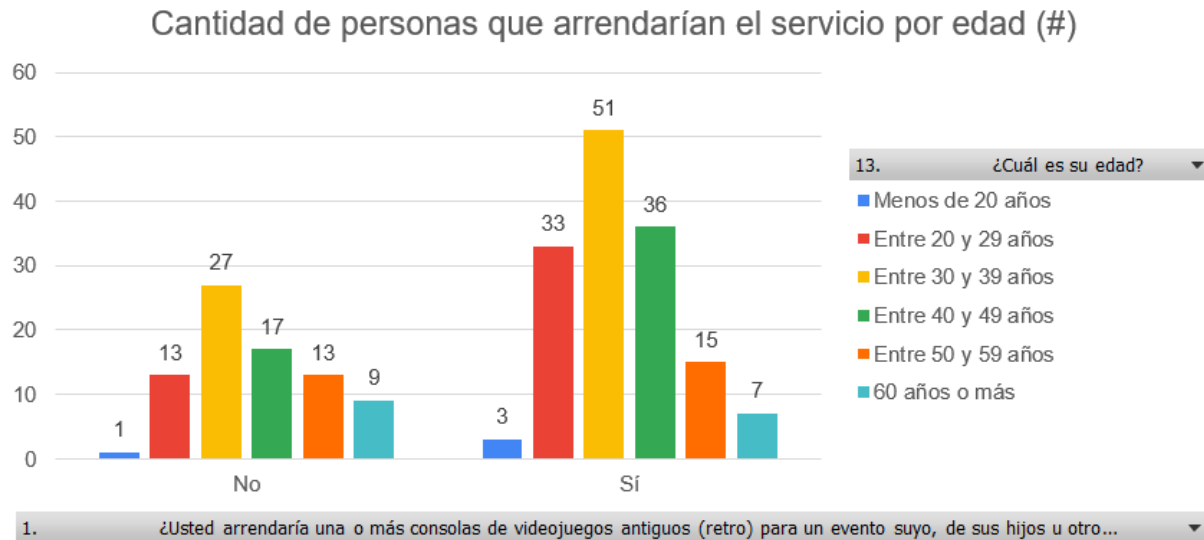


Gráfico 1: Encuesta. Elaboración propia.

Microsegmentación de Mercado (B2C):

- Jóvenes y adultos que tienen una preferencia en dedicar su tiempo libre o de entretenimiento utilizando una consola de videojuegos, jugando solo o compartiendo con sus amigos y/o familiares.
- Persona que desee utilizar una consola de videojuegos como pasatiempo.
- La frecuencia de uso según la Investigación de Mercado es por un año (37,2%), seguido por dos veces al año (33,1%), luego tres veces al año (15,2%).

Microsegmentación Cliente (B2C)

Beneficio buscado:

- Entretención digital, a través de un arriendo de servicio, utilizando una consola de videojuegos antigua en buen estado, el cual resulta más barato que comprarlas, considerando que son escasas al igual que sus juegos.

- Ahorrar tiempo buscando todo lo necesario para tener este tipo de experiencia. Muchas veces al comprar consolas y videojuegos tan antiguos vienen defectuosos. Con este servicio de arriendo se entrega todo en buenas condiciones de funcionamiento.

Usuario: Las personas que utilizan las consolas de videojuegos en los diferentes eventos para los que se arrienden (Invitados familiares y/o amigos/as, hijos/as de clientes, empleados/as, etc., dependiendo del tipo de evento).

Influenciador: Personas que hayan vivido una buena experiencia con el servicio y que quieran compartirlo con conocidos, familiares, amistades y/o dejar buenos comentarios en las redes sociales de la empresa Retro Kongsolas o dejar buenos comentarios en foros especializados.

Las principales variables psicográficas de los usuarios, es decir, estilos de vida, motivaciones, gustos y preferencias. Los arquetipos definidos tienen como principal variable de diferenciación: grupo etario, uso principal, frecuencia de uso (ver anexo 12).

Segmento B2B:

Macrosegmentación de Mercado (B2B):

- **Variables geográficas:** Empresas que se dedican a la organización de eventos para otras empresas o personas naturales y que estos eventos estén ubicados en las comunas de Santiago, Providencia, La Reina, Las Condes, Vitacura, Macul, Ñuñoa y Peñalolén.
- **Variables demográficas:** Empresas clasificadas como pequeñas y medianas PYMES (que en términos de ventas anuales se encuentran en el rango de UF2.400 a UF100.000) (SII, SII, 2022)

Microsegmentación de Mercado (B2B): Pequeñas y medianas empresas de eventos que deseen incluir a Retro Kongsolas en las opciones de servicios disponibles para complementar los eventos que organicen.

Microsegmentación Cliente (B2B):

Beneficio buscado:

- Rapidez de entrega, variedad de consolas y videojuegos, servicio de post ventas.
- Alta calidad, altos volúmenes de ventas y rápida respuesta en la cotización.
- Aumentar sus ingresos al incorporar a su catálogo el servicio de arriendo de consolas de videojuegos. Lo que permite aumentar el volumen de ventas y su mercado objetivo.
- Entregar una amplia gama de servicios a sus clientes.

La cultura de las empresas dedicadas a la organización de eventos, es decir, sus competencias e innovación, objetivos de crecimiento, toma de decisiones, actitud hacia el riesgo se representan en anexo 13.

Mapa de posicionamiento esperado

Considerando la estrategia de diferenciación, se ha definido las variables de variedad de productos (tipos de consolas y adicionales ofertados) y calidad de servicio (Percepción en base a investigación de mercado) para definir el posicionamiento esperado de Retro Kongsolas en el mercado, el cual se muestra a continuación:

Variedad de productos (Consolas y videojuegos)



Figura 5: Posicionamiento esperado. Elaboración propia.

Esta posición se logra asegurando cantidad y calidad de consolas antiguas, siendo clave el proceso de adquisición y mantenimiento de consolas, además se debe seleccionar adecuadamente el personal e implementar medidas correctivas que permitan mejorar el puntaje obtenido en las diferentes evaluaciones de calidad de servicio.

4.3. Estrategia de Servicio

La principal característica de Retro Kongsolas es un servicio de arriendo de consolas y videojuegos antiguos (retro) que no son de fácil acceso en el mercado comercial, sino que deben buscarse en el mercado de reventa, la diferenciación se da por el acceso a productos antiguos, con buen funcionamiento y con adecuado estado estético. Adicionalmente se ofrece vivir una experiencia entretenida en los eventos para los que se arrienda, además de permitir recordar buenos momentos que se hayan vivido.

La ventaja competitiva se construye en función de un equipo de asesoramiento y soporte técnico que permita genera una cultura de mantenimiento y un proceso de puesta a punto operacional, para asegurar un alto nivel de servicio y apto funcionamiento (ver análisis VRIO en anexo 9).

Adicionalmente, Retro Kongsolas ofrece servicios adicionales como son televisor con soporte y luces LED, dentro del arriendo se incluye el despacho y retiro, lo que permite entregar un servicio integral. Relacionado al mantenimiento, se incorpora la estrategia de sellos de las consolas, con el fin de asegurar la calidad y evitar la intervención de estas. En base a las preferencias identificadas en la investigación de mercado se han construido una serie de packs de productos que se ofrecen en arriendo:

- Pack 1: 1 Consola a elección, 2 controles y 3 juegos a elección por 4 horas.
- Pack 2: Pack 1 + TV con soporte + Luces LED
- Pack 3: 1 Consola a elección, 2 controles y 3 juegos a elección por 6 horas.
- Pack 4: Pack 3 + TV con soporte + Luces LED
- Pack 5: 1 Consola a elección, 2 controles y 3 juegos a elección por 1 día.
- Pack 6: Pack 5 + TV con soporte + Luces LED

Tipos de consolas: Nintendo, Super Nintendo, Nintendo 64, Nintendo Wii, PlayStation 1, PlayStation 2, PlayStation 3, Xbox 360, Atari y Sega Genesis (ver anexo 15).

4.4. Estrategia de Precio

Se sigue una estrategia de diferenciación, no se compite por precio, pero si se revisa la disposición a pagar identificada en la investigación de mercado para definir el precio con que se lanzarán los servicios de arriendo.

Dada la disposición a pagar se define que con un precio de \$30.000 por el arriendo de una consola se obtendría un 51% de las personas con disposición a pagar por el servicio.

Tabla 9: Disposición a pagar. Elaboración propia.

Disposición a pagar	
Menos de \$30.000	49,0%
Entre \$30.001 y \$40.000	35,9%
Entre \$40.001 y \$50.000	10,3%
Entre \$50.001 y \$60.000	2,8%
Entre \$60.001 y \$70.000	0,7%
Más de \$70.000	1,4%

Una vez que comience a operar Retro Kongsolas se debe evaluar la cantidad de arriendos que se logran con el precio definido con el fin de maximizar el uso de los activos, si se encuentra en un nivel adecuado, se puede explorar un incremento de precio. Adicionalmente se podría redefinir los precios del arriendo base de acuerdo al porcentaje de disponibilidad por tipo de consola, reduciendo el precio para aquellas que tengan un menor nivel de arriendos, o aumentando para aquellas que tienen un mayor nivel de arriendo.

Se incluye en el precio de cada pack el valor del despacho y retiro que se desarrollará con una empresa de última milla, el precio referencial es de \$8.000, lo que considera que cada servicio contempla 2 viajes al destino y considerando un precio estándar que se cobra en el mercado por un viaje de despacho (ver ejemplo en anexo 14).

Para el caso de los packs que consideran televisor y luces LED se considera una tarifa de \$15.000 más un adicional por despacho.

- Pack 1: Consola a elección por 4 hrs (\$30.000) + 2 juegos extra (\$6.000) + Despacho (\$8.000) = **\$44.000**
- Pack 2: Pack 1 + TV y luces LED (\$23.000 incluyendo despacho adicional) = **\$67.000**
- Pack 3: Consola a elección por 6 hrs (\$42.000) + 2 juegos extra (\$8.400) + Despacho (\$8.000) = **\$58.400**
- Pack 4: Pack 3 + TV y luces LED (\$29.000 incluyendo despacho adicional) = **\$87.400**
- Pack 5: Consola a elección por 1 día (\$60.000) + 2 juegos extra (\$12.000) + Despacho (\$8.000) = **\$80.000**
- Pack 6: Pack 5 + TV y luces LED (\$38.000 incluyendo despacho adicional) = **\$118.000**

4.5. Estrategia de Distribución

Con el fin de asegurar un buen servicio al cliente y la llegada oportuna de los equipos arrendados el técnico será el responsable de planificar cada despacho y retiro y asignarlo con la empresa de última milla.

La empresa de última milla será la encargada de ejecutar la distribución y retiro de los productos solicitados por los clientes, en el plazo horario seleccionado por ellos.

La logística de distribución debe considerar los siguientes aspectos:

- **Rutas / Distancias:** Con el fin de definir rutas de distribución acotadas es que se define inicialmente partir con el servicio en comunas del sector Centro-Oriente de Santiago.
- **Servicio:** Debe contratarse una empresa que permita ofrecer un servicio que refleje una imagen de confianza y seguridad hacia los clientes.

4.6. Estrategia de Comunicación y Ventas

Uno de los factores de éxito es el desarrollo de una potente red de comunicación con los clientes, con un fuerte foco en medios digitales, destacan en esta red:

Redes Sociales: Este canal se utilizará para comunicar el servicio ofertado, destacar sus características y potencialidades, informar ofertas y desarrollar el proceso de entrada en el mercado objetivo. Se utilizarán servicios de publicidad como Google Ads para aumentar la penetración en el segmento objetivo, además de la creación de perfiles en Facebook, Instagram, TikTok y Twitter. Se debe contratar un servicio de asesoría en la generación de los perfiles (freelance) con el fin de potenciar esta herramienta.

Página Web (www.retrokongsolas.cl): Será la plataforma central para la entrega de información detallada, para mostrar los productos disponibles y para generar la venta de servicios, considerando un módulo amigable y confiable con el fin de evitar pérdidas producto de problemas técnicos en la plataforma.

WhatsApp: Será el principal medio de comunicación con los clientes, el cual estará a cargo del administrador y/o técnico, se debe considerar tener mensajes predefinidos que permitan generar cotizaciones de servicios de manera ágil. Debe contratarse cuenta empresa y crear un catálogo de productos en ella.

Plan de Fidelización: Considerando que es un servicio concebido para arriendo en eventos como cumpleaños o junta con amigos/as, es que la frecuencia de compra no será tan alta, lo que se respalda en los resultados de la encuesta sobre frecuencia de compra de los clientes, los cuales en su mayoría contratarían el servicio 1 vez al año (37,2%) o 2 veces al año (33,1%). Para aumentar esta frecuencia de compra o para aumentar la probabilidad de recontractación del servicio es que se define un plan de fidelización que entregue beneficios de horas o juegos adicionales.

Se debe hacer un exhaustivo análisis de la interconexión entre las diferentes plataformas que integran el sistema de comunicaciones y ventas de Retro Kongsolas, con el fin de asegurar su integración y fácil transición del cliente entre una y otra.

Marca y Logo:

El nombre nace en alusión al arriendo de consolas antiguas, con los colores rojo y amarillo que rememoran una serie de videojuegos iconos que utilizan estas tonalidades.

Adicionalmente la palabra Kong hace referencia a uno de los clásicos del mundo de los videojuegos.



Figura 6: Logo Retro Kongsolas. Elaboración propia.

4.7. Estrategia de la Demanda y Proyecciones de Crecimiento Anual

Se estima un tamaño de mercado de \$16.525.029.287 para el segmento personas (B2C) y un tamaño de mercado para el segmento empresas (B2B) de \$2.828.812.679, lo que considera lo siguiente:

Segmento B2C:

Población objetivo: 979.697 personas entre 20 y 59 años en las comunas objetivo. Según la encuesta realizada como investigación de mercado un 64,4% de las personas están dispuestas a arrendar el servicio (es importante comentar que se considera el porcentaje de la encuesta completa, sin embargo, para las comunas objetivo se mantiene un valor similar 66,2%).

Se estima que, en cada arriendo, se requieren en promedio 2,38 consolas de videojuegos. Se estima que este segmento será requerido principalmente de viernes a domingo y festivos. En base al tamaño de mercado, considerando un 0,5% de participación inicial y un crecimiento esperado de la economía chilena de 2,75% anual desde 2024 y curva de aprendizaje año 1, se tiene la siguiente proyección de demanda:

Tabla 10: Estimación de demanda B2C. Elaboración propia.

Ventas Proyectadas (# Packs) - Max	Mes 1 al 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Cantidad de consolas (# Consolas/año) - B2C	0	29	57	85	115	144	172	200	230

Ventas Proyectadas (# Packs) - Max	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de consolas (# Consolas/año) - B2C	1.032	2.824	2.903	2.984	3.065

Segmento B2B:

Se considera el total de pequeñas y medianas empresas existentes en las comunas objetivo que son 61.391 para el año 2020 (según información de SII) (SII, 2022). Desde la investigación de mercado se asume que se mantiene el porcentaje de empresas con disposición a arrendar el servicio, no aplicaría en este caso la duplicidad (en el caso de empresas) y se considera una frecuencia de 1 vez al año.

Tabla 11: Estimación de demanda B2B. Elaboración propia.

Ventas Proyectadas (# Packs) - Max	Mes 1 al 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Cantidad de consolas (# Consolas/año) - B2B	0	5	9	14	20	25	29	34	40

Ventas Proyectadas (# Packs) - Max	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de consolas (# Consolas/año) - B2B	176	483	497	512	526

Se considera que la demanda del segmento personas estará centrada en los fines de semana, mientras que la demanda de eventos empresas en los días de semana, por ello ayuda a homogeneizar la curva de demanda.

4.8. Presupuesto de Marketing y cronograma

Para la estimación del presupuesto de marketing se consideran valores referenciales de diferentes fuentes (ver anexo 16).

Tabla 12: Presupuesto de marketing y cronograma. Elaboración propia.

ítem	Plazo de Ejecución																
	Año 1												Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12					
Diseño e Implementación																	
Generación Imagen Corporativa	70.000	\$/vez		√													
Creación de página web	500.000	\$/vez		√	√	√											
Creación de redes sociales	500.000	\$/vez		√	√	√											
Lanzamiento	700.000	\$/mes				√	√	√									
Período de Operación																	
Mantenimiento de página web	200.000	\$/semestre						√						√	√	√	√
Manejo de Redes Sociales	150.000	\$/mes				√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Administración Google Adwords	200.000	\$/mes				√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Pago de campañas Google Ads	250.000	\$/mes				√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√

* Precios sin IVA

Una descripción de los temas incluidos en cada uno de los conceptos identificados en la tabla 12 se mencionan a continuación:

Diseño e implementación:

- **Generación Imagen Corporativa:** Generación del logo, tipografía, definición y aplicación de colores corporativos.
- **Creación de página web:** Desarrollo integral de la página web de la empresa, asegurando su conectividad con otras plataformas, WhatsApp y redes sociales.
- **Creación de redes sociales:** Contratación de cuentas WhatsApp empresa, creación de perfiles en TikTok, Instagram, Twitter, Facebook, e-mails y registro de sitio web.
- **Publicidad de Lanzamiento:** Consiste en una campaña de lanzamiento mediante Google Ads y en redes sociales. Considera un costo de 2 veces el pago de campañas con Google Ads, con el fin de desarrollar un lanzamiento intensivo e iniciar el posicionamiento de la marca en el mercado objetivo. Dentro de este concepto se debe también iniciar campañas de e-mail marketing para que el segmento B2B también conozca a la empresa y sus servicios, gestionando la incorporación de los servicios de Retro Kongsolas en las empresas de organización de eventos.

Período de Operación:

- **Mantenimiento de página web:** Soporte técnico 24/7, diseño personalizado.
- **Manejo de Redes Sociales:** *Community Manager*, diseño de publicaciones, administración de contenidos y asesoramiento en marketing.
- **Administración Google AdWords:** Creación de campañas, manejo de presupuesto, investigación competencia, administración palabras claves.
- **Campañas en redes sociales:** Pago por los servicios de aparición preferente.

Dentro del costo del plan de marketing no se incluye el plan de fidelización, ya que son extensión de horas de arriendo y/o juegos adicionales. Las campañas asociadas a la divulgación de este plan de fidelización están incluidas en los costos de publicidad.

5. Plan de Operaciones

La estrategia de operaciones de Retro Kongsolas consta de dos etapas. En la primera etapa de cuatro meses, se enfocarán en adquirir conocimientos de la industria de los videojuegos, establecer la sociedad, generar registro de marca y dominio, e implementar un sistema de ventas en línea con control de inventario y última milla. La segunda etapa comenzará 8 meses después de haber iniciado las ventas en la primera etapa y se enfocará en mejorar los flujos de compra y control de calidad.

Los principales proveedores son personas naturales que venden a través de redes sociales y aplicaciones, y Retro Kongsolas emitirá factura de compra a sus proveedores. El software de ventas y la última milla también participan en los flujos de despacho y retiro para automatizar ciertos pasos y agilizar tiempos de entrega.

Retro Kongsolas invertirá más en la primera etapa para asegurar la disponibilidad de consolas y videojuegos. Se requieren 29 consolas en la primera etapa, pero se operará finalmente con 20 consolas. La oficina de referencia está ubicada en la comuna La Reina, con 41 m² útiles y un valor mensual de \$574,864. La página web se incorporará en la primera etapa y mostrará productos, packs en oferta, reservas y comentarios de otros clientes. También se considera la creación de redes sociales y un gasto de lanzamiento.

Se requerirá personal durante toda la semana debido a la mayor demanda en fines de semana, por lo que se utilizarán técnicos en turnos 7x7. En la primera etapa, habrá un administrador general y dos técnicos trabajando en jornadas 5x2 y 7x7 respectivamente. En la segunda etapa, se agregará un asistente administrativo en jornada 5x2. Habrá un proceso de selección y capacitación específico para cada puesto. En cuanto a los plazos de pago, el promedio para los clientes en B2C es inmediato, mientras que en B2B es a 30 días. El promedio de pago a los proveedores es inmediato para las personas naturales y 30 días para los demás proveedores.

Para más información, consultar parte II de este plan de negocios.

6. Equipo del proyecto

Manuel Alejandro López Álvarez y Nicolás Emilio Inzunza Díaz son los socios fundadores que lideran el equipo gestor de Retro Kongsolas. Nicolás, ha trabajado en operaciones de distintas compañías mineras y posee amplia experiencia en la industria de los videojuegos, la cual ha sido su afición de toda la vida. Por su parte, Manuel ha trabajado en control de gestión y evaluación de proyectos en empresas mineras. Ambos identificaron la necesidad de implementar este modelo de negocio en 8 comunas de la Región Metropolitana.

Durante las diferentes etapas de Retro Kongsolas, Manuel y Nicolás serán responsables de liderar el proyecto hasta la contratación del administrador general. Además, formarán parte del directorio, siendo ellos los encargados de establecer los objetivos estratégicos y tomar decisiones relevantes para el negocio.

Los técnicos y el asistente administrativo recibirán una remuneración bruta mensual de \$1.100.000, mientras que el administrador general tendrá una remuneración bruta mensual de \$2.000.000. Ambos salarios serán reajustados anualmente según la variación del IPC. En la segunda etapa de Retro Kongsolas, se implementará un sistema de evaluación de desempeño que permitirá evaluar a cada trabajador. Si cumplen el 100% de las metas establecidas para el año, podrán acceder a un bono de desempeño que se pagará en enero de cada año (a partir del segundo año) en función de su evaluación del año anterior. Además, se considera una gratificación legal desde el primer año. Con este incentivo, se espera que el personal esté más comprometido y trabajen juntos hacia un objetivo común basado en el cumplimiento de metas.

Para más información, consultar parte II de este plan de negocios.

7. Plan financiero

Se plantea una inversión inicial de \$23.965.930 para la compra de activos, mobiliario y desarrollo de página web y aplicación para el negocio de alquiler de videojuegos. Se clasifican los activos fijos sujetos a depreciación en herramientas livianas, muebles y enseres, y sistemas computacionales, con periodos de depreciación de 3, 7 y 6 años, respectivamente. Se estima una inversión en capital de trabajo utilizando el método del máximo déficit operacional, que genera un monto de \$24.945.027 necesario para asegurar el funcionamiento de la empresa en el mes 7.

El proyecto es viable económicamente según el VAN a 5 años (\$66 millones) y con perpetuidad (\$341 millones), TIR del 49% y 80%, respectivamente. El período de recuperación de la inversión es de 2,34 años para ambas evaluaciones (2 años y 4 meses). El proyecto será financiado completamente con recursos propios aportados por los socios, con un total de \$52.268.423.

Se establece una política de retiro de dividendos del 30% de las utilidades a partir del año 3. Durante el primer año, hay 4 meses sin ventas debido a la curva de aprendizaje, y las ventas aumentan significativamente en el segundo año antes de estabilizarse en torno al 6%. Los indicadores financieros son negativos en el primer año debido a la utilidad negativa, pero son positivos y estables a partir del segundo año.

Se identificaron las principales variables que inciden en los riesgos críticos del proyecto y se realizó un análisis de sensibilidad evaluando cómo la variación de estas variables afectaría el VAN y la TIR del proyecto a 5 años. Las variables más incidentes en el VAN fueron el volumen de venta y la variación de costos, encontrando el punto de equilibrio o VAN cero al reducir el volumen de venta en un 18,6% o al incrementar los costos en un 19,1%. Por otro lado, el costo de última milla y los precios de compra de nuevos activos son las variables menos incidentes en el resultado del VAN.

Para más información, consultar parte II de este plan de negocios.

8. Riesgos críticos

A continuación, se detallan los riesgos tanto internos como externos identificados en el proceso de implementación y operación del plan de negocios:

Internos:

- Disponibilidad de consolas y videojuegos para arriendo. Plan de mitigación: Verificar tendencias con la demanda de consolas y videojuegos para redefinir la cantidad de consolas por tipo de consolas.
- Efectividad de proceso de mantención. Plan de mitigación: Procesos de selección bien definidos y capacitación frecuente.

Externos:

- Entrada masiva de competidores. Plan de mitigación: Diferenciarse con la variedad de consolas y videojuegos, además de la calidad de servicio y atención al cliente.
- Menor volumen de venta. Plan de mitigación: Realizar constantes análisis de la demanda y tomar medidas de manera rápida, revisando la efectividad de marketing y la oferta de los packs definidos. Plan de fidelización.
- Aumento de precio de compra de consolas y videojuegos. Plan de mitigación: Evaluar opción de compra de consolas en mal estado y proceder con su reparación.
- Aumento de costos. Plan de mitigación: Evaluar nuevos proveedores y optimizar procesos.

Los riesgos más críticos son: Menor volumen de ventas y Aumento de costos, ambos impactan significativamente en la sensibilidad.

Para más información, consultar parte II de este plan de negocios.

9. Propuesta inversionista

Se necesita una inversión total de \$52.268.423, incluyendo la inversión en capital de trabajo, para llevar a cabo el proyecto durante 5 años. Según la evaluación financiera, el proyecto generará un VAN de \$65.985.092, una TIR del 49% y se recuperará la inversión en 2,34 años.

La mitad de la inversión del primer año, que incluye inversión e inversión en capital de trabajo, será financiada por un inversionista externo. Los miembros del equipo gestor mantendrán una participación del 50% en la sociedad, mientras que el inversionista externo obtendrá el 50% restante a cambio de su inversión.

Se propone realizar pagos de dividendos a partir del tercer año, equivalente al 30% de la utilidad del ejercicio anterior. La distribución de los dividendos se hará en proporción a la participación de cada socio en la sociedad.

Para más información, consultar parte II de este plan de negocios.

10. Conclusiones

Dado que un 64,4% de los encuestados estaría dispuesto a arrendar el servicio de arriendo de consolas antiguas y que un 51% estaría dispuesto a pagar más de \$30.000 por una consola base (a lo que habría que agregar otros adicionales deseados) y que en promedio arrendarían 2,38 consolas/arriendo es que se concluye que existe disposición a contratar el servicio de arriendo de consolas de videojuegos antiguos propuesto. Además, los competidores potenciales tienen oferta de productos similares de última generación de consolas, no existiendo actualmente oferta de arriendo de consolas retro. Por lo tanto, se válida que se trata de una oportunidad de negocio, al verificar que existe un segmento de clientes que tiene la deseabilidad, disposición a pagar y a usar, como también que existe un espacio en el mercado no cubierto actualmente.

Del análisis de las cinco fuerzas de Porter Ampliado se concluye que es una industria atractiva, existen tres fuerzas que son oportunidades que permiten ingresar y tener poder de negociación con los proveedores y clientes. Existen tres fuerzas que son amenazas, las cuales son competidores actuales (alta competencia), nuevos entrantes y sustitutos. Un recurso clave es la asociación con un servicio de última milla con alto estándar y disponibilidad de flota para permitir brindar un servicio de calidad a los clientes.

Del análisis PESTEL se observa que los aspectos más críticos son: económicos y tecnológicos, los cuales se pueden mitigar al evaluar las preferencias de los clientes y así enfocar la inversión con las consolas favoritas del mercado para maximizar la rentabilidad del negocio. En base a lo anterior, se puede mencionar que no existe algún impedimento crítico para el desarrollo de una empresa de este tipo.

En el análisis VRIO se destacan como ventajas competitivas sostenibles el mantenimiento y mejoramiento de consolas, basado en una cultura de mantenimiento donde se captura, documenta el proceso y los conocimientos que se adquieran en el camino y finalmente la marca Retro Kongsoles. Dado lo anterior la estrategia competitiva será la diferenciación, utilizando las ventajas competitivas descritas para generar valor.

Se generan dos propuestas de valor para los segmentos de mercado identificados B2C y B2B, los que al tener peaks de demanda proyectada diferentes, permiten distribuir de mejor manera los requerimientos de demanda y aumentar el uso de los activos.

Basándonos en los flujos de caja y la tasa de descuento estimados para el proyecto durante 5 años, se concluye que el proyecto es viable, ya que se obtiene un VAN de \$65.985.092, una TIR del 49% y un período de recuperación de capital de 2 años y 4 meses. Las variables más críticas para el VAN del proyecto son el volumen de venta y la variación de costos totales. Una reducción del 18,6% en el volumen de venta resultaría en un VAN cero, mientras que un aumento del 19,1% en los costos totales sería necesario para llegar al punto de equilibrio del VAN.

11. Bibliografías y fuentes

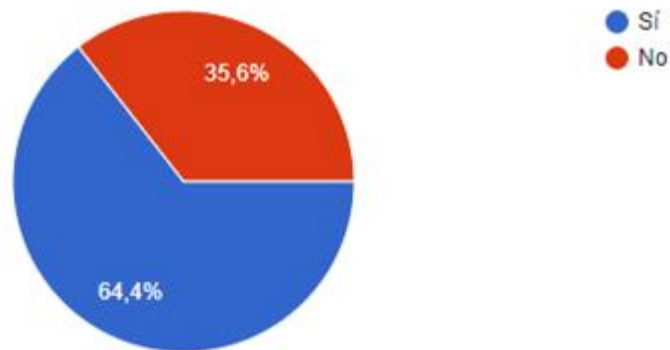
- AimChile. (2022). Obtenido de <https://www.percepcioneseconomicas.cl/desarrollo-economico/los-grupos-socioeconomicos-en-chile/#:~:text=Los%20hogares%20son%20clasificados%20en,grupos%20AB%2C%20C1a%20y%20C1b>.
- Arista, A. (2018). *Level Up*. Obtenido de <https://www.levelup.com/noticias/475385/Ventas-de-SNES-Classic-Edition-ya-superan-las-5-millones-de-unidades>
- BancoCentral. (2022). *BancoCentral*. Obtenido de https://si3.bcentral.cl/Siete/ES/Siete/Cuadro/CAP_ESTADIST_MACRO/MN_EST_MACRO_IV/PEM_TPMY TASAS/PEM_TPMY TASAS
- Damodaran. (Enero de 2022). *Stern Nyu*. Obtenido de https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html
- Damodaran. (2022). *Stern Nyu*. Obtenido de https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/ctryprem.html
- Fiadimark, W. (2022). *La Tercera*. Obtenido de <https://www.latercera.com/mouse/consumo-de-videojuegos-aumento-un-20-durante-el-primer-trimestre-del-2022-en-chile/>
- INAPI. (2022). Obtenido de <https://www.inapi.cl/>
- MI, A. (s.f.). *Pais Lobo*. Obtenido de <https://www.paislobo.cl/2022/03/la-industria-del-juego-sigue-creciendo.html>
- NIC. (2022). Obtenido de www.nic.cl
- SII. (2022). Obtenido de https://www.sii.cl/sobre_el_sii/estadisticas_de_empresas.html
- SII. (Enero de 2022). *SII*. Obtenido de https://www.sii.cl/sobre_el_sii/estadisticas_de_empresas.html
- SII. (2022). *SII*. Obtenido de https://www.sii.cl/contribuyentes/empresas_por_tamano/pymes.pdf
- T13. (2021). Obtenido de <https://www.t13.cl/noticia/negocios/consolas-videojuegos-incrementaron-importaciones-chile-primer-semester-05-07-2021>
- Wijman, T. (26 de Julio de 2022). *NewZoo*. Obtenido de <https://newzoo.com/insights/articles/the-games-market-will-show-strong-resilience-in-2022>

12. Anexos

1. Investigación de Mercado – Encuesta

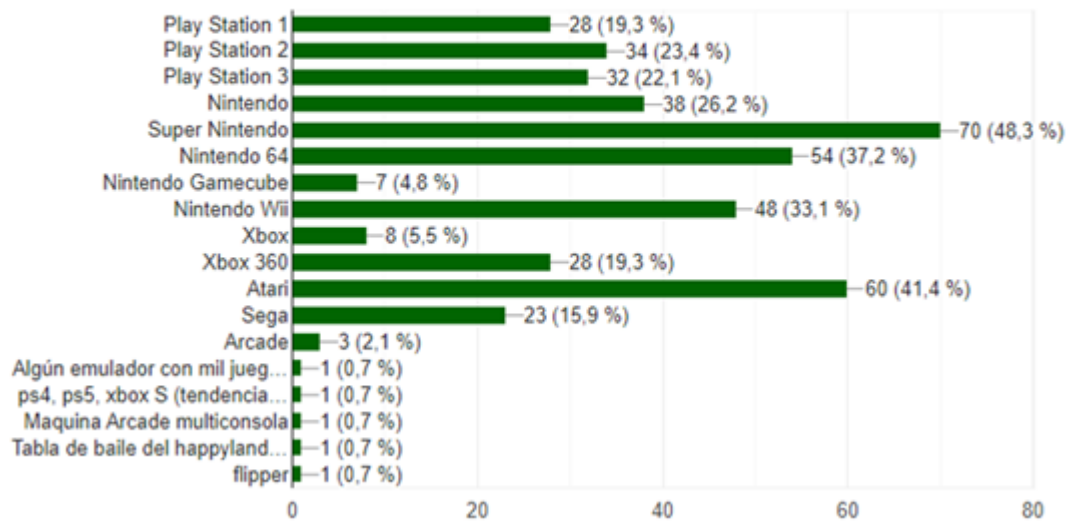
1. ¿Usted arrendaría una o más consolas de videojuegos antiguos (retro) para un evento suyo, de sus hijos u otro familiar (cumpleaños, junta con amigos/as u otra celebración)?

225 respuestas



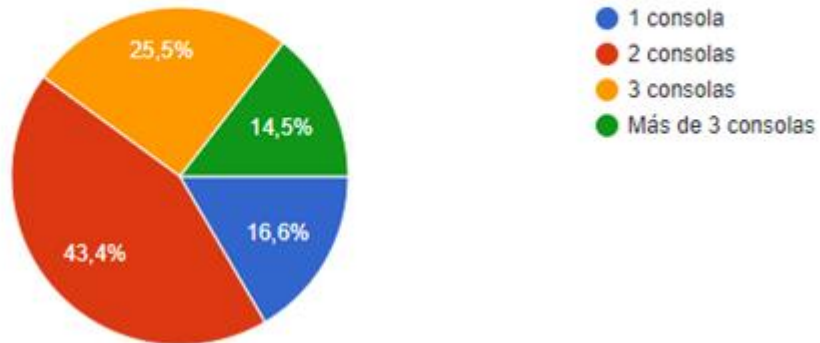
2. ¿Qué tipo de consola arrendaría?, puede seleccionar más de una:

145 respuestas



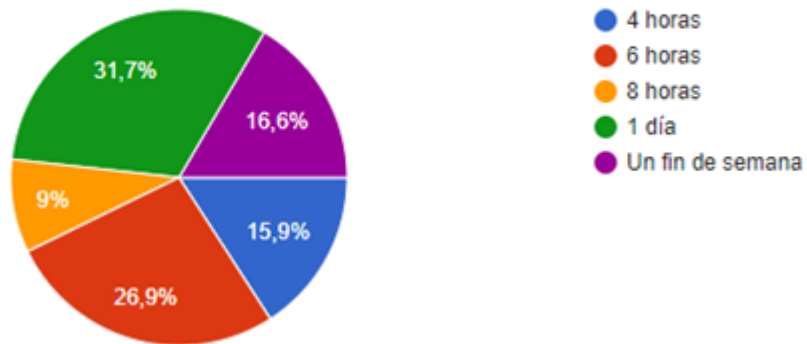
3. ¿Cuántas consolas cree que arrendaría para su evento?

145 respuestas



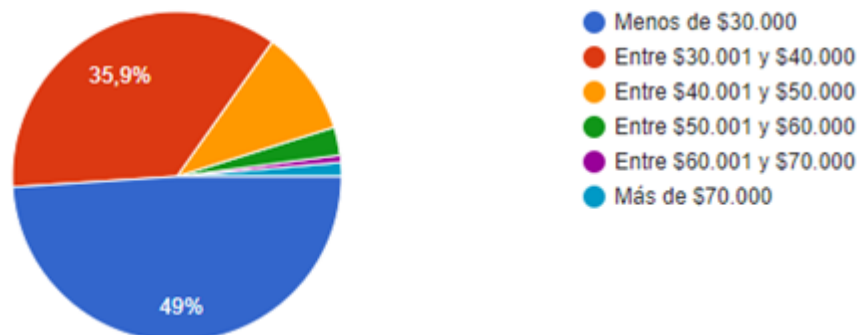
4. ¿Cuánto tiempo la(s) arrendaría(s)?

145 respuestas



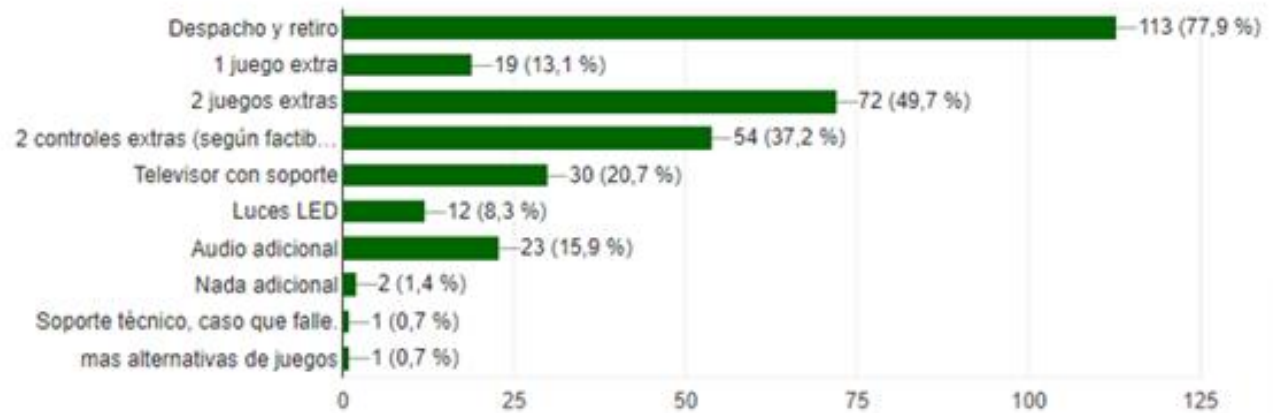
5. ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por 4 horas de arriendo de una consola con 1 juego y 2 controles?

145 respuestas



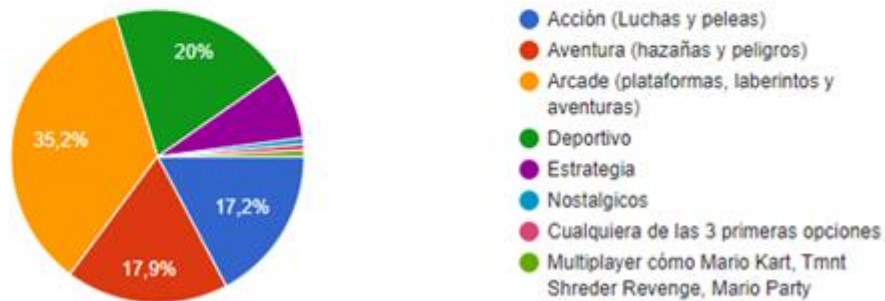
6. ¿Qué ítems adicionales agregaría al arriendo base (Consola + 1 juego + 2 controles)?, puede seleccionar más de una:

145 respuestas



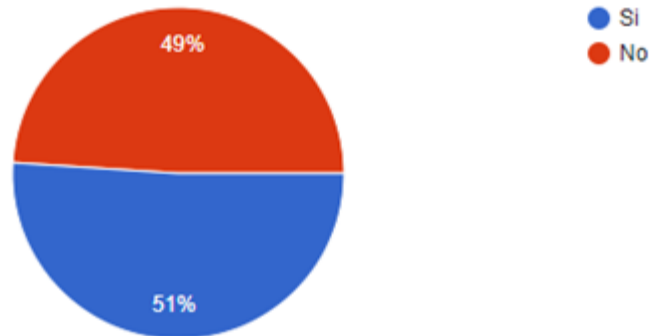
7. ¿Qué tipo de videojuegos usted prefiere?

145 respuestas



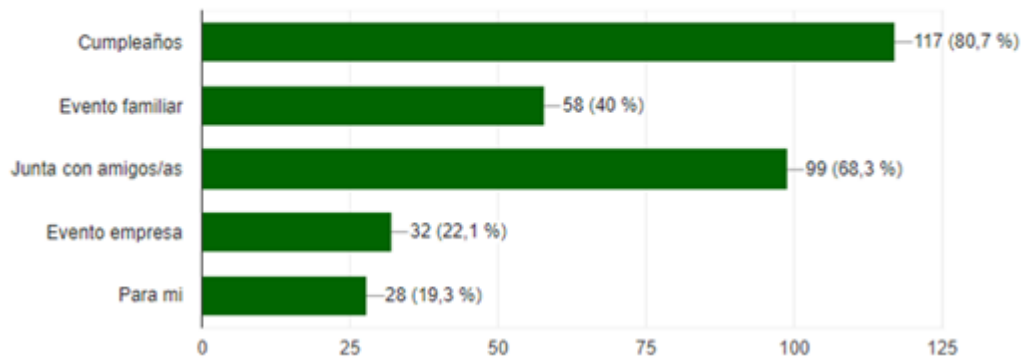
8. ¿Contrataría el servicio con instalación?

145 respuestas



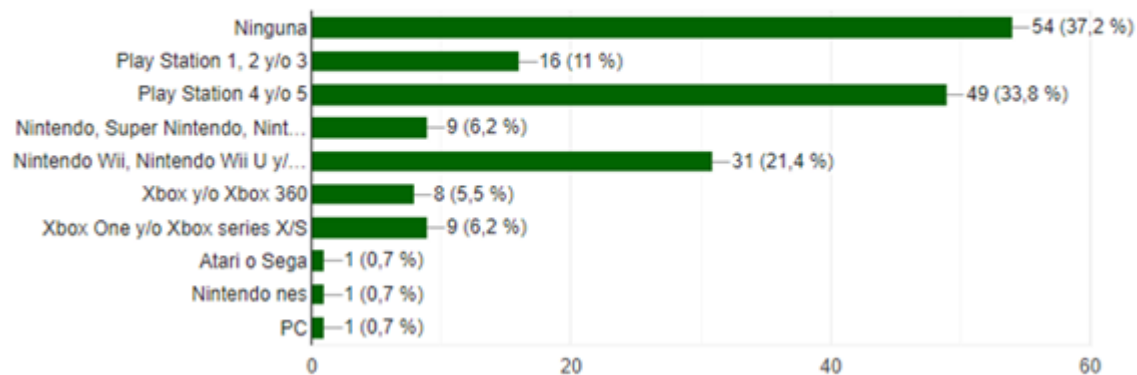
9. ¿Para qué ocasiones la arrendaría?, puede seleccionar más de una:

145 respuestas



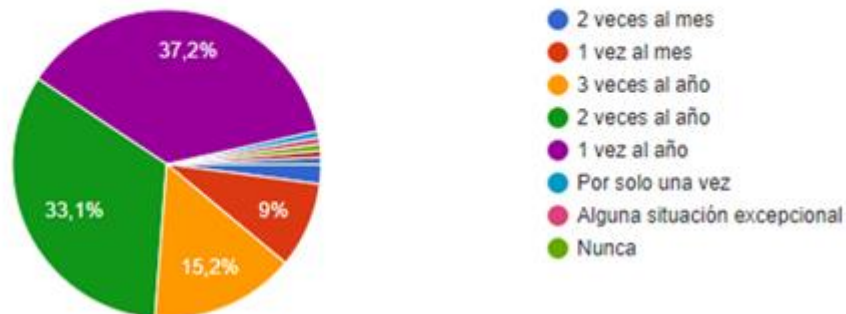
10. Actualmente, ¿Utilizas alguna consola?, puede seleccionar más de una:

145 respuestas



11. ¿Con qué frecuencia solicitaría este servicio de arriendo de consolas?

145 respuestas



12. Según su visión, ¿qué otro producto o servicio agregaría a ClassicGamer?, explique:

81 respuestas

Con eso basta.

flipper de preferencia

Como cliente nuevo. Sorteo de 1 juego, en una competencia o regalo de algunas horas en arriendo, a quien gane.

Hoja organizadora de puntos y premios si es que es para evento y también que estén higienizados los controles

Decoración para eventos en el motivo de la consola

Snack retro

Home theater

Juegos de namco

Dependiendo del rango de edad

Que venga incluido algún tipo de suscripción, dependiendo del sistema operativo (PlayStation: PS Plus)

Que venga con algún tipo de suscripción

Ninguno

Realidad virtual

Comida (papa fritas / bebidas o cerveza / palomitas / chocolate

Arriendo x día de gamepass con acceso a varios juegos

maquina de flipper o videojuegos (la maquina grande de las tiendas)

considerando el rubro de Consolas y arcades, estaria los clasicos flipper. DDRs para segmentos de mayor edad, no todos juegan consolas

Juegos de mesa

Accesorios para diferentes juegos, como para los de auto

Mesa de ping pong , juegos de mesa

Fliper y Taca Taca.

Servicio completo de arriendo vía online

Podría agregarse una decoración temática de acuerdo con el juego que se va a arrendar

Catálogo de juegos

Consola para conducción

Un local con temática que se arrende con todo lo mencionado

Arrienda 3 juegos y paga 2.

Ofertas por arriendo dentro de la mañana o en días hábiles y fines de semana alguna oferta especial.

Ninguno

Pequeño libro adoc al evento para clasificaciones y puntajes...

Figuras retro de colección

Pinball

Una persona disfrazada de un personaje favorito y que incite a jugar cuando esté desocupada la maquina arcade

No se

Pack de cumpleaños

Arriendo de fliper

Máquina de hacer popcorn

Decoración acorde

Ni un otro

Maquinas Pinball (flipper) o Arcade

flipper

yo agregaria un servicio premium que permita a los clientes mas fieles optar a mas de 2 juegos extras o algun otro tipo de servicio de rebaja en los arriendos o algun otro tipo de producto que solicite las personas al servicio premium o v.i.p .

Cosplay

Opcion de compras de consolas

Arriendo de arcade

poleras de equipos

Entrega y retiro a domicilio

Sillas gamer

Ofrecer un inflable de algún dibujo animado clásico que ambiente de mejor forma la reunión o fiesta clásic gamer

Arcade de esos que le metes una moneda para jugar street fighter (aunque entiendo que la logística es mayor ahí)

Flippers y juegos arcade

Arcade, Pinball, Toro mecánico, Autitos chocadores, Juegos con lentes 3D y módulos 4D, mesa ice air hockey, máquina punching bag, juego tipo King of the Hammer o high striker, y espadas láser de Jedis!

La PS Vita

Plataforma multimedia

En el caso de cumpleaños, souvenir asociado a la consola arrendada (ej: si es nintendo, algún llavero o pegatinas de mario u otros)

lista de juegos

Arriendo Flipper (pin ball)

Maquina arcade

Ninguna

Servicio de bar y catering gamer, llevar el concepto completo de gaming a un evento

Pagaría más si incluye algo para comer

Ninguno más

beneficios de usar consolas e eventos

Consolas arcada tipo videotecas

Podría ser ambientación acorde al evento

El picoteo o con coctail

Alargadores, sillones gamer,

Un barril de cerveza como el de Donkey Kong

Que estuviera todo junto como tipo consola MAME

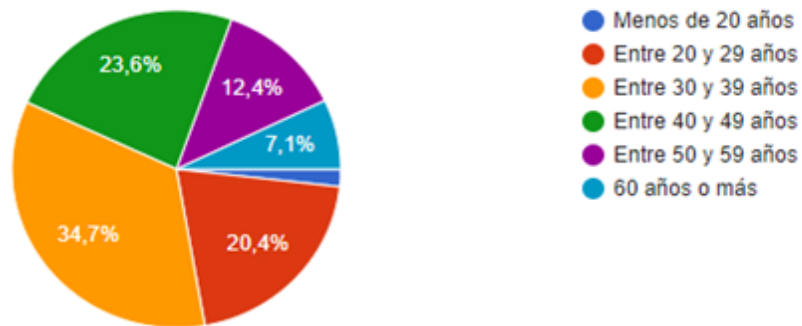
Despacho instalación y retiro

Instrucciones de uso en caso de ser necesario

- No agregaría otro producto o servicio.
- No lo se
- Ningún otro
- Nada
- Explicación de los videos juegos y soporte tecnico
- Arriendo máquinas arcade
- Animación
- mesas de hockey y taca taca, actividades que puedan hacer 2 personas o más
- Manuales
- Un juego más actualuzadio
- Máquinas Arcade 4 personas... Eso incluye muchas consolas retro

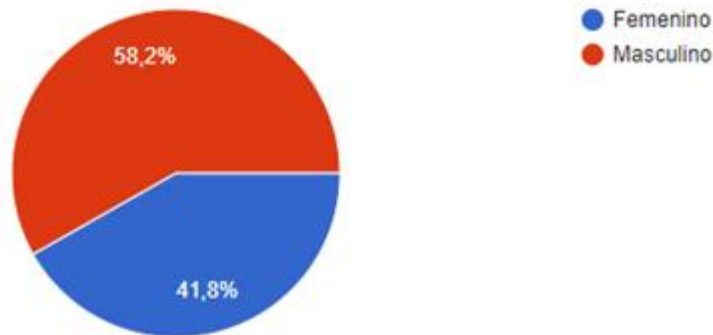
13. ¿Cuál es su edad?

225 respuestas



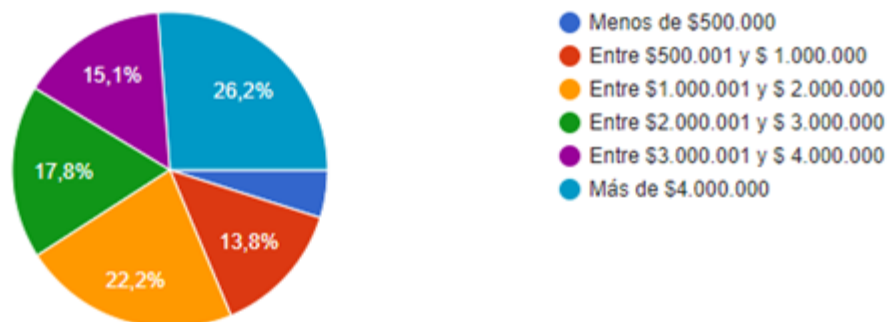
14. ¿Con que género se identifica?

225 respuestas



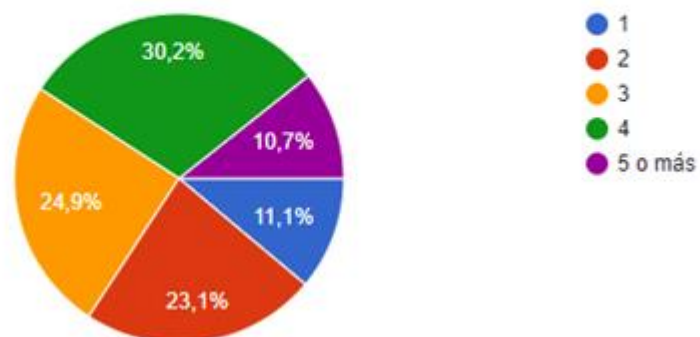
15. ¿Cuál es el ingreso del grupo familiar?

225 respuestas



16. ¿Cuántos integrantes tiene su grupo familiar?

225 respuestas



17. ¿En qué comuna vive?, especificar:

225 respuestas

Ñuñoa

Recoleta

Talcahuano

Colina

Ñuñoa

La Reina

Santiago

Las condes

Huechuraba

Calama

Providencia

Talcahuano

Las Condes

Pudahuel

Concepción

Providencia

Huechuraba

Pudahuel

La Florida

Recoleta

Peñalolen

Maipu

Santiago

La florida

San Miguel

Ñuñoa

Providencia

La Reina

Hualpen

Melipilla

La Florida

Santiago centro

Las Condes

Santiago Centro

Quilicura

Villa Alemana

San Pedro de la Paz

La Serena

Rancagua

Las Condes

Vitacura

Maipú

Concepción

Coquimbo

Valdivia

El Bosque

Diego de Almagro

Copiapó

Viña del Mar

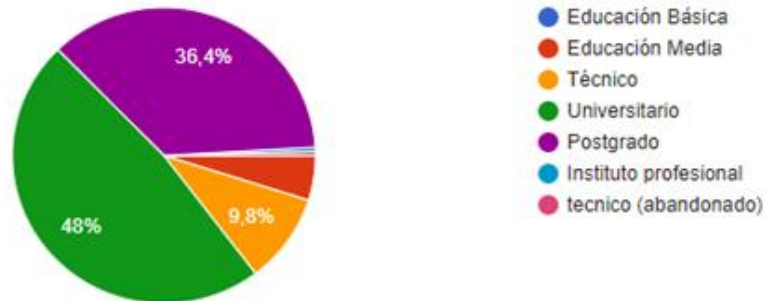
Rengo

Independencia
renca
San Bernardo
Melipilla
cabrero
Hualpen
Valparaíso
Peñalolén
talcahuano
Los angeles
Antofagasta
Arauco
La florida
Los Ángeles Bío-Bío
Nunoa
San pedro de la Paz
San Felipe
Machali
Requinoa
Calama
Cautin
Puerto montt
Puerto Varas
Concepcion
San Ramon
puerto montt
san joaquin

Copiapo
Padre hurtado
Talcacha
temuco
Colina
Valparaiso
Lampa
Temuco
Villa Alemana
Villa Alemana
Phoenix
Punta Arenas
San Pedro de la Paz
Talca
Padre Hurtado
San Bernardo
recoleta
Quinta Normal
Coquimbo
La Serena y Diego de Almagro
Temuco
Diego de Almagro
Osorno

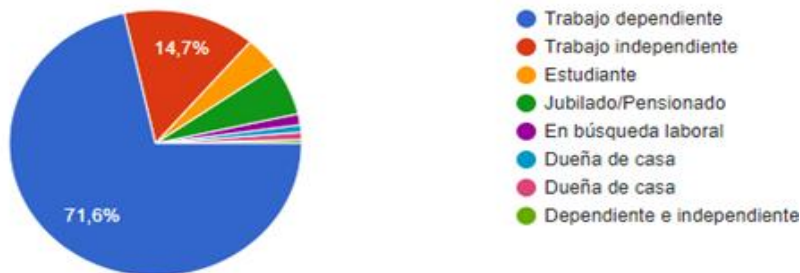
18. ¿Cuál es su nivel educacional?

225 respuestas

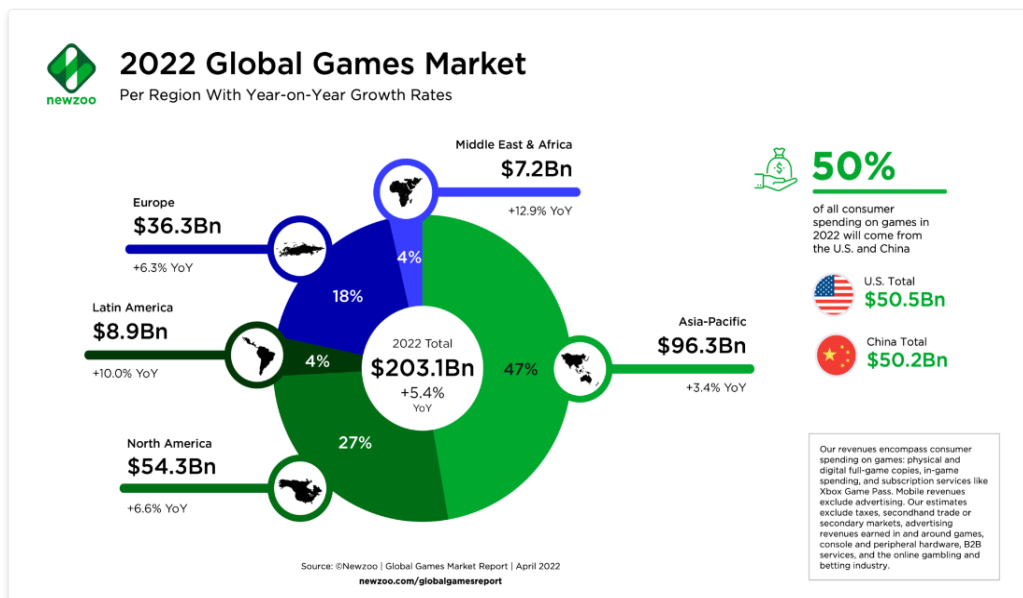


19. ¿Cuál es su ocupación?

225 respuestas



2. Mercado Global de Videojuegos



Fuente: <https://newzoo.com/insights/articles/games-market-revenues-will-pass-200-billion-for-the-first-time-in-2022-as-the-u-s-overtakes-china>

3. Análisis PESTEL

Políticos (Bajo): El 4 de septiembre de 2022 se realizarán elecciones del Plebiscito Constitucional de Salida, donde las personas en Chile y residentes en el extranjero podrán escoger "Apruebo" o "Rechazo" ante la propuesta de una Nueva Constitución. En el caso de ganar el "Rechazo" se mantiene la actual constitución Política de la República de Chile. Ambos resultados de la elección no impactan la creación o desarrollo de Retro Kongsolas, ya que como se especifica en el "251.- Artículo 14.- Libertad de emprender y de desarrollar actividades económicas"¹.

Económicos (Alto): De acuerdo con el mercado, se espera que se mantenga una alta inflación. En junio de 2022, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) anotó un incremento mensual de 0,9%, una variación acumulada de 7,1% en lo que va del año y un alza a doce meses de 12,5%², el máximo nivel desde 1994, lo que llevó al ente emisor a elevar en junio 75 puntos la tasa referencial, del 8,25 % al 9 %, su mayor valor desde 2001.

A la fuerte inflación se suma la escalada del dólar, que lleva varias jornadas alcanzando máximos históricos, superando puntualmente los 1.000 pesos chilenos el 13 de Julio 2022.

El peak inflacionario que afecta a Chile se debe principalmente a causas externas, como la subida de los combustibles por la invasión rusa a Ucrania o las fallas en las cadenas de suministro provocadas por la pandemia. Pero también apuntan a algunos factores internos como la incertidumbre política por el proceso constituyente que atraviesa el país o algunas medidas que dispararon el consumo

¹ Texto propuesta nueva constitución. Obtenido de: <https://www.gob.cl/chilevotainformado/>

² Inflación Junio 2022. Obtenido de: <https://www.efe.com/efe/america/economia/la-inflacion-en-chile-alcanzara-11-2022-segun-una-encuesta-del-banco-central/20000011-4849091#:~:text=El%20pa%C3%ADs%20acumula%20una%20subida,su%20mayor%20valor%20desde%202001>

en 2021 y "sobrecalentaron" la economía hasta el punto de que el PIB creció un 11,7 %, su mayor expansión en cuatro décadas³.

El efecto COVID, se mantendrá por algún tiempo con exigencias de sanitizaciones, seguros e implementos que aumentan los costos operacionales (Ley Covid 21.342, seguro obligatorio prima que fluctúa entre 0,23 y 0,4 UF + IVA), así como el ausentismo por la enfermedad. Un 10,9% de personas trabajadoras realizó labores a distancia o teletrabajo en diciembre de 2021, esta modalidad de trabajo se concentra en las y los trabajadores de los sectores de Información y Comunicaciones (63,3%), Suministro de Electricidad y Gas (36,6%), Actividades Financieras y de Seguros (34,2%) y Actividades Profesionales y Técnicas (18,4%)⁴.

Un aumento del riesgo país, afectaría las primas de seguros de bienes físicos (instalaciones)

Sociales (Medio): La existencia de teletrabajo mejora la flexibilidad de horario, existe un ahorro en transporte, aumenta el tiempo de ocio y permite tener más cercanía con la familia, principalmente con los hijos. Lo anterior genera un aumento en el uso de videojuegos durante la semana en personas que se encuentran en teletrabajo.

Tecnológicos (Alto): La presencia de nuevas tecnologías en las consolas de videojuegos y la alta demanda de juegos online tanto en consolas como PlayStation 4, PlayStation 5, Xbox One, Xbox Series X/S, Nintendo Switch y PC, generan un riesgo en cuanto a competencia.

El mercado de los videojuegos online ha crecido a nivel mundial, en la actualidad existen más de 3 mil millones de personas juegan videojuegos, cerca del 40% de la población mundial. Aunque principalmente este mercado está en Asia, que

³ Causas de Inflación. Obtenido de: https://www.swissinfo.ch/spa/chile-inflaci%C3%B3n_inflaci%C3%B3n-en-chile-alcanzar%C3%A1-8-9---en-2022--seg%C3%BAn-encuesta-del-banco-central/47582598

⁴ Efecto Covid. Obtenido de: <https://www.ine.cl/prensa/2022/02/22/un-10-9-de-personas-trabajadoras-realiz%C3%B3-labores-a-distancia-o-teletrabajo-en-diciembre-de-2021>

representa el 55% de los jugadores y 50% de los ingresos, también se ha desarrollado en Latinoamérica y Europa. De acuerdo con datos de la consultora Newzoo, esta industria mueve US\$88,2 billones en Asia, US\$42,6 billones en América del Norte, US\$32,5 billones en Europa y US\$7,2 billones en Latinoamérica, la región que más creció en el último año. En Chile hay más de 2 millones de hardcore gamers⁵.

Las tendencias en esta industria apuntan al desarrollo de la realidad aumentada y virtual⁶.

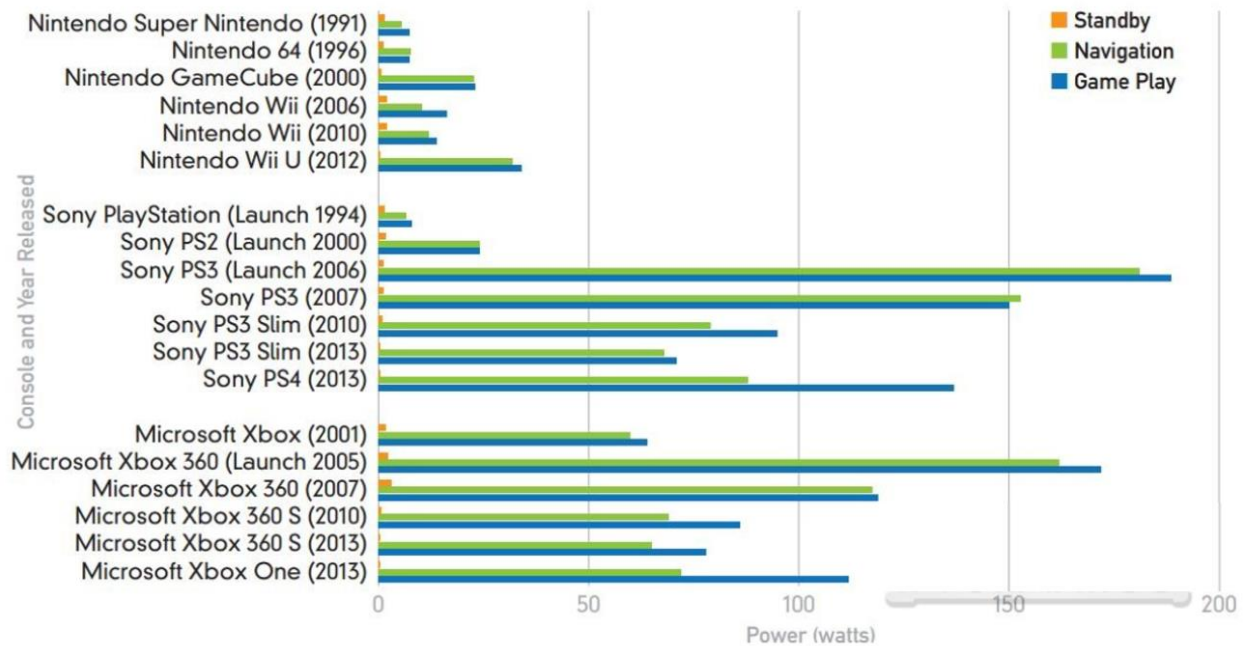
Ecológicos (Bajo): Cada vez el control y cuidado del medio ambiente se hace más importante, tales como el control de desechos, el reciclaje y las emisiones contaminantes principalmente. En ese sentido, este modelo de negocio es sustentable con el medio ambiente, ya que maximiza el uso de las consolas, no existen desechos de materiales ni de insumos adicionales. La inversión inicial también se sustenta en este principio por la compra de consolas y videojuegos usados.

Economía circular se vuelve una gran oportunidad para utilizar todo lo que para algunos podría ser basura, como por ejemplo repuestos para consolas.

Los cambios etarios y sociales buscan un mejor medio ambiente, por lo cual incentivar al uso de tecnologías de bajo consumo de energía eléctrica es importante y una oportunidad de atraer más clientes. Considerando que las consolas retro consumen mucho menos que consolas de última generación.

⁵ Competencias videojuegos online. Obtenido de: <https://dfmas.df.cl/df-mas/hablemos-de/el-mercado-de-los-esports-gana-terreno-en-chile>

⁶ Realidad aumentada y virtual. Obtenido de: <https://interactivadigital.com/empresas-y-negocios-marketing-digital/5-tendencias-en-la-industria-de-los-videojuegos-para-2021/>



Consumo energético de consolas de videojuegos⁷

Legales (Alto): Cambios legales como el proyecto de 40 horas y/o la reforma previsional pueden impactar los costos y la dotación de Retro Kongsolas para lograr el proceso logístico requerido.

4. 5 fuerzas de Porter Ampliado

La intensidad de la competencia actual (alta, amenaza): Los arriendos de consolas de videojuegos de la industria del entretenimiento están muy concentrados ya que son pocos los competidores. La competencia es alta, todos cuentan con precios similares, especialmente para quienes su modelo de negocio está enfocado en consolas de última generación.

⁷ Consumo energético. Obtenido de: <https://elchapuzasinformatico.com/2014/05/conoce-cuanto-consume-la-playstation-4-y-xbox-one/>

Las bajas inversiones a realizar son una barrera de entrada baja para esta industria. El gasto de personal representa un gran porcentaje de los costos totales del sector, lo que hace que la estructura de costos fijos sea muy rígida.

Industria en crecimiento, actualmente existe un auge significativo en los videojuegos.

Los bajos costos de inversión suponen una baja barrera de salida, lo que provoca que los costos de abandono sean bajos, además la inversión tangible se puede recuperar en un gran porcentaje.

Competidores potenciales (alto, amenaza): Baja barrera de entrada, la inversión inicial es baja lo que significa que es una amenaza por la potencialidad de ingreso de nuevos competidores. Por otro lado, cabe destacar que en la actualidad todos los competidores se enfocan en las consolas de última generación, alejándose en cierto modo del modelo de negocio, bajando de alguna manera la amenaza.

El conocimiento en videojuegos antiguos es una ventaja de Retro Kongsoles y permite distinguirse en el mercado, siendo un negocio innovador. No obstante, las empresas de arriendo de consolas de videojuegos de última generación siguen siendo competidores potenciales ya que son parte del mismo microentorno.

Productos sustitutos (alto, amenaza): Los principales productos sustitutos del sector se clasifican en tres grupos:

- a. Videojuegos alternativos (no originales): Dentro de este mercado existen una gran cantidad de juegos alternativos que se encuentran a la venta por un valor más económico y además en mejor condición, ya que son nuevos y no de la década del 90. Este sustituto es muy similar al original, son réplicas hechas a la medida y son difíciles de identificar si no tienes los conocimientos y experiencia necesaria.
- b. Emulación de consolas de videojuegos: Otro sustituto son la emulación de consolas de videojuegos, este se puede dar en dos tipos:
 - i. Consolas alternativas: En la actualidad existen consolas de videojuegos alternativas que también se conectan a un televisor y

permite emular varias consolas en un dispositivo con cientos de videojuegos incorporados y estos además se juegan con un control similar a los originales.

ii. Aplicaciones de computador: Además de consolas alternativas, existen aplicaciones o programas computacionales que emulan ser una consola de videojuegos y pueden correr todo tipo de juegos descargados de internet. La descarga de estos emuladores y juegos son gratis, de muy fácil acceso e instalación. Las personas con más conocimientos en la tecnología pueden conectar el computador al televisor con un cable HDMI y conectar controles por cable o vía bluetooth para tener una mejor experiencia.

c. Emulación de consolas de videojuegos en versión Classic o Mini: Las principales empresas de videojuegos sacaron al mercado una réplica en miniatura de consolas como PlayStation, Nintendo y Super Nintendo. Cada una de ellas tiene incorporada una memoria con cerca de 20 juegos. Al ser original, genera una experiencia similar.

Estos tres sustitutos tienen impacto al negocio, por lo que una opción es que Retro Kongsoles use por ejemplo consolas mini o classic, ya que son legales. Además, es importante mencionar que el incorporar una serie de elementos adicionales en los arriendos, como televisores, luces, etc. hace que se diferencie de estos sustitutos, ya que permite mayor cobertura de invitados.

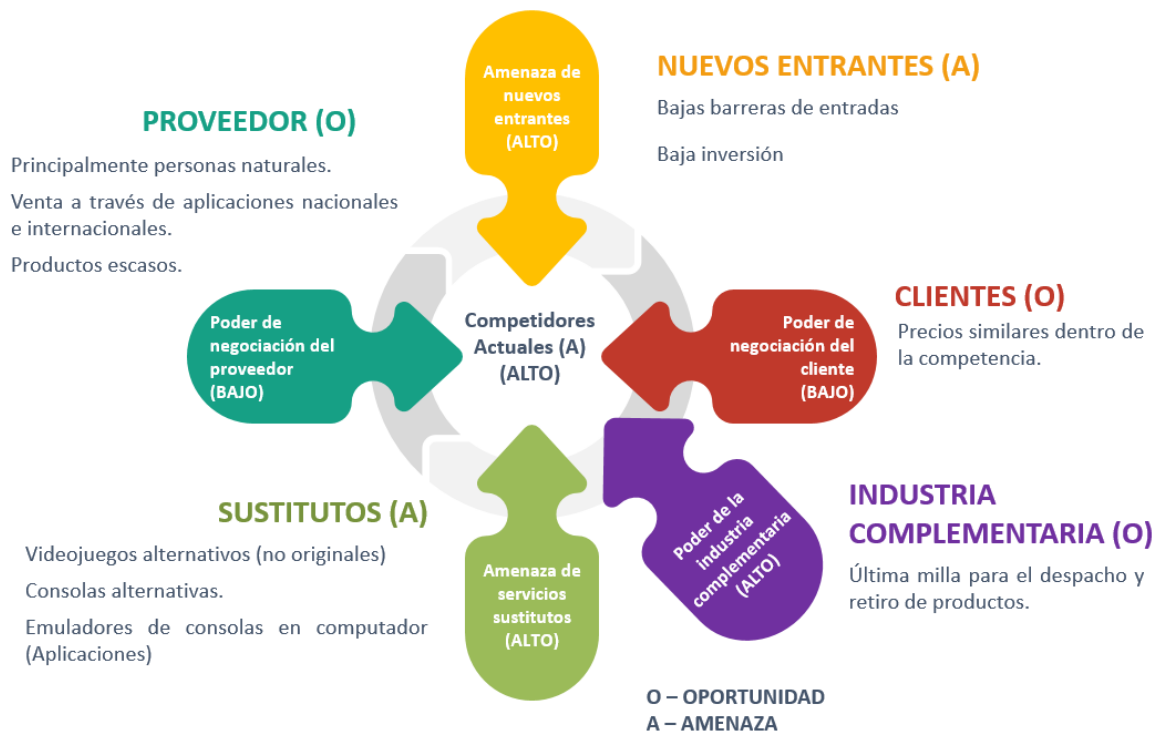
Poder negociador de Proveedores (bajo, oportunidad): El poder de negociación de los proveedores es de nivel bajo, son principalmente personas naturales, que venden a través de redes sociales y aplicaciones con sede en Chile como Yapo y Mercado Libre, además de aplicaciones internacionales como Amazon, eBay. Son pocos los proveedores y no están organizados ni concentrados. Los precios de venta son todos muy similares, existen excepciones cuando cumplen con el estado, presencia de caja original, envoltorios, manuales, etc

Dentro del poder negociador de proveedores existe la desventaja que al ser productos escasos, antiguos y que no están en producción, teóricamente cada vez será más escaso, por lo que el precio de estos productos podrían tender al alza.

Poder negociador de Clientes (bajo, oportunidad): El poder de negociación de los clientes es bajo, existen precios similares dentro de la competencia. Los clientes tienen altos costos de cambio, ya que para vivir una experiencia idéntica deberán comprar las consolas y videojuegos originales, en buen estado, lo que no se justifica para usarlo en pocas ocasiones. Al considerar que el cliente quiere realizar un evento de cumpleaños en el que necesita más de una consola y que sean distintas, el costo sería aún mayor al adquirirlas.

Industria complementaria (alto, oportunidad): En esta sexta fuerza de la industria complementaria se considera la última milla, que se encargará de realizar los despachos y retiro de los productos a los clientes. Es importante evaluar las distintas empresas complementarias antes de generar un vínculo contractual con ellos, la calidad y relación que tengan con los clientes finales es clave para el servicio que se desea entregar. Dentro de la industria complementaria, las más importantes se encuentran en Urbano Express, Llegó, Starken, Chilexpress, TNT y Pullman Bus Cargo

Análisis PORTER Ampliado. Elaboración Propia.



5. Tendencias de la industria⁸

Más espectadores que jugadores.

“Las principales tendencias gaming en 2021 es que el número de espectadores va a superar al de jugadores. Los juegos se han convertido en uno de los entretenimientos más importantes para muchos jóvenes, no solo para jugar, sino también para seguir.

⁸ Tendencias de la industria. Obtenida de: <https://blog.encom.es/tendencias-industria-esports#:~:text=La%20industria%20de%20los%20videojuegos%20y%20los%20esports%20se%20ha,d%C3%B3lares%20de%20ingresos%20en%202021>

<https://interactivadigital.com/empresas-y-negocios-marketing-digital/5-tendencias-en-la-industria-de-los-videojuegos-para-2021/>

<https://mundoejecutivo.com.mx/la-tendencia-retro-se-respira-en-los-videojuegos/>

<https://www.businesswire.com/news/home/20210307005021/en/Juniper-Research-eSports-Games-Streaming-to-be-Worth-3.6-Billion-Globally-by-2025-as-Sponsorship-Drives-Future-Growth>

Se estima que el número de gamers incrementará en un 10% a lo largo de 2021, mientras que la audiencia aumentará un 70% en este año y llegará a los 1.000 millones de espectadores en 2025 según un estudio de Juniper Networks”.

Crecimiento de los juegos móviles.

“El principal dispositivo de juego sigue siendo el smartphone, seguido por los ordenadores, las consolas de juegos y las tablets. En los últimos años ha habido un crecimiento de la cantidad de personas que utilizan sus teléfonos inteligentes para jugar. Pero dada su frecuente actualización tecnológica (la vida media de un móvil es de 1,5 años, frente a los 5 o 6 años de una consola)”.

Crecimiento juegos retro.

“Las consolas de juego retro son tendencia y están disponibles en su versión mini para todos aquellos que quieran volver a vivir esa experiencia y volver a jugar esos juegos clásicos que jugaban de niños, tal y como señala el especialista en roulette Betway en un exhaustivo estudio.

Las consolas de Nintendo son las más demandadas en este segmento, aunque también hay modelos disponibles de Sega y emuladores de PlayStation 1”.

Juegos en la nube.

“La idea de tener juegos en la nube o de juegos as a service no es nueva, pero esta tendencia experimentará un gran crecimiento en 2021. Se espera la aparición de PC y consolas adaptadas para disfrutar juegos en la nube, como una retransmisión en vivo en sus dispositivos, ejecutados en servidores de alto rendimiento. Esto significa otra revolución de esta industria, donde no habrá que esperar a las últimas actualizaciones, ya que los juegos estarán siempre actualizados”.

Revolución tecnológica 5G.

“La llegada del 5G ha impulsado nuevas posibilidades en esta industria y se ha convertido en uno de los desarrollos más influyentes y emocionantes en cuanto a tecnología”.

“Con velocidades brutas que alcanzan los 10 Gbps, casi 10 veces más que la de 4G, los jugadores pueden tener un juego mucho más fluido e ininterrumpido. Tener tiempos de respuesta más rápidos, alcanzando una latencia de 5 milisegundos, es casi mágico”.

Realidad Aumentada y Realidad Virtual.

“La realidad aumentada (RA) es una experiencia inmersiva, en la que el usuario deja atrás el entorno del mundo real para ingresar a un entorno completamente digital mediante smartphones, tablets o gafas de RA. Los expertos prevén que los visores de realidad virtual (RV) que llegarán al mercado este año serán capaces de renderizar gráficos 3D, lo que hará que parezcan reales. Aunque la llegada de la RV al mundo gaming aún tardará algo más en generalizarse”.

Todos los adelantos tecnológicos y también los encierros debidos a la pandemia de COVID-19 han dado un nuevo aire a la industria de los videojuegos, potenciando su crecimiento. Esto trae consigo un aumento en el interés por videojuegos retro y de arrendar servicios relacionados. Adicionalmente se incrementan las ventas relacionadas a personajes de videojuegos, lo que podría ser una oportunidad para analizar en el plan de expansión de Retro Kongsolas.

6. Oferta de productos de competidores

Ofertas de productos de los competidores. Elaboración Propia.

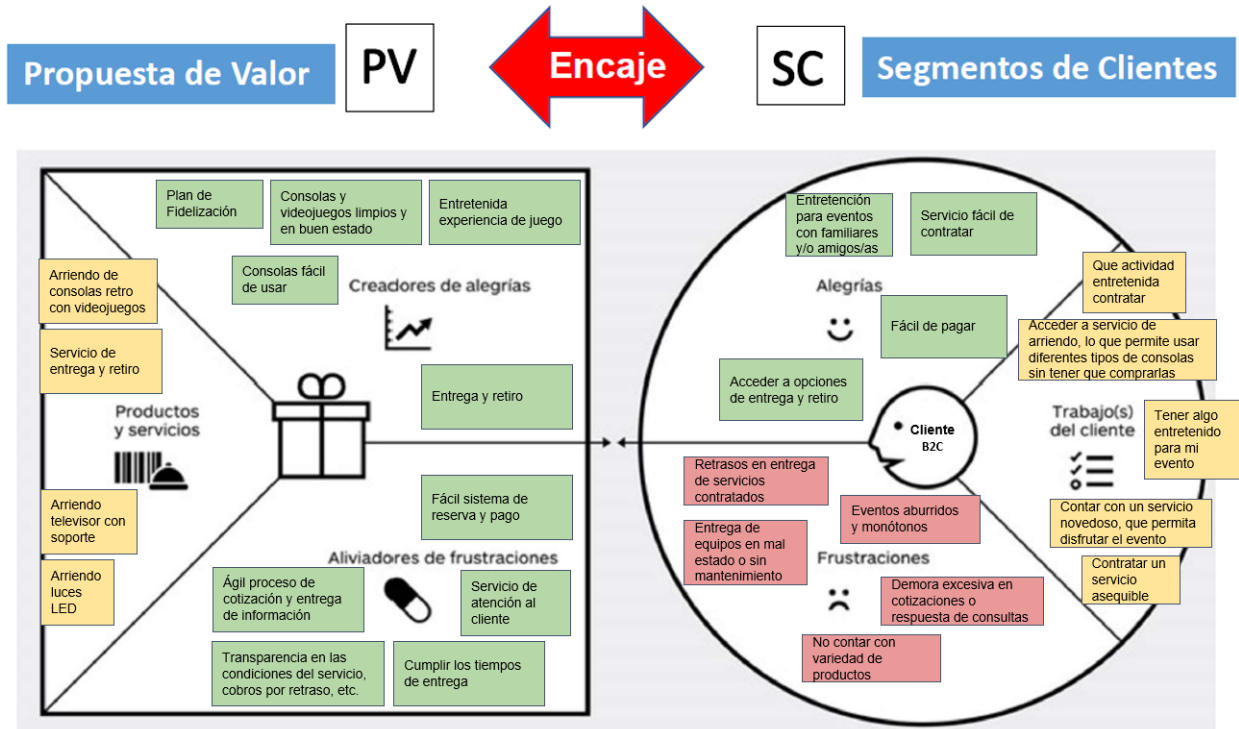
Productos/Empresa	Cumplegamer	Consola Virtual	Cabeg	InvadersGames
Nintendo				
Super Nintendo				
Nintendo 64				
Nintendo Wii				
PlayStation 1				
PlayStation 2				
PlayStation 3				
Xbox 360				
Atari				
Sega Genesis				
Play Station 4		X	X	X
Play Station 5	X	X		X
Xbox Series X		X		X
Xbox Series S	X			
Xbox One		X		X
Nintendo Switch	X	X		X
Cables y extensores	X	X	X	X
Soporte de televisores	X	X	X	X
Luces LED y decoración				
Guitar Hero	X			
Realidad Virtual	X	X	X	X
Simuladores de carrera	X	X	X	X
Comida	X			

7. Industria de videojuegos en Chile

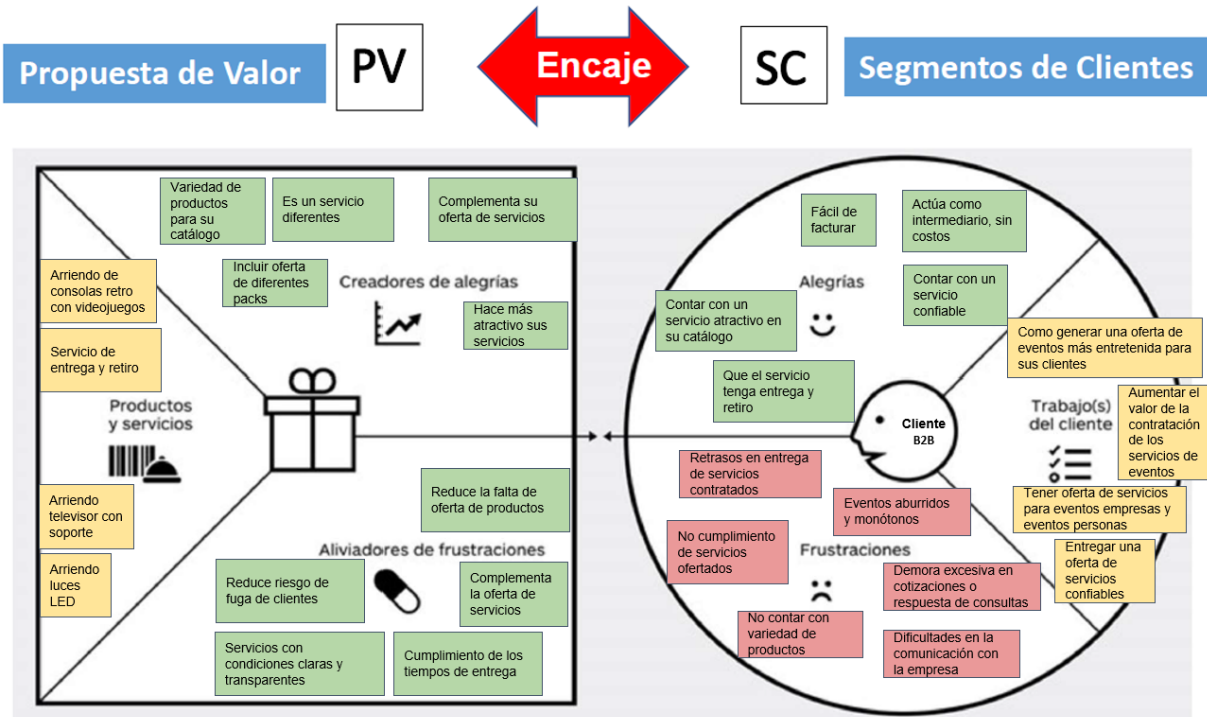


Fuente: <https://www.adlatina.com/marketing/datos-para-entender-el-perfil-del-gamer-chileno>

8. Encaje B2C y B2B



Encaje B2C. Elaboración Propia.



Encaje B2B. Elaboración Propia.

9. Análisis VRIO

Competencias	V	R	I	O	
	Valioso	Raro	Inimitable	Organizado	
Dominio página web.	✓	✗			Paridad Competitiva
Diseño de página web / Contrato de servidores	✓	✗			
Marketing y publicidad (Canales digitales y perfiles RRSS) / Contrato google ads.	✓	✗			
Venta y retención de clientes.	✓	✗			
Contrato con servicio última milla.	✓	✗			
Soporte a la instalación / Fono Consulta	✓	✗			
Contratación y adm. de personal.	✓	✗			
Manual Plug & Play (Paso a Paso)	✓	✓	✗		Ventaja Competitiva Temporal
Medición de calidad y satisfacción del servicio.	✓	✓	✗		
Adquisición de consolas antiguas, controles, videojuegos y puesta a punto para el servicio de arriendo.	✓	✓	✗		
Variedad de Consolas Antiguas en buen estado.	✓	✓	✗		
Mantenimiento y mejoramiento de consolas.	✓	✓	✓	✓	Ventaja Competitiva Sostenible (Competencia Central)
Marca "Retro Kongsolas".	✓	✓	✓	✓	

10. Relación Compra / Visitas página web

The screenshot shows a drip.com blog post titled "6. A partir del segundo trimestre de 2018, el 2.86 por ciento de visitas a sitios web de e-commerce se convirtieron en compras (Statista)". The page includes a navigation menu with "Product", "Pricing", "Integrations", "Customers", and "Learn". A "Table of Contents" sidebar lists four items, with the first item being the current article. The main content discusses the 2.86% conversion rate and offers advice on improving e-commerce performance, such as providing personalized experiences and recognizing repeat visitors.

Fuente: <https://www.drip.com/es/blog/datos-estadisticos-e-commerce>

11. Escala de Likert

La escala de medición será de 1 a 10, donde:

0: Totalmente insatisfecho

10: Totalmente satisfecho



Ejemplo Escala de Likert



Cálculo de NPS (Net Promoter Score)⁹


Adicionalmente para medir estos objetivos de la empresa se utilizará:

- Volumen de venta, expresado en millones de pesos.
- Reconstratación: % de clientes que ejecutan 2 o más compras dividido por el total de clientes.

⁹ NPS. Obtenido de: <https://webescuela.com/satisfaccion-del-cliente/>

12. Arquetipo B2C

El arquetipo más representativo corresponde a un adulto – trabajador:

<p>Arquetipo B2C:</p> <p>Cristóbal Sepúlveda</p>	
<p>Tiene 36 años, casado, tiene 2 hijos (Felipe y Alejandro), universitario con 10 años de experiencia en la construcción. Su grupo familiar es de 4 personas (su señora Camila y sus 2 hijos), los ingresos de su grupo familiar suman \$4.500.000. Actualmente vive en la comuna de Peñalolén y trabaja de manera dependiente en una empresa de construcción de edificios en la comuna de Las Condes.</p>	
<p>Cristóbal cuando era niño pasó gran tiempo de infancia jugando consolas de videojuegos, su favorita fue el Super Nintendo y sus juegos favoritos: Mario Kart, Donkey Kong, Super Mario World y Star fox. Hoy en día juega junto a sus hijos la consola Nintendo Switch durante los fines de semana y le gustaría volver a vivir esta experiencia junto a su familia para que todos conozcan estas consolas y poder recordar esa bonita experiencia.</p>	

13. Arquetipo B2B

Arquetipo B2B:

Walter Oswald



Tiene 42 años, casado, tiene 1 hijo (Agustín), empresario, dueño de “Eventos W.O”, empresa dedicada a la organización y ejecución de eventos de entretenimiento. Lleva 8 años en el rubro y su principal tipo de evento son los cumpleaños para todas las edades. Dentro de su catálogo tiene juegos inflables, taca-taca, mesa de ping-pong, karaoke, instalación de todo el escenario y entrega de todos los bebestibles y alimentación.


Indica que es una excelente idea ampliar su catálogo incorporando además el servicio de arriendo de consolas de videojuegos ya que este adicional es bien recibido en todas las edades y podría significar un aumento en sus ingresos y aumentar también su mercado objetivo. Al ser una subcontratación de servicios no necesariamente requiere profundizar en este tipo de entretenimiento, sino lo que buscaría es que el servicio sea de excelencia y no existan riesgos asociados a mala calidad de productos ni mala calidad de las instalaciones de estos.

14. Ejemplo Costo de servicio de despacho - Jumbo

Región Metropolitana	DÍAS	HORARIOS	COSTO DEL ENVIO
Alto Jahuel, Buin, Calera de Tango, Cerrillos (Ce), Cerro Navia, Chicureo, Colina, Conchalí, El Bosque, El Monte, Estación Central, Huechuraba, Independencia, Isla de Maipo, La Cisterna, La Florida, La granja, La Pintana, La Reina, Lampa, Las Condes, Linderos, Lo Barnechea, Lo Espejo, Lo Prado, Los Cerrillos, Macul, Maipú, Ñuñoa, Padre Hurtado, Paine, Pedro Aguirre Cerda, Peñaflo, Peñalolén, Pirque, Providencia, Pudahuel, Puente Alto, Quilicura, Quinta Normal, Recoleta, Renca, San Bernardo, San Joaquín, San Miguel, San Ramón, Santiago, Talagante, Vitacura	Lunes a domingo	9:00-12:00, 11:00-13:00, 12:00-15:00, 13:00-15:00, 14:00-17:00, 15:00-17:00, 16:00-19:00, 17:00-19:00	\$ 3.990


Fuente: <https://ayuda.jumbo.cl/ayuda/despacho-retiro/zonas-cobertura>

15. Fotos de vendedores




22 Me gusta
sexta_retro.games Consola Super Nintendo Slim VENDIDO

Incluye:
1 joystick original super famicom
2 joystick alternativos
Cable AV alternativo
Transformador alternativo nuevo









5 Me gusta
sexta_retro.games Joystick originales Super Famicom en muy buen estado, funcionando sin problemas

\$9.000 c/u VENDIDOS!!!!



3 Me gusta
rsoto.ancientgames Donkey Kong Country 2: Diddy's Kong Quest (Super Nintendo) -Estado: 9.5/10

Precio: \$35.000 DISPONIBLE

<p>rsoto.ancientgames</p>  <p>2 Me gusta rsoto.ancientgames Super Mario All-Stars (Super Nintendo) -Estado: 10/10 Precio: \$30.000 DISPONIBLE</p>	<p>rsoto.ancientgames</p>  <p>4 Me gusta rsoto.ancientgames Banjo-Kazooie (Nintendo 64) -Estado: 10/10 Precio: \$35.000 VENDIDO</p>	<p>rsoto.ancientgames</p>  <p>10 Me gusta rsoto.ancientgames Super Mario All-Stars (Super Nintendo) -Cartucho: 9.8/10 -Manual: 9.8/10 -Caja: 10/10 Precio: \$100.000 DISPONIBLE</p>
<p>sexta_retro.games</p>  <p>6 Me gusta sexta_retro.games Joystick Atomic Purple Estado impecable Stick 10/10 \$25.000 DISPONIBLE!!!</p>	<p>SEXTA_RETRO.GAMES Publicaciones</p>  <p>16 Me gusta sexta_retro.games Consola Nintendo 64 en muy buen estado. VENDIDO Incluye: Joystick original stick 7/10 Cable AV alternativo Transformador alternativo directo a la pared 220v Consola habilitada para juegos americanos y japoneses \$60.000 VENDIDO</p>	<p>SEXTA_RETRO.GAMES Publicaciones</p>  <p>33 Me gusta sexta_retro.games Consola Nintendo 64 Fantastic Jungle Green VENDIDO!! Consola en buen estado con detalles esteticos (ver fotos) Lee los juegos sin problemas, a la tapita del jumper le falta una parte. Cable AV original Transformador original con minwa Joystick stick 6/10 De regalo transfer pak original y memoria alternativa. \$115.000 VENDIDO</p>

16. Valores referenciales presupuesto de marketing

KeWey Home Servicios Nosotros Portafolio Precios Contacto [ENVIAR WHATSAPP](#)

ATRAE A TUS CLIENTES DE FORMA SENCILLA

CAMPAÑAS GOOGLE ADWORDS Y DISPLAY PARA DAR A CONOCER TU EMPRESA, PRODUCTO O EVENTO.

The banner features an illustration of a large smartphone on the left with a person walking out of it. To the right, three people are walking towards the phone, with a megaphone icon above them. The background is a stylized landscape with a large orange sun and green foliage.

NUESTROS SERVICIOS

Te presentamos nuestros servicios

 <p>Community Manager</p> <p>Manejo de Redes Sociales, generación de contenido (escrito, visual), generación de plan estratégico, estrategia E-commerce, Plan de Marketing Digital.</p>	 <p>Desarrollo Web</p> <p>Desarrollo de páginas web autoadministrables. Sistemas de administración a medida. Funcionalidades para agilizar la navegación de sus clientes.</p>	 <p>Diseño Gráfico</p> <p>Diseño de Imagen Corporativa, Logos, Volantes, Tripticos, Anuncios, Pendones, Etc. Plasmamos la identidad de su empresa en nuestros diseños. Diseño de vanguardia.</p>
 <p>Diseño UI/UX</p> <p>UX (User eXperience) o Experiencia de Usuario, es aquello que una persona percibe al interactuar con un producto o servicio. UI (User Interface) o Interfaz del Usuario, es la vista que permite a un usuario interactuar de</p>	 <p>Desarrollo de App (Pronto)</p> <p>En desarrollo</p>	 <p>Marketing Digital</p> <p>Nuestro equipo cuenta con certificaciones vigentes en Google y Facebook, para asegurar el éxito de las campañas a realizar. Optimizamos el SEO de su sitio web, mejorando la visibilidad en los buscadores.</p>

NUESTROS PRECIOS		
<p>Redes Sociales</p> <p>DESDE \$150.000 + IVA <small>mensual</small></p>	<p>Desarrollo Web</p> <p>DESDE \$200.000 + IVA <small>pago único</small></p>	<p>Google Adwords</p> <p>DESDE \$200.000 + IVA <small>mensual</small></p>
Community Manager	Diseño Responsivo	Creación de Campañas
Diseño de Publicaciones	Soporte Técnico 24/7	Manejo de presupuesto
Creación de Página	Diseño Personalizado	Investigación Competencia
Administración de Contenidos	SEO básico	Administración Palabras Claves
Asesoramiento de Marketing	-	-
COTIZAR	COTIZAR	COTIZAR

Fuente: www.kewey.cl

2X3 » PRECIOS ESTIMADOS » DISEÑO WEB

¿Cuánto Cuesta un Diseñador Web en Chile?

Jul 6, 2022

Generalmente un diseñador web cobra entre los \$110.000 y \$500.000 pesos para diseñar una página web. Algunos de los aspectos que podrían influir en el precio son el tipo de página web que desees, los servicios adicionales que solicites, la rapidez con que quieras el diseño, tu ubicación y la experiencia del profesional.

Un sitio web es una herramienta que te sirve para mostrar los servicios o productos que realizas, además de brindarle más confianza a potenciales clientes, así estén en Chile o en otros países. No es lo mismo mantener un perfil en una red social que tener una página web propia que puedas administrar y controlar a tu gusto, ya que puedes estar seguro de que lo que publiques siempre va a estar ahí y no tiene que estar sujeto a la aprobación de un tercero.

Por lo general, los diseñadores web se encargan únicamente de diseñar el sitio web, lo que significa que ellos crean una imagen de cómo quedaría el sitio web y después la envían a un programador o desarrollador web para que haga la página web. En ciertos casos es posible encontrarse con un diseñador que diseñe y también programe el sitio web, pero no es lo más común.

Fuente: <https://www.2x3.cl/p/precios-disenador-web-chile>

¿Cuánto Cuesta el Marketing en Redes Sociales?

Abr 28, 2022

El precio promedio de contratar a un especialista de marketing en redes sociales generalmente oscila entre los \$70.000 y \$500.000 pesos al mes. El rango de precios es amplio porque depende del alcance que quieras lograr, la urgencia con la requieras el servicio, la cantidad de redes sociales en las que se vaya a trabajar, el tipo de empresa que quizás tengas, tu ubicación, la experiencia del especialista en marketing y si solicitas servicios adicionales.

El marketing de redes sociales implica usar páginas web como Instagram o Facebook para promover los servicios o los productos que ofrece una empresa, con el fin de generar interés en los potenciales clientes y el público en general.

Al contratar a un especialista en marketing, él seguramente desarrollará estrategias y campañas de marketing pagadas u orgánicas en los sitios web más adecuados para impulsar a la empresa. Dicho profesional también puede realizar ciertas tareas asociadas con las redes sociales como responder comentarios, darle "likes" a publicaciones de la audiencia objetivo, ocultar respuestas negativas, revisar las vistas, reproducciones o impresiones, entre otras labores.

Si la empresa está realizando campañas publicitarias pagadas en redes sociales con anuncios o ads, un especialista en marketing puede ayudar a mejorar la eficiencia de las campañas, asegurarse de que lleguen al público adecuado y eliminar o modificar cualquier anuncio que no genere ningún resultado positivo.

Fuente: <https://www.2x3.cl/p/precios-marketing-redes-sociales>

2X3 » PRECIOS ESTIMADOS » DISEÑO DE LOGO

¿Cuánto Cuesta un Logo?

Jul 6, 2022

Un logo tiene un costo que suele variar entre los \$50.000 y \$70.000 pesos, todo va a depender de la cantidad de logos que necesites, el tipo de logo, tu ubicación, los servicios adicionales que pidas, la urgencia que puedas tener y la experiencia del diseñador gráfico. Un profesional con bastante experiencia en la industria de diseño o que tenga una clientela bastante reconocida podría cobrar tarifas más altas que un profesional nuevo o poco conocido, aparte de que cuanto más grande sea la complejidad del diseño, mayor será el precio total.

Ya sea que tengas dudas sobre el diseño que deseas o sepas exactamente qué tipo de diseño quieres y solo necesites ayuda para perfeccionar tus ideas, un diseñador de logos te puede apoyar. Además, podría hacer un nuevo logo en caso de que el tuyo ya no refleje quien eres y lo que haces.

Un buen diseño normalmente representa una primera impresión de tu empresa y es una parte integral de la misma, así que vale la pena gastar un poco más de dinero y tiempo por un logo de calidad.

Normalmente los profesionales crean el diseño final del logo en distintos formatos para que se ajusten a diferentes sitios y redes sociales. De esta manera tu logo se verá bien así esté en la firma de tu correo electrónico, publicaciones de redes sociales, tarjetas de presentación, afiches, tu página web, la firma de tu correo electrónico, entre muchos otros. Los logos pueden ser solo de texto, tener texto e imagen o solamente imagen. En los siguientes apartados se comentan varios factores que pueden afectar el precio del diseño de tu logo.

Fuente: <https://www.2x3.cl/p/precios-logo>